

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LE DÉVELOPPEMENT LOCAL PAR L'INTERVENTION CULTURELLE : LE
CAS DU CINÉMA BEAUBIEN À ROSEMONT

THÈSE

PRÉSENTÉE

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DU DOCTORAT EN ÉTUDES URBAINES

PAR

WILFREDO ARTURO ANGULO

MARS 2019

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de cette thèse se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.07-2011). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Avant tout, je remercie ma famille : ma femme Gladys, mes fils : Caribay, Johana, et Luis Eduardo, mes petites-filles : Stéphanie, Camila et Sophia, qui m'ont soutenu en tout temps et m'ont donné de la force pour continuer dans ce chemin parfois un peu dur à parcourir. En ce moment, j'ai aussi une pensée pour mes parents Isabel et Juan qui m'ont formé et qui ont inspiré mon projet de vie.

À la fin de cette recherche, je tiens à exprimer ma gratitude à mon directeur, Juan-Luis Klein, professeur au département de géographie de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et directeur du Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES), ainsi qu'à ma codirectrice Diane-Gabrielle Tremblay, professeure à l'École des sciences de l'administration de la Télé-Université de l'Université du Québec (TELUQ), qui avec leurs enseignements et bons conseils m'ont permis d'avancer dans cette merveilleuse aventure académique. Ils resteront pour moi parmi les grands formateurs de ma carrière.

La réalisation de cette recherche n'aurait pas été possible sans le soutien de M. Juan-Luis Klein qui, dans les moments les plus difficiles de mon parcours, m'a encouragé à continuer malgré les difficultés. Je tiens à lui exprimer ma gratitude à cet égard. M. Klein, avec sa conception de la recherche et la pédagogie de ses enseignements, son dévouement pour la recherche ainsi que son travail rigoureux, a été pour moi une source d'inspiration permanente.

Je tiens aussi à remercier et à montrer ma gratitude à ma femme Gladys qui en tout temps m'a encouragé à continuer mon parcours et aussi pour ses réflexions, lectures et corrections des manuscrits.

J'exprime aussi ma reconnaissance au personnel de soutien du département de géographie de l'UQAM. Mes remerciements à Mourad Djaballah qui m'a aidé dans la réalisation d'une partie des cartes qui ont documenté notre recherche.

Je remercie le Fonds de recherche du Québec Société et culture (FRQSC) qui par l'intermédiaire de la bourse de mobilité internationale (BSHQ) m'a permis de me rendre à Bilbao en Espagne ce qui a élargi ma connaissance des projets urbains d'orientation culturelle.

Je tiens à remercier le CRISES pour son soutien. Je remercie les professeurs Juan-Luis Klein, Jean Marc-Fontan, Marguerite Mendell et Diane-Gabrielle Tremblay qui m'ont fait confiance et m'ont permis de travailler avec eux dans le cadre de plusieurs projets de recherche. Je remercie également Florence, Denis R, Dario, Reina, Ping et Leila pour leur amitié et leur soutien.

Je remercie également toutes les personnes qui j'ai rencontrées et qui ont accepté de participer à ma recherche, notamment M. Mario Fortin, directeur du Cinéma Beaubien, et à Vincent Magnat, directeur du Regroupement Art-Culture-Rosemont Petite-Patrie.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES FIGURES.....	xi
LISTE DES TABLEAUX.....	xiii
LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES	xv
RÉSUMÉ	xvi
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I	
CADRE THÉORIQUE : LE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ET LE RÔLE STRUCTURANT DE LA CULTURE.....	11
1.1 Introduction.....	11
1.2 Le développement territorial à l'heure de la mondialisation	11
1.3 Le développement territorial et les activités créatives et culturelles.....	15
1.4 La culture et la revitalisation urbaine, deux approches différentes.....	17
1.4.1 Approche descendante du développement local par la culture	19
1.4.1.1 La classe créative de Richard Florida : l'approche et la critique....	21
1.4.2 Approche ascendante et décentralisée.....	26
1.4.3 La territorialisation du développement par la culture	28
1.4.3.1 Le cluster culturel	28
1.4.3.2 Le district culturel évolué.....	29
1.4.3.3 Le milieu social créatif	29
1.4.4 Synthèse des approches dominantes dans le développement local par la culture	30

1.4.5 Gentrification vs revitalisation urbaine par la culture.....	34
1.5 Une gentrification aux effets positifs est-elle possible ?.....	35
1.6 Conclusion	38
CHAPITRE II	
CADRE CONCEPTUEL	39
2.1 Introduction.....	39
2.2 Concept-thème 1 : Initiative locale	43
2.2.1 Le Leadership.....	45
2.2.2 La gouvernance	45
2.2.3 Les ressources	47
2.2.4 L' <i>empowerment</i>	48
2.3 Concept-thème 2 : Développement territorial.....	49
2.3.1 Le cadre de vie	51
2.3.2 L'identité locale	51
2.3.3 La cohésion sociale	53
2.4 Concept-thème 3 : La gentrification	54
2.4.1 La mobilité résidentielle	55
2.4.2 Les valeurs foncières.....	55
2.5 Conclusion	55
CHAPITRE III	
MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE.....	58
3.1 Introduction.....	58
3.2 Les questions et hypothèses de recherche.....	59
3.2.1 Questions principale et secondaires	59
3.2.2 Hypothèses principale et secondaires	60
3.3 La recherche empirique.....	61

3.3.1 La période et le terrain d'étude	61
3.3.2 L'étude de cas	64
3.3.3 La collecte des informations	65
3.3.3.1 La recherche documentaire.....	65
3.3.3.2 Les entrevues semi-dirigées.....	67
3.3.4 Le déroulement des entrevues.....	70
3.3.4.1 La phase exploratoire.....	70
3.3.4.2 La phase intensive	70
3.3.4.3 La phase de validation	71
3.3.5 Traitements des informations.....	71
3.3.5.1 Les informations provenant des entrevues	71
3.3.5.2 Les bases de données	74
3.4 Éthique de confidentialité des résultats.....	75
3.5 Conclusion	76
CHAPITRE IV	
LE CINÉMA BEAUBIEN À ROSEMONT : DE LA RELANCE D'UN	
ÉQUIPEMENT CULTUREL À LA CONSOLIDATION DU MILIEU LOCAL	
4.1 Introduction.....	77
4.2 La relance d'un cinéma de quartier : amorcé et émergence d'un acteur du développement collectif	79
4.2.1 Le développement communautaire : base organisationnelle de la relance du cinéma	79
4.2.2 L'émergence et la structuration de l'initiative	83
4.3 Consolidation du Cinéma Beaubien en tant que maillon fondamental du développement du milieu local.....	90
4.3.1 Un leadership renforcé.....	90
4.3.1.1 Un acteur culturel dans le développement local.....	91
4.3.1.2 Le Cinéma Beaubien dans le dynamisme du territoire.....	93

4.3.2 Le Cinéma Beaubien dans la gouvernance locale.....	93
4.3.3 La mobilisation des ressources et l'autonomie financière	95
4.3.4 L'identité et le sentiment d'appartenance, éléments essentiels de la construction sociale du territoire	98
4.3.4.1 Le Cinéma Beaubien vu par les résidents et les acteurs locaux	99
4.3.5 La diffusion de la vision du développement du Cinéma Beaubien.....	103
4.3.6 L'innovation et la connexion locale et globale du Cinéma Beaubien.....	105
4.4 Conclusion	108
 CHAPITRE V	
PORTRAIT SOCIOÉCONOMIQUE ET DÉMOGRAPHIQUE	
DE ROSEMONT-LA PETITE-PATRIE	
5.1 Introduction.....	110
5.2 Portrait de l'arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie.....	111
5.3 Caractéristiques sociodémographiques et socioéconomiques de la zone d'influence du Cinéma à Rosemont-La Petite-Patrie	114
5.3.1 L'accès à l'emploi.....	115
5.3.2 La transformation des professions	116
5.3.3 Les familles sont devenues plus riches	117
5.3.4 Le rajeunissement de la population.....	118
5.3.5 La scolarité dans la Zone du Cinéma.....	119
5.3.6 La mobilité résidentielle	120
5.3.7 L'accès à la propriété	122
5.3.8 Coûts d'un immeuble locatif dans la Zone du Cinéma.....	123
5.3.9 Portrait des indicateurs socioéconomique et démographique à l'intérieur de la Zone du Cinéma	124
5.4 Marketing territorial et valorisation du milieu	126
5.4.1 Le Cinéma Beaubien : une icône du marketing territorial spontané à Rosemont.....	127
5.4.2 La Zone du Cinéma un endroit devenu à la mode ?.....	132

5.5 Les effets du Cinéma Beaubien sur la trame commerciale de la rue Beaubien ..	132
5.5.1 Un aperçu de la rue Beaubien, secteur du cinéma	133
5.5.2 La rue Beaubien une artère commerciale revitalisée ?	138
5.6 La récupération de la valeur des propriétés résidentielles	139
5.6.1 Entre 1995 et 2001 : la dévalorisation du patrimoine bâti de la Zone du Cinéma.....	141
5.6.2 Entre 2001 et 2009, la reprise de la valeur du patrimoine bâti et de la valeur des terrains	142
5.7 L'évolution des valeurs foncières dans la Zone du Cinéma	146
5.8 Conclusion	146
CHAPITRE VI	
LE CINÉMA BEAUBIEN ET LA CULTURE ONT-ILS CONSTITUÉ DES FACTEURS DE GENTRIFICATION? PERCEPTION DES ACTEURS ET DES RÉSIDENTS	149
6.1 Introduction	149
6.2 Changements démographiques dans le quartier	150
6.2.1 Changements dans l'activité commerciale.....	153
6.2.2 L'accès à la propriété	154
6.3 L'opinion des résidents sur leur milieu de vie	154
6.3.1 La culture et le bien-être dans le quartier.....	155
6.3.2 Les atouts du quartier	156
6.3.3 Les aspects les moins appréciés par les résidents	159
6.4 L'Identité locale, le sentiment d'appartenance et la fierté des résidents du quartier.....	159
6.4.1 Principaux points de repère du quartier	161
6.4.2 La proximité et les liens sociaux.....	162
6.5 La revitalisation commerciale de la rue Beaubien	162
6.5.1 Les commerçants interviewés	163

6.5.2 L'appui aux commerces locaux	163
6.5.3 L'activité commerciale de la rue Beaubien et les effets sur l'emploi local	165
6.5.4 Perceptions des commerçants au sujet de la présence de la culture et du cinéma.....	166
6.6 Gentrification ou revitalisation selon les résidents	171
6.6.1 Perceptions des résidents par rapport à la gentrification.....	172
6.6.2 Les nouveaux arrivants sont-ils des gentrificateurs ?	174
6.6.3 Des nouveaux résidents, une nouvelle classe sociale qui débarque à Rosemont?	176
6.6.4 La culture un facteur d'attraction ?	177
6.7 Les craintes des intervenants.....	178
6.8 La protection communautaire contre la gentrification	179
6.9 Conclusion	182
CHAPITRE VII	
LA CONTRIBUTION DU CINÉMA BEAUBIEN À LA REVITALISATION	
URBAINE À ROSEMONT	
7.1 Introduction.....	184
7.2 Le Cinéma Beaubien : un projet innovateur porteur de développement local....	186
7.3 Les effets de la revitalisation urbaine à Rosemont, la contribution du Cinéma Beaubien.....	187
7.4 Le Cinéma Beaubien : un facteur de gentrification?.....	193
7.5 Conclusion	197
CONCLUSION	
199	
ANNEXE A	
FORMULAIRE DE CONSENTEMENT	
204	
ANNEXE B	
GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES ACTEURS LOCAUX :	
COMMUNAUTAIRES ET INSTITUTIONNELS	
207	

ANNEXE C	
GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES COMMERÇANTS	211
ANNEXE D	
GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES RÉSIDENTS.....	215
ANNEXE E	
LISTE D'ACTEURS INTERVIEWÉS	217
ANNEXE F	
DOSSIER CARTOGRAPHIQUE	218
RÉFÉRENCES.....	263

LISTE DES FIGURES

Figure	Page
3.1 La zone du cinéma dans l'arrondissement	63
4.1 L'effet structurant de l'initiative locale.....	78
4.2 Le maillage d'action et le montage financier de la relance.....	86
4.3 Cinéma Beaubien.	89
4.4 Promotion de réduction des couts de transport entre BIXI Montréal et les cinémas du Parc et Beaubien	105
4.5 Relance du Cinéma Beaubien	107
4.6 Renforcement et expansion du Cinéma Beaubien 2013-2017	108
5.1 Le territoire d'étude : Zone du Cinéma.....	115
5.2 Évolution des professions dans la Zone du Cinéma. 1996-2011	117
5.3 Population des 15 ans et plus sans certificat ou diplôme (en %). 1996-2011 ..	120
5.4 Ilots critiques à l'intérieur de la Zone du Cinéma.....	125
5.5 Le Cinéma Beaubien comme facteur de marketing territorial	131
5.6 Un panneau publicitaire de l'arrondissement.....	134
5.7 Une affiche sur un tronc d'arbre.	134
5.8 Un peintre au parc Molson.....	135
5.9 Le piano public.....	135
5.10 Les musiciennes au parc Molson.	136
5.11 Des commerces de proximité sur la rue Beaubien.	136
5.12 Commerce de proximité sur la rue Beaubien.....	137

5.13	Évolution du nombre des permis d'occupation commerciale	138
5.14	Catégorie des commerces présents dans la Zone du Cinéma en 2011	139
5.15	Variation de la valeur des propriétés dans la Zone du Cinéma. 1995-2001 ...	144
5.16	Variation de la valeur des propriétés dans la Zone du Cinéma. 2001-2016. ..	145

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
1.1 Synthèse des critiques à la thèse de « la classe créative » de Richard Florida ..25	
1.2 Synthèse des approches dominantes dans le développement local par la culture32	
2.1 Des concepts-thèmes aux outils d'analyse.....56	
3.1 Entrevues.....69	
3.2 Vue partielle de l'outil conçu pour le traitement des entrevues pour les résidents72	
3.3 Vue partielle de l'outil conçu pour le traitement des entrevues pour les commerçants.....73	
3.4 Vue partielle de l'outil conçu pour le traitement des entrevues pour les intervenants communautaires et institutionnels.....73	
4.1 Perception des intervenants, des résidents et des commerçants sur le Cinéma Beaubien dans le quartier.....101	
5.1 Indicateurs socio-économiques de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie et de la Ville de Montréal, 2011113	
5.2 Taux de chômage dans la Zone du Cinéma Beaubien, dans l'arrondissement et dans la ville - 1996-2011.116	
5.3 Revenu moyen des familles (\$) entre 1996 et 2011118	
5.4 Population de 65 ans et plus. 1996-2011119	
5.5 Mobilité résidentielle 1996-2011121	
5.6 Logements occupés par un locataire. 1996-2011122	
5.7 Coût mensuel pour un locataire (en dollars). 1996-2011123	
5.8 Portrait socio-économique de synthèse. 2011124	

5.9	Zone du Cinéma. Indicateurs socio-économiques. Synthèse. 2011	126
5.10	Mise en vente des logements. Site Internet Realtor.ca. 2016.....	127
5.11	Mise en vente des logements. Site Internet Du proprio. 2016	129
5.12	Valeur moyenne des propriétés en dollars,1996-2011	140
6.1	Opinion des acteurs sur la revitalisation de Beaubien	170
6.2	La perception des acteurs sur la gentrification.....	181

LISTE DES ABRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES

ACFAS	Association canadienne-française pour l'avancement des sciences
ACI	Association canadienne de l'immeuble
CDEC	Corporation de développement économique communautaire
CEGEP	Collège d'enseignement général et professionnel
CLD	Centre local de développement
CRISES	Centre de recherches sur l'innovation sociale
ES	Économie sociale
FIFEM	Festival du film pour enfants
IPSA	International Political Science Association
ISQ	Institut de la statistique Québec
OBNL	Organisme à but non lucratif
PME	Petites et moyennes entreprises
RACRPP	Regroupement d'art et culture de Rosemont-La Petite-Patrie
RPP	Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
SAQ	Société des alcools du Québec
SCC	Secteurs culturels créatifs
SDA	Société de développement Angus

RÉSUMÉ

Notre recherche porte sur le rôle de la culture dans les démarches de revitalisation urbaine portées par des organismes communautaires. Elle vise à vérifier si ce type d'initiatives peut favoriser le développement des quartiers, à dégager les effets de ce type d'initiatives sur les dynamiques foncières, immobilières, commerciales et résidentielles, et à analyser les effets des changements provoqués par ces initiatives sur la population locale en termes d'identité et d'engagement avec le développement de leur quartier. Nous posons l'hypothèse que le choix de la culture peut rallier l'ensemble des organismes présents sur le territoire et que cela peut agir comme catalyseur favorisant l'élaboration de stratégies inclusives qui ont un effet positif sur le quartier en termes d'activité économique et de cadre de vie et renforcent la participation citoyenne, la mixité sociale, la vitalité culturelle et commerciale. Nous analysons le cas du Cinéma Beaubien, que nous plaçons dans le contexte de la revitalisation du quartier Rosemont amorcée par une coalition d'acteurs dans laquelle la CDEC de Rosemont—La Petite-Patrie a assuré le leadership. À travers la trajectoire du Cinéma Beaubien nous documentons le processus de revitalisation jalonné par la participation de divers types d'acteurs locaux. Ce processus a été amorcé par l'action collective et non par le marché, ce qui explique selon nous pourquoi nous ne voyons pas dans ce cas les effets négatifs associés à la gentrification provoquée par la plupart des processus de revitalisation associés à la culture. L'étude a été réalisée à partir de la consultation des divers documents statistiques, d'un examen détaillé du rôle d'évaluation de la Ville de Montréal sur une période de 20 ans et d'entrevues avec divers acteurs. Nous parvenons à démontrer que le Cinéma Beaubien a été un facteur de revitalisation et de revalorisation de la zone, y compris des propriétés, mais cela ne se traduit pas par l'éviction des résidents de longue date. Bien au contraire, les citoyens se sentent redevables de l'action collective liée à cette entreprise d'économie sociale, dans laquelle ils se voient comme parties prenantes et dont ils se sentent fiers. Nous avons montré l'effet territorial d'une initiative ancrée dans l'action collective et dans l'économie sociale. L'expérience du Cinéma Beaubien s'est transformée en une innovation sociale qui se diffuse et qui est imitée par d'autres expériences à Montréal et ailleurs au Québec.

Mots clés : Revitalisation urbaine, Initiative locale, développement local, action communautaire, gentrification, économie sociale, Rosemont, Cinéma Beaubien.

INTRODUCTION

Le phénomène de la mondialisation de l'économie a provoqué l'effondrement du système fordiste d'organisation industrielle, ainsi que la remise en question de l'État keynésien et de son modèle de régulation (Aglietta, 1976; Mistral et Boyer, 1983; Boyer 1986; Lipietz et Bronsard, 1984). Ce bouleversement économique mondial n'affecte pas tous les territoires de la même façon (Benko et Lipietz, 1992 ; Sassen, 2007 ; Fol et Cunningham, 2010). Le monde moderne construit à partir de l'État-Nation avait apporté une certaine stabilité de la qualité de vie aux citoyens, surtout à l'époque du fordisme avec l'omniprésence de l'État social (Mingione, 2016). Cependant, l'État n'est plus capable de répondre aux problèmes les plus criants des citoyens et se montre impuissant pour assumer le défi que représente la gouvernance des villes et des territoires. La diversité croissante de la société rend cela difficile.

Les formes de transition vers un « nouvel État social » tendent à accentuer les inégalités sociales et les discriminations envers les groupes les plus vulnérables qui sont sous-représentés en matière de politiques. Plus encore, le prolongement de la crise entraîne une augmentation du nombre de personnes en besoin de protection, comme les chômeurs de longue durée, les familles pauvres, les immigrants et les minorités victimes de discrimination. (Mingione, 2014)

De nombreux auteurs soutiennent que les changements inhérents à l'émergence d'un modèle économique fondé sur l'économie informationnelle (Castells et Himanen, 2002), les réseaux mondiaux (Scott, 2001), la concentration des fonctions de gestion dans les villes devenues « les villes globales » (Scott, 2001; Sassen, 2007), l'évolution du marché du travail (Castel, 2008 et 2009; Lavielle, 2008; Tremblay, 2008a, 200 b), et, plus récemment, le numérique et l'intelligence artificielle

(Beckouche, 2017; Vallancien, 2017; Bienaymé, 2016), affectent le rapport entre la société et l'État et conduisent à l'inefficacité des institutions à l'échelle nationale, soit précisément celles qui avaient assuré la cohésion sociale dans les nations (Sassen, 1996).

Tout cela a conduit à une profonde réorganisation du système productif. Les villes ont été affectées sévèrement par cette crise, ce qui a entraîné une perte d'entreprises et d'emplois industriels et provoqué d'importantes fractures sociales et territoriales. (Moulaert *et al.*, 2007 ; Moulaert, 2009 ; Klein, 2014). Dans les pays dits développés, anciennement industrialisés, le processus de globalisation de l'économie a favorisé la conversion vers un nouveau système de production inscrit dans un capitalisme de type cognitif et culturel (Scott, 2014). Les territoires sont contraints de s'engager dans des processus de compétitivité pour attirer les investissements en mettant de l'avant leurs ressources (infrastructures, équipements et environnement) ainsi que les éléments culturels du lieu (patrimoine hérité et valeurs symboliques). Les territoires avec leur charge culturelle deviennent les lieux privilégiés pour une nouvelle économie libéralisée axée sur l'information et les connaissances (Castells, 1996). Pour Pecqueur,

... le « fordisme » comme modèle type du développement du capitalisme industriel avait mis en scène une économie a-spatiale pour laquelle les conditions culturelles, qui distinguent les lieux de production et de répartition n'importent pas. Aujourd'hui, on peut avancer l'idée qui aurait été, il y a peu encore, jugée hasardeuse, que le territoire lui-même puisse être un gisement de compétitivité où l'on voit que la productivité des entreprises (et plus généralement leur compétitivité) est largement tributaire de la qualité de leur environnement géographique immédiat. (Pecqueur, 2014, p. 199)

Les instances gouvernementales, les institutions privées et publiques sont intéressées à créer les conditions propices pour rendre plus attractives leurs villes et leurs régions en faisant de grands investissements afin de mieux les équiper face à la concurrence

mondiale des territoires et favoriser ainsi la croissance économique à travers une stratégie de marketing territorial qui inclut les activités culturelles (Benko, 1999).

Ceci reflète certainement une transformation importante dans l'analyse de la ville. Dans toute l'histoire du capitalisme, l'économie et les activités culturelles ont été considérées comme séparées. Le capitalisme était un phénomène différent de la culture et en opposition à l'esprit humaniste de l'art. (Scott et Leriche, 2005). Ce que plusieurs auteurs ont désigné comme « l'économie culturelle », se superpose aux espaces antérieurement occupés par l'économie industrielle, notamment dans les anciens quartiers centraux et péricentraux (Hutton, 2008; Ambrosino et Andres, 2008; Andres, 2010; Andres et Grésillon, 2011; Cuenya et Corral, 2011). Ainsi, l'émergence de l'économie culturelle fait partie d'une nouvelle division spatiale du travail à travers les régions et à travers le monde, entraînant la concentration des industries culturelles dans certains quartiers particuliers des villes globales et la dévitalisation d'anciens quartiers industriels caractérisés par l'appauvrissement et la marginalisation de ses habitants (Sassen, 2001). Les effets économiques et sociaux ont été parfois brutaux avec des effets nuisibles sur une cohésion sociale de plus en plus fragilisée (Castells, 2008 ; Trudelle *et al.*, 2016), mais, en même temps, ils ont favorisé l'émergence de projets alternatifs visant une autre mondialisation.

Klein *et al.* (2009, p. 14) signalent que « La crise du fordisme engendre une régulation plus flexible, plus décentralisée et les politiques de développement donnent plus de place aux acteurs ». Ainsi, de nouvelles formes d'exercice de la gouvernance apparaissent et de nouveaux acteurs y participent, ce qui favorise l'émergence d'initiatives locales, dans certains cas proposées et stimulées par l'État et, dans d'autres, suscitées par la participation et la pression de la société civile.

Cette structuration de l'espace mondial décrite ci-dessus cache un autre processus : la mise en scène des collectivités locales aussi bien sur le plan économique que sur le plan social. À cet égard, le Québec est un bon exemple. Le développement socio-

économique du Québec repose sur de nombreux types d'acteurs parmi lesquels on compte l'économie sociale et l'action communautaire (Klein, Laville et Moulaert, 2014; Klein *et al.*, 2014).

Notre problématique théorique et conceptuelle s'inscrit dans cette perspective et s'intéresse à tester la pertinence et les effets d'un modèle décentralisé de développement culturel (Markusen et King, 2003). Cette perspective se déploie à plusieurs échelles. À une échelle micro locale, qui est celle de notre étude, le concept à appliquer est celui de cluster culturel (Stern et Seifert, 2010), qui convient bien à l'analyse des processus axés sur la culture de proximité. Les clusters culturels sont constitués de divers types d'intervenants culturels concentrés dans des infrastructures et des espaces qui favorisent des échanges et des relations de proximité. Ils favorisent l'animation sociale dans les quartiers et ont un effet sur leur reconnaissance à la fois par les résidents locaux et par les résidents d'autres quartiers (Markusen, 2006a).

Dans le cas de Montréal, les anciens quartiers industriels ont affronté une crise économique sévère et par conséquent un processus de dévitalisation économique des collectivités qui les habitent. Mais ce processus a aussi entraîné la revitalisation sociale de certaines de ces collectivités, dans les cas où les acteurs socioéconomiques se sont mobilisés pour défendre ses acquis (Fontan *et al.*, 2005).

C'est dans ce contexte de crise qu'ont émergé les Corporations de développement économique communautaire (CDEC).

L'objectif central que se donnent les CDEC est de promouvoir la concertation des acteurs présents dans leur quartier. Leur but est d'amener les acteurs à se concerter et à mettre en œuvre des projets de développement de nature partenariale, à se mettre en relation et à découvrir des objectifs communs. Elles visent à appuyer l'entrepreneuriat local afin de créer des emplois locaux et de contribuer à l'employabilité des sans-emploi. L'espace d'action des CDEC étant celui des quartiers, des arrondissements, leurs actions mettent en évidence le potentiel des territoires locaux en tant que cadre d'un type

d'action collective ancrée dans le mouvement social. (Klein *et al.*, 2009, p. 34)

À Montréal les acteurs communautaires, qui ont travaillé longtemps dans le développement économique et social en prônant principalement la création d'emplois, depuis les années 2000 se tournent vers la culture comme levier de développement local.

Dans les nouveaux modèles qui se mettent en œuvre dans les territoires, un aspect émerge comme étant prépondérant. Il s'agit des actions inscrites dans le domaine de la culture. La culture joue un rôle prioritaire dans le rapprochement des acteurs. C'est vers le milieu des années 1990 que l'on commence à s'intéresser au rôle de la culture dans le développement des territoires. Plusieurs auteurs ont mis en relief l'effet des actions culturelles sur les liens sociaux, sur l'identité et sur les rapports de confiance nécessaires au développement des territoires. (Klein, 2017, p. 7)

Dans cette nouvelle dimension culturelle, nombreux sont les projets qui ont été lancés dans les différents quartiers de la ville, telles que le Cinéma Beaubien (Rosemont-La Petite-Patrie), le théâtre Paradoxe (Pointe-Saint-Charles), les ateliers d'artistes (Saint-Marie et Mile-End), le Festiblues (Ahuntsic). Il s'agit dans tous ces cas de projets culturels portés par les organisations de la société civile en vue de favoriser la vitalité territoriale. Les acteurs communautaires considèrent ainsi que les projets culturels de développement local ont un effet structurant dans leur territoire.

Klein et Shearmur (2017) signalent qu'à Montréal dans les années 2000 s'installe une nouvelle mentalité en ce qui concerne le développement urbain. Cette nouvelle mentalité privilégie la mixité des fonctions urbaines et des classes sociales. La concertation en lien avec la culture devient un moyen pour arriver aux compromis sociaux à l'échelle des quartiers. « La Ville de Montréal et les acteurs locaux font le

choix de la culture comme axe de développement et de promotion », soutiennent Klein et Shearmur (2017, p. 8).

Dans une approche plus décentralisée de l'action culturelle, Klein et Shearmur (2017, p.8) signalent que « les organismes Culture Montréal, le Chantier de l'économie sociale et les Corporations de développement économique communautaire (CDEC) mettent de l'avant une approche axée sur les quartiers culturels, option qui rallie l'ensemble des acteurs locaux ».

C'est en relation avec cette dynamique que nous avons voulu effectuer notre recherche en prenant comme cas d'étude le Cinéma Beaubien à Rosemont, une initiative locale de développement de type culturel en cours depuis les années 2000. Cette nouvelle façon d'aborder le développement territorial de façon intégrée à travers des projets culturels menés par une diversité d'acteurs locaux permet aux collectivités locales de favoriser des transformations sociales qui améliorent les conditions de vie.

Les projets culturels de développement peuvent avoir un effet positif sur la revalorisation des quartiers. La revitalisation urbaine par la culture de proximité est susceptible de restaurer des liens sociaux brisés par des pratiques inappropriées de développement urbain centrées sur des rénovations physiques et focalisées sur les centres urbains.

Notre recherche porte sur la relance du Cinéma Beaubien en 2000 comme stratégie de développement local dans un secteur de Rosemont qui a été dévitalisé. Le fait que le cinéma ait été considéré par les citoyens comme un actif culturel a permis à travers la mobilisation des résidents la sauvegarde de ce lieu de diffusion de la culture qui risquait de disparaître. Le mouvement communautaire représenté par la CDEC a pris en charge l'enjeu de récupérer cet actif culturel et de le mettre au service de la communauté à partir d'une perspective nouvelle, celle de l'économie sociale, et de

déclencher dans le secteur un processus de développement à partir d'une perspective de la participation citoyenne élargie, jouant sur plusieurs champs sectoriels et intersectoriels.

À travers notre recherche sur le Cinéma Beaubien, nous voulons analyser l'évolution de cette initiative locale, ainsi que ses effets territoriaux. Cette étude nous permettra de savoir si cette initiative a eu des effets sur l'imaginaire, l'identité locale et le sentiment d'appartenance des citoyens, conditions essentielles dans la construction sociale du territoire et la soutenabilité des changements socioéconomiques (Pecqueur, 2005, Pecqueur, 2007).

Dans cette recherche, nous nous demandons comment et à quelles conditions, une initiative locale de nature culturelle peut contribuer au développement économique et social d'un quartier dans le cadre d'une métropole comme Montréal.

Par notre recherche, nous cherchons à étudier le rôle de la culture dans les démarches de revitalisation urbaine portées par des organismes communautaires, à vérifier si ce type d'initiatives peut favoriser le développement des quartiers défavorisés, à dégager les effets de ce type d'initiatives sur les dynamiques foncières, immobilières, commerciales et résidentielles et à analyser les effets des changements provoqués par ces initiatives sur la population locale en termes d'identité et d'engagement pour le développement de leur quartier.

Nous posons l'hypothèse que le choix de la culture peut rallier l'ensemble des organismes présents sur le territoire et que cela peut se traduire par l'élaboration de stratégies inclusives qui ont un effet positif sur le quartier en termes d'activité économique et de cadre de vie renforçant ainsi la participation citoyenne, la mixité sociale, la vitalité culturelle et commerciale.

Notre thèse est structurée en sept chapitres. Dans le chapitre I, nous présentons la problématique de la recherche. Tout d'abord nous analyserons les nouveaux regards

sur le développement du territoire. Ensuite nous aborderons les différentes approches du développement local par la culture; d'abord l'approche descendante, centralisée et élitiste et, ensuite, l'approche ascendante, décentralisée et inclusive. Nous terminerons ce chapitre en confrontant la gentrification et la revitalisation urbaine intégrée, les deux effets possibles des projets de développement territorial par la culture.

Dans le chapitre II, nous présentons les concepts opérationnels, les variables et les indicateurs qui nous permettront de vérifier nos hypothèses et de répondre aux questionnements que nous posons par rapport aux effets de la culture sur le développement local. Les concepts opérationnels de la recherche sont : l'initiative locale de développement, le leadership, la gouvernance et le territoire. Nous mobiliserons aussi les concepts de développement territorial intégré et de gentrification.

Dans le chapitre III, nous présentons l'approche méthodologique appliquée pour la réalisation de notre recherche. Les objectifs que nous avons visés nous ont amené à adopter une approche de recherche qualitative et exploratoire basée sur l'étude de cas. D'abord, nous présenterons les questions et hypothèses de recherche, puis les principaux aspects de la recherche empirique.

Le chapitre IV (Recherche empirique) a été consacré à l'étude du cas du Cinéma Beaubien. Nous présentons l'émergence et l'évolution de cette initiative locale de développement de type culturel. Nous examinerons le leadership, la participation des acteurs à la gouvernance locale, la mobilisation des ressources ainsi que les effets des actions collectives dans la construction d'une identité locale et d'un sentiment d'appartenance.

Dans le chapitre V, nous dressons un portrait socioéconomique et sociodémographique de la zone d'étude. Pour ce faire, nous procéderons en cinq

étapes. Nous présenterons en premier lieu un bref portrait de l'arrondissement où se trouve le cinéma. En deuxième lieu, nous décrirons l'évolution du quartier dans les 20 dernières années à l'aide d'indicateurs sur les changements économiques et sociaux intervenus dans un périmètre d'influence du cinéma que nous avons appelé Zone du Cinéma. En troisième lieu, nous nous intéresserons au rôle du Cinéma Beaubien dans le marketing territorial, notamment à travers les arguments de vente utilisés lors de la vente de propriété. En quatrième lieu, nous nous pencherons sur les effets de la relance du Cinéma Beaubien sur la trame commerciale de la rue Beaubien dans laquelle se situe le cinéma. Puis, en cinquième lieu, nous analyserons les fluctuations des valeurs foncières des alentours du cinéma.

Dans le chapitre VI, nous présenterons les résultats des perceptions des résidents et des autres acteurs locaux vis-à-vis de la contribution de la culture aux changements intervenus dans leur cadre de vie, et nous observerons les liens entre ces changements et la présence du Cinéma Beaubien. Nous avons organisé le chapitre comme suit : premièrement nous présentons les opinions sur les changements démographiques dans le quartier. Deuxièmement, nous dégageons l'opinion des acteurs sur leur milieu de vie. Troisièmement, nous présentons la perception des acteurs concernant l'identité locale, le sentiment d'appartenance et la fierté. Quatrièmement, nous présentons leurs opinions sur la revitalisation commerciale de la rue Beaubien. Cinquièmement, nous analysons leurs opinions sur la gentrification et la revitalisation. Sixièmement, nous abordons les craintes des intervenants par rapport à la gentrification du lieu. Finalement, nous identifions les éléments qui agissent comme facteurs de protection communautaire contre la gentrification.

Dans le chapitre VII, nous interpréterons les résultats de notre recherche. Nous confirmerons, ainsi, que les initiatives locales de type communautaires en utilisant la culture comme stratégie de développement territoriale jouent un rôle important dans la revitalisation urbaine à Montréal. Ce chapitre est divisé en trois parties : le Cinéma

Beaubien vu comme un projet innovant porteur de développement, les effets de la revitalisation urbaine à Rosemont et le constat d'un processus de gentrification perçu positivement par les résidents de la zone d'étude.

Pour finir, dans la conclusion générale nous soulignerons les principaux apports théoriques et empiriques de notre recherche, ainsi que ses limites. Notre recherche pourrait ainsi servir d'inspiration à de nouvelles études sur le sujet.

CHAPITRE I

CADRE THÉORIQUE : LE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL ET LE RÔLE STRUCTURANT DE LA CULTURE

1.1 Introduction

L'objectif de ce chapitre est d'exposer la problématique de la recherche. Tout d'abord, nous analyserons les nouveaux regards sur le développement du territoire. Ensuite, nous aborderons les différentes approches du développement local par la culture : d'abord, l'approche descendante, centralisée et élitiste et, ensuite, l'approche ascendante, décentralisée et inclusive. Pour terminer, nous nous pencherons sur la gentrification et la revitalisation urbaine intégrée, deux effets possibles des projets de développement par la culture.

1.2 Le développement territorial à l'heure de la mondialisation

Dans le modèle fordiste de production capitaliste, le territoire était vu comme un réceptacle des matières premières et des ressources pour les entreprises. Le développement du territoire était géré par l'État de façon descendante (Top-down) à travers des politiques publiques et programmes d'aménagement du territoire. Les acteurs clés étaient l'État et les grandes entreprises. Le rôle que les auteurs attribuaient à l'espace dans ce contexte se limitait au choix de localisation en fonction des facteurs liés au coût de la distance. Par contre dans le modèle postfordiste, le

territoire est vu comme ayant un rôle actif. Le développement dans le postfordisme est vu comme un processus socio-territorial dans lequel les acteurs locaux ont un rôle actif et agissent en réseau avec les acteurs globaux (Ben Hassen, 2012), donnant ainsi lieu à une nouvelle approche en géographie économique (Klein et Guillaume, 2014).

Les enjeux du développement soulevés dans le cadre de la mondialisation et du postfordisme sont avant tout économiques, ce qui signifie l'adaptation du tissu socioéconomique local aux mutations issues de la mondialisation (Kosianski, 2011). La crise de la régulation fordiste de l'organisation de la société capitaliste a donné lieu à la dissociation des normes de production et de consommation dans les espaces nationaux et cette crise s'est manifestée par la désagrégation socio-territoriale des systèmes nationaux développés sous le fordisme (Fontan *et al.*, 2005). Ce nouveau contexte de déstructuration capitaliste ouvre la voie à la légitimation « de la part des acteurs sociaux, des prises de décision annonçant l'émergence de nouvelles trajectoires de développement » (*Ibid.*, p.18). De nouvelles conditions de croissance et de nouvelles logiques de production et d'appropriation des résultats de cette croissance sont ainsi favorisées. (*Ibid.*, p. 19). C'est ainsi que dans les territoires concernés, des preneurs de décision politiques et économiques favorisent des formules ancrées dans les territoires locaux « comme l'auto-développement, le développement endogène, le développement autocentré, le développement intégral, etc. » (Bellemare et Klein, 2011, p. 5).

Un changement de paradigme quant à la façon de concevoir le développement territorial émerge ainsi :

Le territoire local, vu dans toutes ses configurations en tant que région, en tant qu'agglomération et en tant que quartier ou district urbain, devient la base à partir de laquelle il est possible de générer des initiatives et des projets de développement économique qui mobilisent la société civile. L'évidence de la crise du fordisme, mais aussi la mise à jour des dynamiques innovantes de certains milieux caractérisés par l'intégration productive locale des activités économiques, confèrent de la crédibilité et valident cette nouvelle vision du

développement que l'on nommera dès lors développement local, dans laquelle prévaut la société civile (Bellemare et Klein, 2011, p. 5).

Bellemare et Klein (2011) font référence aux changements provoqués par la globalisation et, citant Alain Touraine, nous parlent de l'émergence du paradigme actionnaliste qui impose le retour de l'acteur dans l'analyse sociale. Sous cet élan, les sciences du développement redécouvrent le lieu comme dispositif territorial où s'expriment les revendications de la société civile en termes de développement.

Pour Greffe et Pflieger :

Le développement local implique une bonne organisation des relations entre les acteurs d'un territoire pour faire le diagnostic des ressources locales, élaborer en commun un projet de développement et entreprendre des investissements qui s'appuieront mutuellement. Le projet de développement traduit ici la volonté d'infléchir ou de dépasser les déterminismes qui ont joué défavorablement pour le territoire concerné, de se protéger contre les aléas, de permettre aux agents de communiquer entre eux. En reconstruisant l'identité d'un territoire et en stimulant la mise à jour des initiatives possibles, une meilleure communication contrarie les forces qui poussent des activités à quitter un territoire ou à empêcher l'attraction d'activités nouvelles. À travers la communication et le partage de références, des initiatives locales peuvent ainsi engendrer des images positives, retisser les liens entre des milieux éclatés, développer les complémentarités requises, marchandes ou hors marché. (Greffe et Pflieger, 2005, p. 30)

Le territoire est devenu ainsi un ancrage important pour des stratégies de développement (Glon et Pecqueur, 2016), ainsi qu'un facteur de grandes mutations, étant donné les composantes sociale et culturelle de la production (Klein et Roy, 2013). En particulier, les villes font valoir leur potentiel créatif dans le monde globalisé (Sassen, 2011). Pour Kosianski (2011), le territoire est un espace socialement organisé, le territoire « n'est donc ni un espace donné (postulé), ni un espace prédécoupé, ni même une colocalisation d'agents : il est le résultat d'un

processus de construction et de délimitation par ses acteurs » (*Ibid.*, p. 85). En conséquence, signale Kosianski citant Itçaina et Palard (2007) le développement territorial,

[..] n'est pas le fruit d'une suite de stratégies entrepreneuriales individuelles et isolées : il est avant tout la résultante de conditions « culturelles » favorables et d'un système d'action qui associe étroitement, sur un territoire donné, des représentants de l'ensemble des sphères d'activité directement impliquées : économique, politique, social (Kosianski, 2011, p. 85).

Selon Kosianski, cette vision du territoire permet l'intégration des institutions locales et régionales dans l'analyse économique, reconnaissant ainsi le rôle que celles-ci peuvent jouer dans le développement.

Selon Pecqueur et Peyrache-Gadeau (2010, p. 620) l'approche du développement par le territoire,

... est fondée d'abord sur les organisations productives localisées et leurs capacités à s'autoréguler en lien avec des structures sociales et institutionnelles et à évoluer sous l'effet de perturbations exogènes ou d'innovations endogènes. L'analyse se concentre sur les enjeux du développement, où ce sont davantage les projets humains qui comptent et moins les interactions entre lieux. Les résultats portent sur la spécificité des réponses, sur la singularité des trajectoires et des modes de gouvernance.

Pour Greffe et Pflieger (2005, p. 20)

Les approches en termes de projets, de partenariats, de quasi-contrats, de capital social, etc., ont montré que le développement local dépendait aussi de la capacité des acteurs locaux à savoir identifier les forces et les faiblesses de leur territoire, formuler de nouveaux projets et gérer leurs ressources en commun. Pour y arriver, il convient que ces acteurs partagent en commun un minimum de valeurs et de références, ce qui souligne le rôle de la culture, prise ici dans son sens large.

À cet égard Leloup (cité dans Pecqueur et Peyrache-Gadeau, 2010) signale que, « l'ensemble des agencements, des propositions et décisions faisant l'objet d'une construction collective », contribue, avec l'ensemble des normes et des règles qui aident les acteurs à se coordonner, à impulser le développement des territoires.

La mondialisation, qui consiste essentiellement en l'interconnexion des marchés et qui crée des liens de cause à effet de plus en plus denses entre les acteurs économiques, produit en même temps des dynamiques et des procédures singulières de création de ressources. Bien sûr, cela donne de nouvelles possibilités pour les collectivités locales, lesquelles peuvent élaborer des actions publiques renouvelées autour de la dynamisation des initiatives d'acteurs et de l'amélioration de la performance des territoires, ce qui se traduit par l'amélioration aussi bien du vivre que de la performance des entreprises qui s'y rattachent. Cependant, ces possibilités ne peuvent constituer un modèle crédible d'adaptation de nos sociétés au monde global qu'à certaines conditions. En premier lieu, rappelons que le développement local des territoires ne vise pas le repli sur soi, mais une adaptation à la mondialisation. Il ne s'agit pas d'autarcie, mais de rééquilibrer les productions de proximité avec celles qu'il faut importer. En second lieu, la démocratie électorale doit trouver un nouveau dialogue avec la démocratie directe et les citoyens. Enfin, il faut qu'existent des lieux et des temps pour la révélation et l'élaboration collective des ressources propres à chaque territoire afin que chaque habitant puisse se reconnecter au monde qui l'entoure et se réapproprier une part de son destin. (Pecqueur, 2014)

1.3 Le développement territorial et les activités créatives et culturelles

Historiquement, la contribution de la culture au développement économique des villes avait suscité peu d'intérêt (Roy-Valex, 2010). Cependant, le passage du fordisme au postfordisme donne lieu à un rapport inédit entre culture et économie. La culture prend un rôle moteur de la croissance économique des sociétés occidentales,

particulièrement en ce qui concerne les activités culturelles associées à la créativité, lesquelles sont devenues un secteur d'intérêt de la nouvelle économie marchande.

Ce sont justement dans ces « Third Spaces » (troisièmes espaces) interstitielles que résident les possibilités pour une intervention créative et pour toute autre expérimentation innovatrice urbaine. Ce sont aussi dans ces endroits où se négocient et se promulguent les questions et les pratiques d'une justice différente, du droit à la ville, et d'une vie urbaine émancipatrice. En effet, à l'intérieur de ces interstices d'une logique commerciale d'urbanisation « globale », se cache avec tout son potentiel énergétique, la possibilité d'une forme et d'une vie urbaine, véritablement humaine (Swyngedouw et Kaika, 2005/2, p. 156).

Greffe et Pflieger (2005, p.17) signale qu'« au cours des deux dernières décennies, des territoires qui avaient perdu leurs activités motrices sous le coup de mutations énergétiques, technologiques et économiques ont mobilisé leurs ressources culturelles pour explorer de nouvelles trajectoires de développement ». Cet auteur signale également que dans le passé les économistes ne se montraient pas intéressés à la contribution que la culture pourrait apporter à l'économie, avec des arguments parfois contradictoires. La culture pour ces économistes avait une influence limitée pour l'économie. Les activités culturelles et le patrimoine étaient vus comme relevant du passé, comme un blocage à la globalisation. « Pour beaucoup d'économistes, la culture et l'économie restaient étrangères l'une à l'autre : on s'inscrivait dans la tradition suivant laquelle la culture était définie par son côté symbolique et l'absence de dimension utilitaire, ce qui tranchait avec une science économique fondée sur l'utilitarisme » (*Ibid.*, 2005, p.17). Cette vision a été exacerbée par une lecture uniquement économiste de la mondialisation : « L'idée que la culture et l'économie constitueraient des champs distincts voire antinomiques au sein de la société est en quelque sorte réactivée par la puissance de la mondialisation actuelle » (Daviet, 2007, p. 4)

1.4 La culture et la revitalisation urbaine, deux approches différentes

Dans cette section nous essaierons de nous approprier du décodage qui a été réalisé par la communauté scientifique pour déchiffrer les nouveaux rapports entre l'économie et les territoires métropolitains, ainsi que comprendre le rôle joué par la culture dans ce processus. Les corpus recensés incluent la diversité de tendances interprétatives des nouvelles formes d'organisation des activités productives et les changements de stratégies urbaines qui réorientent les trajectoires économiques dans la dynamisation des certains secteurs des agglomérations. Notre recension cible les contributions qui mettent en valeur la diversité des réponses locales innovatrices en matière de stratégies culturelles de développement local.

Le caractère multidisciplinaire de l'option culture et développement local se situe au croisement de différentes approches scientifiques, c'est-à-dire, d'une part, les approches provenant des études critiques sur la notion de la classe créative de Florida, source d'inspiration de la « nouvelle politique urbaine » (*New Urban Policy* : Swyngedouw *et al.*, 2002) et sa déclinaison vers la culture et, d'autre part, les contributions provenant des auteurs qui ont étudié des options de développement local alternatif plus inclusif. Ce croisement donne à voir plusieurs thèmes d'analyse : la classe créative (Florida), la ville créative (Bianchini et Landry, 1998), le dividende artistique (Markusen, 2006c), le district culturel (Mommaas, 2004; Sacco et Tabano-Blessi, 2005 b) et le milieu socialement créatif (André et Abreu, 2006 ; 2009). Autour de ces thèmes, se structurent plusieurs approches et façons d'aborder les politiques culturelles, que ce soit en analysant les industries culturelles en soi ou les stratégies plus tangibles de requalification urbaine telles que, l'établissement de clusters culturels (Grefe et Pflieger, 2005; Sagot-Duvauroux, 2011), d'équipements

récréotouristiques (Swyguedouw *et al.*, 2002), ou en se concentrant sur le développement d'initiatives locales plus inclusives, comme le fait par exemple l'approche des quartiers culturels à Montréal (Pilon et Tremblay, 2013).

L'analyse des différentes approches permettra de mettre en lumière deux positions majeures, c'est-à-dire deux manières distinctes d'appréhender le rôle de l'activité culturelle dans le développement des territoires locaux : une approche descendante centralisée, plutôt élitiste, qui vise des résultats économiques, et une approche ascendante décentralisée, davantage inclusive, qui vise la vitalité culturelle de la communauté.

Nous avons examiné un corpus d'articles qui abordent explicitement le concept de classe créative de Richard Florida, des articles qui se réfèrent autant à l'analyse proposée par cet auteur qu'à sa critique. Nous avons ensuite analysé un corpus de textes portant sur certaines expériences de développement local par la culture. Étant donné le caractère pluridisciplinaire du thème sur la culture et le développement local et que ce thème s'inscrit dans un champ théorique en construction, la production des écrits à ce sujet est prolifique. Ces écrits ont des ancrages disciplinaires divers : la géographie urbaine, l'économie culturelle, la sociologie urbaine, entre autres. À partir du thème de la ville créative développé et popularisé par Richard Florida (2002), la culture est devenue pour les leaders publics une option pour faire plus attractifs et compétitifs les territoires. Les activités culturelles rentables seraient susceptibles de favoriser une bonne qualité de vie pour la population. « La nature spécifique des ressources et savoir-faire locaux à une influence sur la mise à jour des produits constitutifs de la nouvelle économie culturelle », affirment Greffe et Pflieger (2005, p. 8)

La culture et les arts ont aussi été utilisés par des organisations à but non lucratif comme moyen de développement, soit par des entreprises indépendantes non capitalistes, d'économie sociale, des propriétés collectives ou du troisième secteur

(Rousselière et Bouchard, 2010). Ce phénomène a été accompagné par des politiques publiques qui valorisant le rôle cohésif de ces associations, génèrent des territoires plus inclusifs. Ce sont ces types d'initiatives qui inspirent notre recherche, soit l'effet des projets locaux portés par des organismes communautaires visant la revitalisation des quartiers.

1.4.1 Approche descendante du développement local par la culture

Comme on l'a dit, dans la société qui émerge de la crise du fordisme, le territoire et ses ressources culturelles prennent une place importante dans les stratégies de développement dans le cadre du nouveau système productif, stratégies qui visent la différenciation des territoires afin d'accroître leur compétitivité dans l'espace mondialisé. Dans cette nouvelle phase du capitalisme, les acteurs territoriaux, sociaux et économiques essayent de s'adapter aux conditions du capitalisme actuel en utilisant le marketing urbain (Benko, 1999; Leriche *et al.*, 2008) et la concentration des équipements culturels dans les espaces centraux des villes, afin d'augmenter l'attractivité et les avantages concurrentiels de leur territoire (Halbert, 2013, Pecqueur, 2007) ainsi que, la rentabilité des investissements privés et publics réalisés dans ces espaces (Swyngedouw *et al.*, 2002).

Dans un contexte de concurrence interurbaine internationale, certaines villes ont mis en œuvre des politiques culturelles ambitieuses pour signifier leur dynamisme et leur différence. La culture est alors instrumentalisée au bénéfice d'une stratégie urbaine globale. En termes d'aménagement, inspirées par quelques opérations réussies, beaucoup de villes souhaitent accueillir un équipement culturel prestigieux, conçu par un architecte de renom. La création d'un grand équipement culturel dans le cadre d'un projet de régénération urbaine porte plusieurs ambitions : création de nouveaux pôles de centralité et restructuration urbaine, revalorisation foncière, changement d'image. Au-delà de la satisfaction des besoins des populations locales, ces

équipements s'inscrivent dans le cadre de stratégies de développement urbain et économique. (Vivant, 2007, p. 50)

Dans ce contexte, les politiques culturelles sont perçues comme des outils de restructuration urbaine et de développement économique (Bailey *et al.*, 2004 ; Darchen et Tremblay, 2013). Elles sont au service du marché et les autorités qui les instrumentalisent suivent une logique commerciale orientée sur l'accessibilité et la consommation des produits et biens culturels. Il s'agit d'une marchandisation de la culture. Les différentes stratégies déployées (district culturel, massification du tourisme, événement culturel médiatisé, équipement et infrastructure culturels centralisés), que ce soit en matière d'aménagement du territoire ou de développement touristique, sont mobilisées pour le positionnement interurbain. Les villes d'Édimbourg et de Bilbao ont fait le choix de ce type des stratégies urbaines de développement. Il s'agit davantage d'une approche quantitative de la culture (Hall, 2000; Scott, 2000; Hutton, 2008) qui évacue d'entrée de jeu les questions d'ordre social.

Au-delà de la satisfaction des besoins des populations locales, ces équipements s'inscrivent dans le cadre de stratégies de développement urbain et économique. Par exemple, le musée Guggenheim de Bilbao, par l'architecture ambitieuse et originale de Franck O. Gehry, est la figure de proue d'un projet de revitalisation urbaine très vaste mettant en jeu l'organisation du territoire, la requalification de friches portuaires et l'affirmation de l'identité basque. (Vivant, 2007, p. 50)

Cette utilisation des équipements et infrastructures culturelles ont suscité des critiques importantes en ce qui concerne aussi bien son efficacité en tant que déclencheur de processus innovateurs (Shearmur, 2010 ; Peck, 2005; Peck *et al.*, 2013) que ses conséquences pour les résidents des villes et les quartiers les plus dévitalisés (Marcussen, 2006a; Vivant, 2007; Chantelot, 2009; Auclair, 2011). Parmi les conséquences évoquées, peuvent être soulignées l'augmentation des prix du sol, et la

gentrification, la déstructuration des quartiers et la dévalorisation identitaire des résidents.

En investissant dans la transformation matérielle de l'environnement bâti et en communiquant sur les atouts du territoire, l'ambition est de nourrir une perception favorable de la part d'acteurs « exogènes » qui aideront au renouvellement du tissu productif et à son inscription dans des chaînes de valeur mondialisées. (Halbert, 2013, p. 118)

1.4.1.1 La classe créative de Richard Florida : l'approche et la critique

La thèse de Florida (2002) sur *la classe créative* s'inscrit dans les thèses sur la nouvelle économie fondée sur l'économie du savoir qui transforme les approches traditionnelles du développement économique. Cette thèse postule que les villes devraient viser à attirer la « classe créative », constituée par les professionnels, les gens des milieux culturel et artistique, ainsi que les secteurs de l'éducation et de la formation. La classe créative englobe les talents nécessaires pour le développement des villes dans une économie globalisée. L'attraction et la rétention des talents sont présentes comme des conditions pour le développement économique des villes d'aujourd'hui, d'où une stratégie d'ouverture de tolérance à la diversité culturelle et de genre.

The super-creative core of this new class includes scientists and engineers, university professors, poets and novelists, artists [...] and other opinion-makers. [...] Beyond this core group, the creative class also includes creative professionals who work in a wide range of knowledge-intensive industries. [...] Doing so typically requires a high degree of formal education and thus a high level of human capital. (Florida, 2002, p. 68-69)

La thèse de la classe créative de Florida a été une source d'inspiration des dirigeants municipaux d'un grand nombre de villes en Amérique du Nord : Baltimore,

Memphis, Michigan, Albuquerque, Milwaukee, Cincinnati, Syracuse, Chicago, entre autres (Levine, 2010 ; Cary et Fol, 2012; Shearmur, 2010). L'attraction des classes créatives est devenue l'idée dominante de la politique urbaine. « La théorie fort médiatisée de la "montée de la classe créative" de Florida (2002) est sans doute celle qui a le plus contribué ces dernières années à faire une large place aux arts et à la culture dans la mesure des avantages compétitifs de territoires » (Roy-Valex, 2010, p. 41). L'intérêt de la thèse de la « classe créative » peut dès lors se mesurer par sa diffusion au sein de nombreux travaux dans le monde entier, lesquels ont par ailleurs contribué notamment en Europe à inclure la culture en tant que champ de recherche en développement des territoires (*Ibid.*, 2009, p. 38)

L'attention médiatique attirée par les travaux de Florida et l'espace qu'ils ont pris dans le débat académique ont effacé d'autres visions, dont celles d'une vie urbaine fondée sur des valeurs plus humanistes, des valeurs qui remontent aux sources mêmes de l'analyse urbaine portées par des auteurs tels Ruskin et Morris, Howard et Geddes, lesquels s'opposaient à la vision économique de l'époque et qui ont proposé une approche centrée sur l'individu et la communauté avec des valeurs spirituelles et culturelles (Pilati et Tremblay, 2007).

Les sources d'inspiration de Florida proviennent des travaux de Jane Jacobs dans les années 1960. Jane Jacobs a introduit le concept de la ville créative, diversifiée et portée à l'innovation. Dans la suite de Jacob, Glaeser a mis de l'avant l'effet de la confiance entre les gens et le capital social. Florida aurait repris ces propositions, mais d'une façon plus limitée, en misant sur une classe de citoyens, les créatifs, et non pas sur l'ensemble de la ville (Pilati et Tremblay, 2007, p. 4).

Selon Chantelot (2009), la sélection des professions créatives de Florida pose problème, car elle ne s'appuie sur aucune mesure objective de la créativité et considère les groupes occupationnels au lieu de s'appuyer sur les activités comme telles. « Dès lors, le regroupement des individus créatifs au sein d'une seule et même

classe autour d'un *éthos* caractérisé par la créativité perd de sa pertinence, car la "classe créative" est professionnellement trop étendue et trop hétérogène : à cet effet, il apparaît fort légitime de se demander si la "classe créative" peut *vraiment* exister en tant que classe sociale » (*Ibid.*, 2009, p. 323). Vivant (2009, p. 9) affirme que « la corrélation entre les différentes catégories de population recensée comme significative de la créativité d'une ville (gays, artistes, diplômés) et la croissance économique de celle-ci n'est pas démontrée ». Thompson *et al.* (1985), Feser (2003), Markusen (2006 c), Levine (2010) et André et Carmo (2010) vont dans le même sens. La posture de Florida s'appuierait surtout sur une interprétation simplifiée de la croissance économique en milieu urbain (Darchen et Tremblay, 2010).

Chantelot (2009), questionne la survalorisation et la pertinence du « *people's climate* » que Florida attribue à la variété des styles et des modes de vie ou encore au dynamisme artistique et culturel stimulé par les individus « *bohémiens* ». Il soutient que « l'interprétation de la relation de causalité entre le climat urbain et la compétitivité économique peut être aisément renversée » et que l'attraction par les villes d'individus créatifs ou de « talent » est surtout consécutive à la présence d'opportunités professionnelles. Par ailleurs, Levine (2010, p. 89), signale que : « la thèse de la classe créative n'est qu'une autre mode chez les universitaires. C'est une démarche qui, par son influence sur les technocrates du développement économique et les dirigeants municipaux, menace de dilapider des ressources précieuses au profit d'efforts futiles pour concurrencer en matière de créativité ». Cette vision n'est pas éloignée de celle de Shearmur (2010) pour qui les preuves empiriques montrent que les thèses de Florida ne sont pas généralisables.

Shearmur (2010, p.123) signale que dans les thèses de villes créatives et de classe créative, il y a une causalité abusive entre le talent et la création d'emploi, soutenant qu'au contraire les professionnels créatifs vont là où il y a une concentration d'emplois bien rémunérés. Selon cet auteur. Il n'y a pas de lien entre développement économique et présence de la classe créative. Shearmur signale :

Florida (2002), par contre, parle d'une « classe créative » constituée de personnes « talentueuses ». Ce vocabulaire reprend des termes à connotation très exclusive. La « classe créative » doit nécessairement se constituer en opposition à une « classe non créative ». Cette autre classe — qui selon Florida comprend à peu près 70 % de la population — est laissée pour compte dans sa théorie. De manière peut-être plus pernicieuse, la notion de « classe » renvoie évidemment aux intérêts de cette classe – intérêts que Florida encourage les villes et municipalités à promouvoir. Étant donné que cette classe comprend par définition les personnes les mieux nanties de la nouvelle économie, l'aristocratie du savoir, le message revient alors à dire qu'il faut que les municipalités contribuent à renforcer les avantages de leurs élites. (Shearmur, 2010, p. 120)

Cependant, même si la thèse de la « classe créative » apparaît impossible de généraliser à l'ensemble des villes et peu applicable en regard des politiques de développement local, elle aura fait une contribution intéressante pour les analyses du territoire, ne serait-ce que parce qu'elle a attiré l'attention sur la place de la culture dans le développement territorial (Darchen et Tremblay, 2010).

Ainsi, pour synthétiser la critique portée par les auteurs à la thèse de Florida, nous pouvons signaler que les grands questionnements sont dirigés vers : les postulats de base, la méthodologie utilisée et la dimension normative (Tableau 1.1).

Tableau 1.1 Synthèse des critiques à la thèse de « la classe créative » de Richard Florida

La critique	Les éléments
Aux postulats de base	<ul style="list-style-type: none"> • La croissance économique des villes est associée à l'attractivité des créateurs. • L'attraction d'individus créatifs est consécutive à la présence d'opportunités professionnelles. • Le « people's climate » est surévalué. • Le rapport de cause–effet entre le talent et la croissance économique dans les villes établies par Florida est abusif.
À la méthodologie	<ul style="list-style-type: none"> • Le concept de la classe créative est ambigu, trop étendu et trop hétérogène. • La corrélation entre les différentes catégories de population considérées comme créatives et la croissance économique n'est pas démontrée. • L'interprétation de Florida de la croissance économique est simpliste.
À la dimension normative	<ul style="list-style-type: none"> • La construction des équipements de prestige pour attirer les gens provoque la gentrification et vise à réintroduire dans le marché des aires dévalorisées. • La gouvernance de la planification urbaine est faite par une élite, ce qui est propice à la ségrégation sociale et à l'exclusion des citoyens.

Source : Élaboration de l'auteur

On peut donc conclure cette section en citant Klein et Tremblay (2010), qui constatent que ce n'est pas l'idée de ville créative de Florida qui est contestée par les auteurs qui l'ont critiqué, et encore moins celle de l'importance de la créativité dans le développement, mais bien son approche, laquelle a été critiquée parce qu'elle est élitiste, individualiste, propice à la ségrégation sociale et à l'exclusion. Il apparaît donc juste et approprié que les villes affichent leur identité et leur décision d'être compétitives en mettant en œuvre des projets dans le domaine des arts et de la culture (Scott et Leriche, 2005). Mais cela ne peut pas suffire pour assurer un développement économique équitable et inclusif dans les villes. Au contraire, cela peut accentuer les fractures territoriales et sociales auxquelles, en principe du moins, on essaie de réagir (Klein et Tremblay, 2010, p. 212).

1.4.2 Approche ascendante et décentralisée

À l'opposé de cette perspective jugée comme élitiste, certains auteurs prônent une approche territoriale intégrée (Moulaert *et al.*, 2004 ; Moulaert, 2009). Le choix de la culture donne aux acteurs qui représentent la société civile la possibilité d'élaborer des stratégies alternatives, plus inclusives (Auclair, 2006). À cet égard Greffe et Pflieger (2005, p. 40) signalent que : « les cultures d'un territoire peuvent favoriser l'intégration sociale des membres d'une communauté. Dans la perspective d'un développement local soutenable, développement économique et développement social doivent aller de pair ».

Selon Klein et Tremblay (2010), la créativité, ainsi que les activités culturelles peuvent être utilisées comme des moyens de promouvoir l'expression des idées de groupes les plus divers et de démarrer des processus inclusifs dans des domaines traditionnellement dominés par les élites politiques et économiques. La stratégie créative devrait viser une ville plus créative, socialement parlant. De ce point de vue,

la démocratisation est directement liée aux mouvements sociaux urbains et à leur demande d'être reconnus comme des acteurs dans le processus de prise de décisions. Donc, avoir une ville créative demande un mode de gouvernance qui favorise la création et l'innovation, mais dans tous les domaines et pour tous, et pas seulement pour quelques-uns. Un mode de gouvernance créatif doit s'assurer qu'il y ait une coopération entre les acteurs, y compris la population la plus défavorisée. Les planificateurs devraient contribuer à cette vision plus ouverte et inclusive de la planification et la gouvernance, afin de veiller à que la ville devienne plus créative et cohésive.

Certains auteurs (Mommaas, 2004 ; Markusen, 2006 ; Auclair, 2011 ; Klein *et al.*, 2017) voient en la culture le moyen de favoriser la cohésion sociale, de voir émerger un sentiment d'appartenance, ainsi qu'une identité collective positive dans les différentes communautés. Sassen (2011), souligne un bon côté dans la mondialisation, soit les possibilités que celle-ci offre en termes de construction des initiatives culturelles inclusives de développement local. Markusen (2006) met en évidence l'apport de la concentration territoriale des artistes dans les centres urbains comme des initiatives capables de participer activement à la croissance économique de villes et au-delà de la ville (la région). De son côté, Auclair (2011, p. 4) signale l'importance d'élaborer des démarches plus ascendantes et des approches plus transversales associant la culture à d'autres champs d'action, et d'accorder une place plus grande à la démocratie locale. Cet auteur met l'accent sur des villes qui :

... mettent en place des politiques environnementales, s'engagent dans la mise en valeur de toutes les richesses du territoire, qu'elles soient alimentaires, culturelles ou patrimoniales, et cherchent à promouvoir de nouvelles relations plus conviviales entre tous les acteurs du territoire. Le principe partagé par toutes ces expériences conduit à développer des projets en valorisant le niveau local et les notions de proximité, tout en cherchant à éviter les pièges de l'autarcie, de l'enfermement et des tentations passéistes. En effet, dans ces expériences, relocaliser ne signifie pas s'isoler, et les projets s'accompagnent d'échanges, de mobilités et de mises en réseau (Auclair, 2011, p. 4)

Il nous semble qu'aujourd'hui la prise de conscience plus marquée des enjeux culturels accentue et renforce cette attention accordée au local, et de ce fait au territoire, et remet la question de la place et du rôle des habitants au centre des projets. Dans ces réflexions, on note l'importance de sauvegarder et de promouvoir les richesses locales, c'est-à-dire, aussi bien les paysages et les patrimoines que les traditions, les savoirs faire et expressions créatives et artistiques.

1.4.3 La territorialisation du développement par la culture

Dans une perspective théorique et conceptuelle, un grand nombre de travaux académiques proposent des formes déconcentrées et inclusives de développement culturel, qui s'inspirent des approches postfordistes du développement économique et de concepts formulés dans les années 1980, tout en les remettant en cause. Retenons-en trois : le cluster culturel, inspiré des clusters discutés par M. Porter, le district culturel, inspiré des districts industriels marshalliens redécouverts par G. Beccatini et le milieu créatif, inspiré des milieux innovateurs abordés par P. Aydalot.

1.4.3.1 Le cluster culturel

Selon Stern et Seifert (2010), les clusters culturels sont constitués de divers types de créateurs culturels concentrés dans des infrastructures et des espaces qui favorisent des échanges et des relations de proximité entre eux. Leurs actions deviennent le cœur d'une économie locale diversifiée et durable, qui favorise l'animation sociale dans les quartiers et ont un effet sur leur reconnaissance à la fois par les résidents locaux et par les résidents d'autres quartiers. S'inspirant du cas de Minneapolis-St. Paul, Markusen soutient que « des espaces artistiques disséminés ou des petits

clusters répartis dans l'espace génèrent une myriade de pratiques et d'expériences artistiques qui attirent les habitants, animent les quartiers (accroissant du même coup la sécurité et dynamisant le commerce local), drainant des nouveaux commerces et des nouveaux artistes » (2008, p. 218).

1.4.3.2 Le district culturel évolué

Les travaux de Sacco et Tavano-Blessi (2005 b) Sacco, *et al.* (2008), et de Chapple *et al.* (2010) mettent l'accent sur des projets à une échelle plus large qui comprennent plusieurs quartiers ou arrondissements. L'idée est de faire interagir la créativité et l'innovation dans une perspective de complémentarité entre les secteurs culturels créatifs (SCC) et les autres activités de développement, d'une part, et, entre les actions citoyennes et les programmes publics, d'autre part.

1.4.3.3 Le milieu social créatif

Les travaux d'André (André et Abreu, 2006 ; André et Carmo, 2010) abordent le concept de milieu social créatif. Ces auteurs favorisent la création et le transfert de connaissances entre les acteurs et les organisations concernés par la culture et l'ensemble des acteurs de la gouvernance urbaine. La culture locale et la créativité qui émergent habilitent les communautés, surtout dans les quartiers les plus en difficulté, à développer des stratégies socialement créatives associées à la connaissance, à l'identité collective et à la participation citoyenne (André et Carmo, 2010).

1.4.4 Synthèse des approches dominantes dans le développement local par la culture

À partir de l'analyse des thèses présentées précédemment, nous avons dégagé deux façons distinctes d'appréhender le rôle de la culture dans le développement des territoires locaux. À l'aide d'un tableau, nous synthétiserons les principaux points de vue des auteurs consultés (Tableau 1.2). Il faut préciser qu'il est parfois difficile de classer de façon définitive les auteurs dans une ou une autre section, leurs positions n'étant pas hermétiques et évoluant avec le temps. Néanmoins, ce tableau, construit à des fins didactiques, permet une meilleure visualisation des positionnements des auteurs en regard des recherches qu'ils mènent. Le classement des auteurs étudiés ne vise donc qu'à mieux saisir les différents cadrages et interprétations qui se dégagent de l'état de la connaissance sur ce sujet afin de mieux comprendre les choix théoriques et méthodologiques que nous ferons dans notre thèse. D'un côté, nous distinguons une approche qui vise la croissance et l'attractivité des villes, surtout de leur centre-ville à travers la classe créative, les clusters culturels, les industries culturelles et qui inscrivent la culture dans le tourisme et le développement commercial. Les objectifs suivis par ces approches sont la compétitivité, la croissance économique, l'attractivité, la visibilité, les rapports multi scalaires et la connectivité globale aux marchés. Les principaux acteurs impliqués selon ces approches sont les acteurs privés et les leaders politiques locaux (section (A) du tableau 1.2). Les principales critiques à ces approches s'articulent d'ailleurs sur les inconsistances théoriques et méthodologiques de la notion de « classe créative » de Florida et le caractère exclusif et élitiste de celle-ci, ainsi que sur les conséquences des politiques inspirées par cette approche : la centralisation de la culture, le processus de gentrification et de fragmentation socio territoriale, l'exclusion sociale et le déficit démocratique. Les auteurs qui s'y rattachent ne considèrent pas les inégalités d'accès de l'offre culturelle (section B du Tableau 1.2).

À l'opposé, nous regroupons des travaux qui proposent une approche qui voit la culture dans une perspective de développement territorial intégré (les sections C, D et E du Tableau 1.2). Les auteurs qui prennent cette position stipulent que l'accès culturel constitue un levier d'action et permet d'établir des ponts avec les autres domaines d'intervention. La culture est mise de l'avant pour lutter contre la dévitalisation territoriale à travers le développement social. La culture favoriserait ainsi la démocratie participative, la mobilisation citoyenne, le travail collectif et la solidarité communautaire. Dans cette approche l'innovation sociale dans la culture est envisagée comme un processus de co-construction, de coopération et d'intégration sociale. Dans ce cadre, l'objectif des projets culturels est d'arriver à un mieux vivre pour tous, c'est-à-dire atteindre le progrès social et changer les images stigmatisantes qui marquent négativement les espaces dévitalisés. La plupart des projets sont portés par les citoyens, acteurs communautaires et le secteur public. Les projets concrets étudiés par les auteurs sont portés par des réseaux et par la concertation de partenaires locaux et extra locaux.

Tableau 1.2 Synthèse des approches dominantes dans le développement local par la culture

Thèmes	Auteurs	Concepts	Échelles territoriales	Conclusions Recommandations
(A)				
Revitalisation des centres urbains par la concentration d'équipements culturels. Revalorisation de la rente foncière. Compétitivité urbaine. Marketing territorial. Attractivité touristique. Revitalisation de friches industrielles. Industrie culturelle. Clusters culturels. <i>Gentrification</i> Urbanisation néo-libérale.	Florida (2002). Landry (2001). Bianchini et Landry (1998). Precedo <i>et al.</i> (2010). Avilés-Ochoa et Cañizales-Ramírez (2015). Pratt (1997)	Classe créative Ville créative Revitalisation urbaine Clusters de créativité Industries culturelles. Nouvelle politique urbaine	Grandes villes américaines Centres urbains européens. Cas de Bilbao et de Barcelone	Formation d'une classe créative comme moteur de développement. Création des clusters culturels type industrie culturelle. Création des réseaux multi scalaires <i>Gentrification</i> des centres urbains. Des recommandations pour les décideurs politiques. Prospérité urbaine. Création d'emplois culturels L'ouverture des marchés extérieurs des biens culturels. Rentabilisation économique des arts et de la culture. Événements culturels médiatisés.
(B)				
Critique à la Thèse de la classe créative de Florida et la ville créative de Landry et Bianchini.	Kresl (2012) Shearmur (2010). Roy-Valex, (2010). Levine (2010). Rousselière et Bouchard (2010). Peck (2005). Mommaas (2004). Darchen, et Tremblay (2010). Chantelot (2009). Bourdin (2008). Markusen (2006). Scott et Leriche (2005)	Classe créative Ville créative non inclusive	La ville et les centres urbains	Déficit de participation citoyenne. Instrumentalisation de la culture. Création d'emplois culturels. Clientélisation de la culture. Exclusion sociale.

(C)				
Politiques urbaines	Swyngedouw <i>et al</i> (2002). Precedo <i>et al.</i> (2010). Borja (2007.) Rius et Sanchez (2015). Keil et Boudreau (2010/1.)	Nouvelles politiques urbaines	Les villes	Limites du développement urbain entrepreneurial. Les dérives des projets sociaux de revitalisation urbaine par la culture vers une approche entrepreneuriale. Des recommandations pour les décideurs politiques sur le développement économique et politiques culturelles. Transformations physique, sociale et symbolique des territoires.
(D)				
Revitalisation de friches industrielles par la culture. Le rôle des artistes dans le développement local. Développement local par la culture. Le développement territorial intégré. Les territoires créatifs.	Gravari-Barbas (2010). Vivant (2007). Markusen (2008). Leriche <i>et al.</i> (2008) André et Abreu (2006). Tremblay <i>et al.</i> (2014). Borja (2007). Scott et Leriche (2005). Pilon et Tremblay, (2013). Stern et Seifert (2010). Moulaert, (2009). Auclair (2006, 2011). Yúdice (2003). Sacco et Tabano-Blessi (2005)	Projet culturel. Pôles culturels. Quartiers culturels Culture de proximité Urbanisme citoyen. Urbanisme social	Quartier de Mylos à Thessalonique-Grèce. Quartier culturel New Town et Mille Park à la ville Johannesburg. St-Paul Minneapolis Ville-région. Montemor-o-Novo, Portugal. Cinéma Beaubien Rosemont -La Petite Patrie.	L'apport des métiers d'artiste au développement économique et social local. Déconcentration spatiale des districts culturels. Augmentation des pratiques artistiques. Dynamisation du commerce. Sécurisation des lieux. Des recommandations pour les décideurs politiques, la culture et la recherche. Innovation sociale. Inclusion sociale. Estime de soi collective. Participation citoyenne. Renforcement identitaire. Création des réseaux locaux de sociabilité. Construction d'un « entre soi ». Retournement des stigmates. Concertation et partenariat. Sentiment d'appartenance. Renforcement de la cohésion sociale.
(E)				
Transformations sociologiques d'un quartier. <i>Gentrification</i> . Développement local par la culture	Bidou-Zachariasen et Poltorak (2008). Lehman-Frisch (2008). Rius-Uildemolins et Posso-Jiménez (2016)	<i>Gentrification</i> sociale et spontanée. Gentrification socialement acceptable. Quartiers culturels. <i>Empowerment</i> des citoyens par la culture. Contregentrification	Quartier Sainte-Marthe à Paris. Le quartier de la Mission à San Francisco. États-Unis	<i>Gentrification</i> sociale par les acteurs. Le rôle « pionnier » des artistes dans le développement local. Mouvements de résistance. Renforcement des liens sociaux. Mixité sociale.

Source : élaboration de l'auteur

1.4.5 Gentrification vs revitalisation urbaine par la culture

Il est connu que des effets de gentrification peuvent avoir lieu comme résultat des interventions culturelles dans les quartiers. Cela est dû à l'incapacité des résidents économiquement plus démunis d'assumer les conséquences de la hausse des prix fonciers et des changements en termes des services offerts par la structure commerciale ou par les organismes présents (Grefte et Pflieger, 2005; Lanoir, 2011). Mais il a été aussi démontré que des modalités de gentrification socialement acceptables existent (Ghaffari *et al.*, 2017). Dans le cas que nous étudierons, il faudrait savoir si de nouvelles couches de résidents se sont installées dans le quartier Rosemont comme résultat de la revitalisation amorcée par le Cinéma Beaubien et si ces nouveaux résidents ont modifié ou nui aux anciens résidents.

Rappelons que, selon la définition de Glass (1963), « la gentrification désigne le processus à travers lequel des ménages appartenant aux classes moyennes et supérieures s'installent dans des vieux quartiers populaires situés au centre-ville, réhabilitent l'habitat vétuste et dégradé et remplacent progressivement les anciens habitants » (Glass cité dans Bourdin, 2008, p. 23). Dans les années 1980, Neil Smith (1996) avance l'idée que la gentrification a surtout un contenu économique. Pour lui, la gentrification est le fruit des marchés fonciers et immobiliers attirants pour les gentrificateurs des valeurs foncières faibles avec un potentiel de valorisation dans le futur, ce qui est connu comme le *Rent-Gap*. Parallèlement, pour David Ley (1994) ce phénomène est le résultat des changements dans la structure économique et de l'emploi, la gentrification étant fortement associée aux changements dans la structure productive de biens à la production de services.

Dans la communauté académique le concept de la gentrification, ainsi que les effets négatifs ou positifs que celle-ci peut entraîner, sont très débattus. Les positions parfois sont extrêmes; pour certains auteurs (Hamnett, 2003; Freeman, 2005 ; Butler,

2007; Atkinson, 2000 ; Lees et Davidson, 2010), voir la gentrification comme susceptible de produire une revitalisation urbaine équivaut à occulter son potentiel d'exclusion sociale. Le concept de gentrification prend de l'ampleur dans le nouveau contexte de la mondialisation. La gentrification s'inscrit dans le nouveau modèle de développement territorial postfordiste et est recherchée par les politiques urbaines d'inspiration floridienne.

Cependant, à l'heure actuelle, le concept de gentrification ne peut pas être réduit à la définition classique associée au déplacement des résidents. Elle est devenue beaucoup plus complexe. Comme le signalent Janoschka *et al.* (2014), nous pouvons considérer la gentrification comme le mécanisme, chaque fois plus intense et central, de l'époque contemporaine du capitalisme avancé et globalisé. Bien que la gentrification soit devenue un phénomène global, comme le signalent Janoschka *et al.* (2014) elle ne peut pas être vue de manière univoque, il faut tenir compte des spécificités locales, régionales et nationales qui déterminent les formes que peut prendre la gentrification dans les différents lieux où elle se manifeste, lesquels présentent des conditions sociales, politiques et économiques qui varient. La façon classique de voir la gentrification a donc évolué et les situations de gentrification se sont multipliées (Authier et Bidou-Zachariassen, 2008).

1.5 Une gentrification aux effets positifs est-elle possible ?

La gentrification peut prendre des trajectoires différentes. Les contextes dans lesquels elle se développe pourraient donner lieu à des situations qui ne ressemblent pas à celles exposées dans des recherches plus classiques, comme celles réalisées par Ruth Glass, par exemple. C'est ainsi que plusieurs auteurs (Rius-Ulldemolins *et al.*, 2016 ; Janoschka et Sequera, 2014; Diaz-Parra et Rabasco-Pozuelo, 2013; Boldrini *et al.*,

2014, Sabatini *et al.*, 2009) donnent à voir des processus où l'effet de la gentrification dépend de la densité ou des capacités sociales des résidents, de la force de leur identité et des formes de gouvernance adoptées, si bien qu'il est possible que, dans certaines circonstances, la gentrification ait des effets positifs et ne provoque pas l'éviction des résidents locaux (Ghaffari *et al.*, 2017).

Rius-Ulldemolins et Posso-Jiménez (2016) signalent que face à la gentrification, la culture peut avoir des effets positifs qui valorisent des quartiers (« *barrios* ») marginalisés et stigmatisés. Cette image positive renforce l'identité et l'*empowerment* des citoyens, créant des mouvements sociaux qui forcent la formation de coalitions entre groupes d'artistes et la communauté locale. Rius-Ulldemolins et Posso-Jiménez (2016), à travers l'exemple de *Gethsémani (Cartagena de Indias)* en Colombie et *El Raval* (Barcelona) en Espagne, montrent des situations où les résidents se sont investis pour conserver les éléments identitaires menacés par les opérations de rénovation urbaine et ont réussi à les mettre à contribution pour donner à voir un autre type d'intervention sur le territoire, des interventions plus inclusives (Voir aussi Battaglia et Tremblay, 2011). À travers des projets alternatifs et de l'intervention culturelle, les artistes ont pu jouer un rôle important dans la mise en œuvre de projets alternatifs forgeant de nouvelles alliances et en proposant de nouveaux plans visant à contrer l'expulsion urbaine et l'exclusion sociale. Des coalitions formées par des intervenants culturels, des artistes et une partie de la communauté locale traditionnelle ont influencé les administrations locales et ont donné lieu à un type de gentrification régulé par les acteurs locaux.

Certains travaux ciblent la résistance à la gentrification et la voient comme des occasions de lutte pour les mouvements sociaux, de dénonciation de processus cachés de rénovation urbaine. Casgrain et Janoschka (2013), ont étudié des processus de gentrification en Amérique latine et observent que la participation et la lutte des citoyens peuvent empêcher, ralentir ou infléchir les processus de gentrification. À partir d'exemples étudiés dans la ville de Santiago, il est possible de voir l'action de

comités où des résidents de la classe ouvrière s'allient avec des professionnels, artistes et commerçants, pour mener des actions de protection des *barrios* et imposer la protection d'éléments du patrimoine dans le plan d'urbanisme.

Boldrini et Malizia (2014) ont étudié le processus de gentrification à *San Miguel* de Tucuman en Argentine, à travers les cas des marchés *El Abasto* et *del Norte* situés dans le centre historique de *San Miguel*. Ces deux marchés devaient être éliminés pour faciliter la reconversion urbaine par le capital immobilier. Les auteurs font voir deux réalités, celle du marché de *El Abasto* où la résistance des résidents et des travailleurs contre l'élimination du marché a été infructueuse et où le processus de gentrification s'est consolidé avec des séquelles d'exclusion sociale et d'appauvrissement des résidents. D'autre part, dans le cas du marché de *El Norte*, le processus de gentrification a été ralenti par la participation et la mobilisation citoyenne, c'est-à-dire par un mouvement de contre-gentrification. Les résidents ont fait face au pouvoir des promoteurs immobiliers et des instances politiques qui tentaient de faire disparaître le marché ce qui a empêché la progression du processus gentrificateur dans le secteur.

Dans une perspective similaire, Diaz-Parra et Rabasco-Pozuelo (2013), observent des cas à Montevideo et à Buenos Aires. Dans ces exemples, les couches populaires ont été les protagonistes de mouvements pour le droit à vivre en ville. Dans les deux cas, les mouvements sociaux se sont appuyés sur l'administration publique pour contrer les dynamiques du marché. Dans les deux cas, l'action collective des citoyens s'est produite dans les moments initiaux de la revalorisation du sol signalant ainsi l'importance du contrôle social et politique du sol urbain¹.

¹ Pour d'autres cas nord-américains ou européens voir Ghaffari *et al.*2017.

Ces exemples indiquent l'existence de processus de gentrifications qui ont eu des réponses diverses en termes de stratégies pour affronter les processus négatifs de celle-ci, processus qui, dans tous les cas sont motivés par la résistance citoyenne, forçant ainsi une alliance entre gentrifiés et gentrificateurs, favorisant un contrôle social de la régulation des changements associés à la reconversion urbaine et mettant de l'avant des propositions culturelles qui renforcent l'identité locale des citoyens.

1.6 Conclusion

L'intégration des activités culturelles avec d'autres types d'activités permet à la communauté locale de mieux réagir face aux changements et profiter des opportunités offertes permettant de restaurer des liens sociaux brisés par les stratégies traditionnelles de revitalisation urbaine et de rebâtir de nouveaux consensus sociaux (Lareau, 2016). Ainsi, les retombées potentielles du développement local par la culture sont multiples, et ces retombées s'accroissent lorsque l'ensemble des dimensions du développement est géré de façon intégrée (Lanoir, 2011).

À travers le cas du Cinéma Beaubien étant donné que l'initiative locale de développement est portée par le mouvement communautaire, nous voulons vérifier s'il y a eu un effet structurant de cette action dans le territoire. Il faudrait savoir s'il y a eu un changement important dans le quartier, comme le recherchaient les acteurs communautaires qui ont participé à l'opération de sauvetage du Cinéma. Est-ce que le cinéma s'inscrit dans un nouveau type de développement économique plus large ? Est-ce que le développement de la culture et de la création a contribué à un processus de revitalisation de type élitiste ? Et est-ce que les effets provoqués par le sauvetage et la consolidation du cinéma se rapprochent d'un processus de gentrification ? Voilà les principaux questionnements qui inspirent cette thèse.

CHAPITRE II

CADRE CONCEPTUEL

2.1 Introduction

Comme nous l'avons évoqué précédemment, la crise de la régulation fordiste de l'organisation de la société capitaliste a donné lieu à la dissociation des normes de production et de consommation dans les espaces nationaux, et cette crise s'est manifestée par l'atomisation socioterritoriale des systèmes urbains nationaux développés sous le fordisme (Fontan *et al.*, 2005). Ce contexte de déstructuration capitaliste a ouvert la voie pour « des prises de décision annonçant l'émergence de nouvelles trajectoires de développement » (*Ibid.*, p.18). Il a ouvert l'espace pour innover. Dans le cas de Montréal, les anciens quartiers industriels se sont confrontés à une crise économique sévère et par conséquent à de processus de dévitalisation économique des collectivités qui les habitent. Néanmoins le processus de marginalisation provoqué par cette crise a aussi entraîné la revitalisation sociale de certaines de ces collectivités, dans les cas où les acteurs socioéconomiques se sont mobilisés pour défendre les acquis des communautés locales (Fontan *et al.*, 2005).

Parmi ces initiatives, celles opérant dans le domaine de la culture sont devenues fréquentes dans le cadre de la reconversion des anciennes villes industrielles. Nous

étudierons le cas du Cinéma Beaubien à Rosemont, une initiative locale de développement de type culturel, dans le but d'évaluer sa contribution à la revitalisation de la rue Beaubien et ses environs.

Le caractère innovateur de notre projet de recherche se situe dans le fait que ce qui est ciblé ce sont les effets d'une initiative culturelle portée par des acteurs communautaires. Les études qui montrent l'importance des industries culturelles et des actions créatives dans les milieux locaux abondent, comme le montre le portrait réalisé par Klein *et al.* (2017). Mais, il n'existe pas d'étude systématique sur les effets réels des actions culturelles menées par des acteurs communautaires sur le plan du cadre de vie des citoyens.

Notre recherche essaiera de montrer que les projets culturels ancrés dans l'action communautaire donnent à voir des nouvelles aspirations et font émerger des utopies qui mobilisent les citoyens qui deviennent ainsi des co-acteurs des transformations sociales de leur quartier. Ils s'inscrivent dans un modèle de développement où se conjuguent l'échelle locale et l'échelle métropolitaine et où se croisent la perspective sectorielle (l'activité artistique) et la perspective territoriale (le milieu de vie). De plus, cette recherche vise à montrer comment les organismes communautaires et les citoyens contribuent à la revitalisation de l'espace urbain. Les résultats de cette recherche seront utiles pour comprendre l'effet des projets ancrés dans les secteurs créatifs et culturels dans la reconstruction des collectivités locales brisées par la crise de la société industrielle.

Notre hypothèse est que le choix de la culture favorise le ralliement de l'ensemble des organismes présents sur le territoire et que cela permet l'élaboration de stratégies inclusives qui ont un effet positif sur le quartier en termes d'activité économique et de cadre de vie et renforce la participation citoyenne, la mixité sociale, ainsi que la vitalité culturelle et commerciale.

Dans ce chapitre, nous présenterons les grands concepts, les concepts thèmes, qui nous permettront d'aborder les questionnements que nous avons posés par rapport aux effets de la culture sur le développement local. Par la suite nous présenterons les concepts opérationnels et les indicateurs que nous avons sélectionnés pour l'étude.

Les concepts opérationnels

Après avoir défini nos concepts thèmes nous allons décliner nos concepts opérationnels qui, comme le disent Laramée et Vallée (2005), servent à circonscrire les faits observables, à donner des réponses aux questions spécifiques de recherche et à vérifier les hypothèses. Ils serviront aussi à analyser le phénomène à l'étude.

Les indicateurs

Les concepts opérationnels se traduisent par des indicateurs. Il nous a fallu identifier les indicateurs que nous avons jugés les plus pertinents pour pouvoir mener la recherche empirique qui nous permettra de vérifier nos hypothèses et donner des réponses concrètes à nos questions spécifiques. Comme le signalent Durand et Blais (2010, p. 229) « Le passage de la théorie à la vérification exige que l'on mesure des concepts au moyen des indicateurs, ce qui demande d'établir un pont entre l'univers de l'abstraction et l'univers de l'observation et de la mesure ».

Étant donné que les concepts opérationnels constituent une référence trop large pour orienter concrètement la vérification empirique des hypothèses, il faut introduire un deuxième niveau de précision qui suppose la construction ou la formation des indicateurs. À cet égard nous signale Bédard citant Mace (1988, p. 53) :

un indicateur est un instrument permettant d'articuler en langage concret le langage abstrait utilisé à l'étape de la formation du problème et, jusqu'à un certain point, à l'étape de l'énonciation de l'hypothèse [...] et permet de classer un objet dans une catégorie par rapport à une caractéristique donnée. (Bédard, 2011, p.72)

Selon Durand et Blais (2010, p. 230)

Le processus par lequel on passe des concepts abstraits à des indicateurs concrets, c'est la mesure. La mesure est définie comme l'ensemble des opérations empiriques, effectuées à l'aide d'un ou plusieurs instruments de mise en forme de l'information, qui permet de classer un objet dans une catégorie.

Dans la section qui suit nous donnons de façon détaillée les éléments que définissent chacun un nos concepts thèmes, nos concepts opérationnels et les indicateurs sélectionnés.

Les concepts thèmes

Les concepts thèmes nous permettent de nous faire une idée de la réalité dans laquelle nous situons notre étude, comme signale Bédard (2011), le concept thème est la :

Représentation abstraite que les chercheurs utilisent « pour désigner ou circonscrire des phénomènes de la réalité observable, qu'ils désirent étudier scientifiquement. Représentation abstraite d'une réalité observable, elle n'est donc jamais parfaitement conforme au phénomène réel qui, de toute façon, ne peut jamais être complètement connu » (Mace 1988 : 18). Pivots de la méthode scientifique, les concepts sont des instruments qui interviennent au moment de la désignation du problème de recherche. À cette étape les chercheurs les utilisent essentiellement pour reconnaître les éléments ou dimensions qui se rapportent au problème général et également pour préciser les relations établies ou postulées entre ces éléments. (Bédard, 2011, p. 29)

Trois concepts-thèmes, ou pourrait-on dire des entrées conceptuelles vont guider notre analyse : l'initiative locale, la revitalisation urbaine et la gentrification.

2.2 Concept-thème 1 : Initiative locale

Pour analyser l'effet structurant (innovant) d'une initiative locale de type culturel portée par le communautaire dans la lutte contre la dévitalisation sociale et territoriale nous nous inspirons du modèle du développement par l'initiative locale proposé par J.-L. Klein (2005, 2008, 2010, 2011, 2014), un modèle qui a été validé à partir de l'observation de plusieurs expériences (Klein et Champagne, 2011). À cet égard, Klein *et al.* (2011) signalent que les initiatives de développement local sont le produit

d'une dynamique qui se construit de jour en jour, c'est un processus généralement long qui permet aux acteurs locaux de mobiliser le capital social existant ou ancré dans le territoire. Ce capital social « comprend tous les actifs tangibles et intangibles que les collectivités locales peuvent mobiliser pour mettre en œuvre un processus de développement » (Tremblay *et al.*, 2011, p. 189)

L'approche proposée par Klein comprend trois étapes. La première correspond au lancement d'une initiative, c'est-à-dire un projet individuel pensé par un leader ou par un citoyen, ou par des groupes de leaders ou des citoyens, qui se mobilisent pour convaincre d'autres acteurs de la pertinence du projet afin de provoquer leur adhésion, ce qui en fait un projet collectif. (Klein, 2011) dans la deuxième étape, les acteurs mobilisent des ressources endogènes et exogènes pour développer le projet. Ces ressources peuvent être de nature humaine, organisationnelle ou financière. La troisième étape correspond à la transformation du sentiment d'appartenance des acteurs locaux en conscience territoriale. Klein (2011, p. 190) signale que :

L'action collective renforce le sentiment d'appartenance des acteurs au territoire local, ce qui laisse des traces durables dans leurs organisations et institue des pratiques collectives et mécanismes de régulation locale des conflits. La conscience territoriale amène les acteurs à nuancer leurs différences au profit de la collectivité. [...] Cette conscience constitue une base essentielle pour l'action conjointe des acteurs locaux sociaux et économiques, une base d'entrepreneuriat « partenarial ». Elle amène les acteurs à agir ensemble, à se concerter, ce qui augmente leur capacité de réussir leur projet et leur donne du pouvoir.

Le concept-thème Initiative locale, se décline en trois concepts opérationnels : leadership, gouvernance et ressources.

2.2.1 Le Leadership

Pour Klein (2011), les initiatives locales de développement sont fondées sur l'existence d'un leadership socialement construit et sur la capacité des acteurs de mobiliser une grande diversité de ressources aussi bien endogènes qu'exogènes et de les combiner. Klein (2011) considère cruciale l'existence d'un leadership approprié pour garantir la réussite d'une initiative communautaire de développement. Le leadership intervient sous trois formes : individuelle, organisationnelle et socioterritoriale, il s'agit des trois niveaux de leadership, mais aussi de trois phases dans sa construction. Klein signale aussi que les trois formes de leadership sont essentielles pour favoriser l'émergence, la croissance et la consolidation d'initiatives locales. (Klein, 2011, p. 83).

2.2.2 La gouvernance

Le leadership d'une initiative locale est directement lié à la gouvernance. Pour Leloup *et al.* (2005, p.329)

Le processus de gouvernance territoriale permet l'articulation des acteurs situés sur le même site géographique, mais aussi, dans le même temps, il relie les acteurs locaux, les autres territoires et les niveaux macro-économiques globaux du national voire du supranational.

Dans ce scénario, de nouveaux rapports entre les acteurs présents dans un territoire se mettent en œuvre :

La coordination, les négociations rendues nécessaires pour faire évoluer le territoire vers les objectifs souhaités amènent à créer de nouveaux lieux de concertation, de nouvelles techniques d'action et de décision, de nouveaux processus. La gouvernance territoriale qui en résulte repose sur la multiplicité d'acteurs, la définition d'un espace identitaire et l'élaboration d'actions, de productions communes. (*Ibid.*, p. 330).

Dans cette même ligne de pensée Unceta *et al.* (2016, p. 96) signalent que la gouvernance conduit à une diversité de relations à travers lesquelles les agents ayant leurs propres intérêts exposent leurs différences et structurent des arrangements pour trouver des solutions aux situations problématiques et controversées.

« La gouvernance territoriale ou locale est un phénomène complexe porteur de stabilité (compromis et négociation) et d'instabilité (divergence et conflit) au sein duquel des acteurs hétérogènes doivent se mobiliser autour d'un objectif commun. En d'autres termes, elle sous-tend que l'institution publique n'a plus le monopole de l'organisation territoriale, au contraire, le système de décisions comprend la participation d'acteurs aux intérêts différents » (Coissard et Pecqueur, 2007). Cité dans Demoustier et Richez-Battesti, 2010, p.8

Il faut dire aussi que la nouvelle gouvernance territoriale se produit dans un contexte historique dans lequel les acteurs locaux sont appelés à assumer un rôle plus actif dans le développement local, comme réponse au refus de l'État de prendre en charge cette responsabilité dans le contexte de l'économie mondialisée.

2.2.3 Les ressources

La mobilisation de ressources est l'étape où les acteurs mobilisent des ressources endogènes et exogènes dans le but de faire avancer l'initiative de développement. Pour Klein (2011), à cette étape, l'économie sociale procure aux acteurs des ressources qui permettent de faire avancer les projets et en même temps qui légitiment leur leadership.

Les organisations de l'économie sociale fournissent aux projets et à leurs promoteurs le capital social qui leur fait défaut. Elles leur donnent la légitimité nécessaire pour mobiliser d'autres ressources et leur ouvrent la possibilité d'accéder à des réseaux locaux et de plus grande envergure. (Klein, 2011, p. 190)

De plus, Klein signale que :

Les acteurs locaux doivent faire preuve d'une capacité d'agir créative pour utiliser les ressources publiques existantes et pour attirer des appuis du capital privé tout en conservant le leadership local. La mobilisation des ressources se fait dans un contexte où il faut faire pression sur des acteurs qui détiennent le pouvoir politique ou économique. (*Ibid.*, p. 190)

Le fait de l'utilisation des ressources exogènes permet aux leaders l'intégration de leurs collectivités aux réseaux globaux, ce qui permet l'accès à des opportunités de financement et de marché, ainsi qu'à des alliances plus globales avec d'autres acteurs et projets qui agissent et se déploient dans des secteurs connexes. (Klein *et al.*, 2017, p. 24)

2.2.4 L'*empowerment*

L'*empowerment* désigne une double voie, celle du désengagement de l'État des fonctions sociales et économiques qui sont déléguées aux collectivités locales et le besoin des citoyens de prendre leur destin en main dans un processus d'apprentissage collectif. « L'*empowerment* contient une dimension normative qui renvoie aux communautés locales la responsabilité de leur propre destin. » (Jouve, 2006)

L'*empowerment* est mobilisé dans des études concernant de multiples objets. Ainsi, il révèle sa pertinence dans les recherches portant sur les transformations des différents ordres politiques et des États, les mouvements sociaux, les questions de citoyenneté (Jouve, 2006), l'essor des politiques urbaines (Bacqué, Biewener 2013a), la participation des citoyens, des citoyennes aux questions de démocratie participative (Bacqué, Biewener 2013b), les études sur le développement (Calvès 2009). (Guétat-Bernard et Lapeyre, 2017, p. 7)

Pour Mendell :

L'*empowerment* désigne à la fois des mouvements d'opposition contestant le système de l'extérieur ainsi que des associations, des groupes, des mouvements qui inventent et construisent des alternatives participatives à l'intérieur du système, souvent en partenariat et en forgeant des alliances avec divers acteurs, y compris l'État. (Mendell, 2006, p. 64)

Pour sa part, Klein signale que :

La construction des diverses capacités requises pour l'action collective des acteurs est donc cruciale. De nombreux travaux menés aussi bien dans les champs théoriques qu'empiriques ont mis de l'avant le concept de renforcement du pouvoir d'agir (« *empowerment* ») pour caractériser le processus de construction des capacités collectives en vue de mettre en œuvre des processus

durables de développement des territoires (Ninacs, 2008). Le renforcement des collectivités locales concerne donc la dotation des acteurs leur permettant de transformer l'environnement organisationnel et institutionnel dans lequel ils œuvrent et de faire en sorte que leurs initiatives s'inscrivent dans des processus de construction sociale de voies alternatives aux modèles imposés par la globalisation. Dans cette perspective, l'augmentation de la capacité des acteurs et des citoyens à influencer les dynamiques d'évolution qui les concernent aux échelles locales et globales doit être vue comme un pan important du développement des collectivités et du développement d'innovations sociales susceptibles de transformer l'environnement institutionnel. (Klein, 2017, p. 6)

2.3 Concept-thème 2 : Développement territorial

Le concept de revitalisation que nous avons adopté dans notre recherche s'inscrit dans l'approche de développement territorial orienté vers l'innovation sociale proposé par Moulaert (2009). Cet auteur signale que pour penser le développement territorial il est indispensable de prendre en compte le contexte historique, institutionnel et culturel des territoires. Suivre la trajectoire historique et l'encastrement spatial permet, selon Moulaert, l'analyse de la nature et des causes de la désintégration socio-économique d'un quartier urbain ou d'une localité, ainsi que de son potentiel de reprise. Nous partons du constat que le sort de certains groupes, voire de la population entière, est conditionné par le processus d'intégration ou de désintégration du territoire, qui non seulement les « héberge », mais qui est également transformé par leurs actions. (Moulaert, 2009, p. 46). Cette approche permet de capter les éléments tangibles et intangibles qui interviennent dans un processus de revitalisation urbaine durable. À cet égard, Divay *et al.* (2004, p. 157), signalent : « Le développement se bâtit de l'intérieur, à partir des actifs locaux ; les stratégies sont *bottom-up* et le support *top-down* ; la constitution de réseaux de partenaires locaux à

partir d'enjeux donnés crée une synergie qui permet à ces réseaux de s'attaquer, par la suite, à d'autres enjeux ».

Conformément à cette conception du développement territorial nous avons identifié trois concepts opérationnels qui nous permettront de développer les indicateurs pour la recherche empirique en ce qui concerne ce thème : le cadre de vie, l'identité locale et la cohésion sociale.

2.3.1 Le cadre de vie

Un élément important en lien avec le développement territorial est le rapport qui existe entre les conditions de vie d'un quartier et la perception que les résidents peuvent se faire de leur lieu de résidence, c'est-à-dire le niveau de satisfaction que les résidents ressentent par rapport à leur milieu de vie. À cet égard, Divay *et al.* (2004, p. 26) signalent qu'un sentiment de satisfaction favorise l'engagement citoyen et prévient la stigmatisation du quartier. Pour l'analyse du cadre de vie dans le territoire d'étude nous considérerons plusieurs indicateurs tels que l'emploi, les professions, les revenus, les commerces, le logement, les ménages, le vieillissement, l'éducation, la vie de famille et les perceptions des résidents envers les conditions de vie du quartier.

2.3.2 L'identité locale

Les concepts d'identité et d'appartenance seront mobilisés aussi pour l'analyse des effets des projets culturels. Parler d'identité en regard du territoire revient à évoquer la contribution d'un lieu à la formation d'une identité personnelle : « le lien spirituel avec le sol se crée dans l'habitude héréditaire de la cohabitation, écrivait F. Ratzel (1897) ». (Guérin-Pace et Guermond, 2006, p. 289).

Le territoire exprime la projection de structures spécifiques d'un groupe humain sur un espace donné (découpage, occupation, gestion, aménagement...). Il contribue ainsi à fonder l'identité du groupe et à conforter le sentiment d'appartenance et d'appropriation, au sens matériel et symbolique. Il permet aussi la cristallisation des représentations (individuelles et collectives) et des symboles, fondateurs, d'identification et de référence, ainsi que la pérennisation et la reproduction des rapports sociaux. (Belhedi, 2006/4, p. 310)

L'identité est ainsi une dimension essentielle du territoire, or les initiatives locales de nature culturelle peuvent contribuer à la création d'une identité positive et au développement d'une « conscience territoriale » (Klein, 2011), espèce d'énergie transversale à l'ensemble des acteurs qui favorise leur engagement envers leur communauté. Pour Klein (2011) l'identité c'est un actif intangible qui favorise la mobilisation citoyenne. L'intégration des groupes de citoyens qui constituent le territoire a un rôle important dans la création de cette identité. Pour Schlesinger (1990), l'identité différencie les territoires et les groupes qui le constituent.

L'identité est liée à l'action : l'identité ne se représente plus comme étant donnée par la nature, ni comme le simple contenu d'une tradition à laquelle les individus s'identifient [..]. Les individus et les groupes, par le biais de leurs actions, participent à la formation de l'identité, qui est le résultat de décisions et de projets, plutôt que celui de conditionnements et de liens. Ainsi, les habitants d'un territoire partagent un patrimoine culturel, une histoire socioéconomique : c'est le passé-présent. (Kosianki, 2004, p. 404).

Différents cas montrent que les initiatives locales génèrent la revitalisation de leur collectivité lorsqu'elles parviennent à renforcer l'estime de soi des personnes marginalisées et lorsqu'elles transforment les stigmates en emblèmes. Klein (2011, p.186) signale que : « la fierté d'appartenir à un lieu nourrit une identité positive, ce qui constitue une base importante pour le lancement d'initiatives ». Selon ce chercheur, deux éléments doivent être considérés en ce qui concerne la construction de l'identité territoriale positive : la capacité de mener et de réussir des projets et la reconnaissance sociale et individuelle que cette action procure aux acteurs. L'identité constitue un élément fédérateur des différents groupes d'acteurs locaux.

L'éviction des résidents vulnérables évacue aussi les éléments qui façonnent l'identité locale dans un territoire. Comme nous l'avons signalé précédemment, l'identité locale est un ingrédient fondamental du dynamisme local. Nous voulons savoir si le

redéveloppement du Cinéma Beaubien a eu dans le territoire de Rosemont un effet sur l'identité locale et sur le sentiment d'appartenance au lieu.

Un autre aspect qui pourrait affecter la gentrification dans un territoire est la perte de repères identitaires, la perte des liens entre les résidents, la perte du chez-soi. Un tel processus a des effets sur la cohésion sociale et la vie associative dans un territoire. La participation citoyenne est alors affaiblie et un processus d'exclusion s'installe. Nous examinerons le sentiment des résidents en ce qui concerne leur habitat. La présence du Cinéma Beaubien, a-t-elle affaibli ou renforcé les liens sociaux dans le territoire de Rosemont ?

2.3.3 La cohésion sociale

Comme nous l'avons dit précédemment les nouveaux arrangements de l'économie mondiale ont eu comme effet négatif les fractures socio territoriales qui brisent la cohésion sociale des territoires (Klein, 2012). Depuis les premières approches durkheimiennes sur la cohésion sociale, le concept a évolué. La cohésion sociale est un concept complexe qui comporte plusieurs dimensions. Il n'y a pas de véritable consensus sur les indicateurs qui peuvent nous permettre d'étudier la cohésion sociale, même si des variables telles les inégalités, la redistribution et les niveaux d'inclusion peuvent être utilisées. D'une manière semblable, les rapports sur les liens sociaux prennent en compte des facteurs comme l'appartenance (ethnique, territoire), la confiance, les réseaux et *leur* qualité, l'engagement et la participation, etc. (Berger-Schmitt, 2000). (Huang, 2013, p. 74)

Tenant compte des autres dimensions de la cohésion sociale, nous retenons pour nos indicateurs les liens sociaux (Paugam, 2018) et la participation citoyenne (Chevrier, E. et Panet-Raymond, J. (2013).

2.4 Concept-thème 3 : La gentrification

Étant donné la possibilité que les actions de revitalisation urbaine de type culturel aient des effets gentrificateurs, nous avons identifié deux concepts qui nous permettront d'appréhender ces effets sur le territoire et de vérifier leurs conséquences pour les résidents. Comme nous l'avons dit dans le chapitre précédent, la gentrification est un thème très polémique. Défini par Glass (1963), la gentrification est vue comme un « processus à travers lequel des ménages appartenant aux classes moyennes et supérieures s'installent dans des vieux quartiers populaires situés au centre-ville, réhabilitent l'habitat vétuste et dégradé et remplacent progressivement les anciens habitants » (Bourdin, 2008, p. 23). Pour plusieurs chercheurs, ceci reste la principale caractéristique du phénomène de la gentrification. Cependant, il est possible de voir une évolution dans la compréhension de ce thème. D'abord, « les effets négatifs de la gentrification ne se limitent pas au déplacement physique des résidents; la perte de sens de lieu et la marginalisation des résidents de longue date constituent aussi une forme de déplacement social et mental », signale Ghaffari, (2016, p. 26). Mais en plus, plusieurs chercheurs entrevoient la possibilité que la gentrification puisse avoir des effets positifs, du moins de façon indirecte, comme nous l'avons montré dans une recension des écrits sur les conditions pour une gentrification socialement acceptable (Ghaffari *et al.*, 2018).

Pour ce qui est de notre recherche, notre hypothèse soutient que le Cinéma Beaubien s'inscrit dans un processus de revitalisation urbaine dont le leadership est assuré par l'action communautaire, ce qui modifie la dynamique du changement apportée dans le quartier. Les deux concepts opérationnels qui nous permettront de vérifier cette hypothèse sont : la mobilité résidentielle et les valeurs foncières.

2.4.1 La mobilité résidentielle

Comme nous l'avons dit précédemment, un des effets négatifs de la gentrification est associé au déplacement des résidents économiquement vulnérables (locataires, aînées) qui ne sont pas capable d'assumer l'augmentation des coûts des logements due à la revalorisation des propriétés et à la pression exercée par des populations plus aisées. Donc, connaître les mouvements de population dans le territoire d'étude est important pour vérifier si celui-ci est affecté par un processus de gentrification.

2.4.2 Les valeurs foncières

Pour Smith (1996), les changements dans le marché foncier et immobilier ainsi que les types d'investissements réalisés dans le territoire sont révélateurs de processus de gentrification. Des modifications dans la structure des valeurs des propriétés peuvent donc avoir un effet sur les changements de résidents dans un territoire. Nous voulons vérifier dans le territoire choisi pour la recherche s'il y a eu des modifications importantes dans la valeur des propriétés et si, dans le cas où elles ont eu lieu, elles ont entraîné une dynamique de roulement résidentiel.

2.5 Conclusion

Comme nous l'avons dit précédemment, le déclin économique et social d'un nombre important de quartiers à Montréal a favorisé la prise en main de certains enjeux du développement local par des instances et acteurs de la société civile. Les groupes

communautaires, après avoir ciblé surtout l'employabilité et l'accès aux services dans leurs revendications en ce qui concerne la revitalisation urbaine dans les années 1980 et 1990, ont investi depuis les années 2000 aussi le terrain de la culture comme espace favorisant une revitalisation urbaine plus cohésive (Klein et Morrissette, 2014). À travers l'étude en profondeur du cas du Cinéma Beaubien, nous nous proposons d'étudier les effets d'une des actions de ce type les plus importantes menées à Montréal.

Ce chapitre nous a permis d'établir le cadre conceptuel de notre recherche. Trois concepts-thème constitueront les entrées de l'analyse : l'initiative locale, le développement territorial et la gentrification. Ces grands thèmes seront abordés à travers 9 concepts opérationnels et 33 indicateurs (Tableau 2.1). Ces outils, nous permettront d'avoir des indices au sujet des effets locaux des actions communautaires axées sur la culture.

Tableau 2.1 Des concepts-thèmes aux outils d'analyse

Concepts thèmes- Entrées d'analyse	Concepts opérationnels	Indicateurs
Initiative locale	Leadership	Type de leadership
		Vision
		Reconnaissance et légitimité
		Mobilisation des ressources
		Positionnement
		Efficacité
	Gouvernance	Concertation
		Partenariat
	Ressources	Humaines
		Financières
		Organisationnelles
	<i>Empowerment</i>	Capacités individuelles
		Capacités collectives
Transfert des connaissances		
Développement territorial	Cadre de vie	Emploi

		Professions
		Revenu
		Vieillessement
		Éducation
		Vie des familles
		Services (incluant les commerces)
		Logement
		Ménages
	Identité locale	Sentiment d'appartenance
		Fierté
		Valorisation du cadre de vie
		Niveau de satisfaction
	Cohésion sociale	Liens sociaux
Participation		
Gentrification	Mobilité résidentielle	Déplacement
		Changements démographiques
	Valeurs foncières	Valeur des propriétés
		Valeur du sol

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

3.1 Introduction

La recherche que nous allons entreprendre est à la fois fondamentale et appliquée. Elle privilégie la compréhension des phénomènes sociaux et l'avancement de la connaissance, mais aussi l'élaboration de stratégies d'action collective pour la revitalisation des milieux locaux. La recherche sera inductive, exploratoire et qualitative, étant donné que nous voulons documenter la pertinence de nos hypothèses et dégager un modèle interprétatif à partir d'un cas.

Dans ce chapitre, nous présentons l'approche méthodologique qui nous permettra d'atteindre l'objectif principal de notre recherche, à savoir mieux comprendre le rôle de la culture dans la revitalisation urbaine portée par des organismes communautaires. Nous adopterons une approche exploratoire et qualitative basée sur une étude de cas. Premièrement, nous présenterons les questions et les hypothèses qui orientent notre recherche. Deuxièmement, nous présenterons les principaux aspects de notre recherche empirique, à savoir la période et le terrain d'étude, la méthode de l'étude de cas que nous privilégierons, les techniques de collecte d'information utilisées, notamment celle de l'entrevue semi-directive, ainsi que le traitement de l'information et la constitution de nos bases de données. En troisième lieu, nous nous

référerons brièvement aux questions d'éthique et au respect de la confidentialité des répondants ayant accepté de participer à l'étude.

3.2 Les questions et hypothèses de recherche

Notre recherche est basée sur une question principale et trois questions secondaires, ce qui donne lieu à une hypothèse principale et à quatre hypothèses secondaires.

3.2.1 Questions principale et secondaires

La question principale de notre recherche se lit comme suit : dans quelle mesure et à quelles conditions, une initiative locale de nature culturelle telle celle du Cinéma Beaubien peut-elle contribuer au développement économique et social d'un quartier dans le cadre d'une métropole comme Montréal ?

Cette question principale se décline en trois questions secondaires :

- Quel type de modifications économiques et sociales les initiatives culturelles engendrent-elles sur les dynamiques du quartier ?
- Dans quelle mesure les initiatives culturelles favorisent-elles l'augmentation de la valeur des sols urbains qui ont perdu leur valeur comme effet de la crise économique ?
- De quelle manière les effets de la gentrification provoqué par des actions culturelles développées par les acteurs communautaires pourraient être orientés dans une perspective inclusive favorisant le mieux vivre de l'ensemble des citoyens ?

3.2.2 Hypothèses principale et secondaires

Notre hypothèse principale soutient que le choix de la culture peut rallier l'ensemble des organismes présents dans un quartier et que cela peut favoriser la mise en œuvre de processus de revitalisation inclusifs qui ont un effet positif sur le quartier en termes d'activité économique et de cadre de vie et qui renforcent la participation citoyenne.

Cette hypothèse principale se décline en quatre hypothèses secondaires :

- Les initiatives culturelles telles que le Cinéma Beaubien favorisent la mobilisation des différents acteurs locaux ce qui a un effet sur la collectivité locale en général.
- Les initiatives locales de type culturel telles que le Cinéma Beaubien favorisent l'augmentation de la valeur du sol et des propriétés résidentielles.
- L'action communautaire favorise l'émergence de mécanismes de protection de la collectivité locale, ce qui permet d'éviter les effets négatifs associés à la gentrification.
- Le processus entourant le sauvetage et la relance du Cinéma Beaubien montre les éléments d'une modalité de développement local axée sur la qualité de vie et sur la participation.

Ces hypothèses s'appuient sur les analyses que des auteurs ont faites sur divers cas de développement local par la culture, où ils observent des effets sur le capital social des collectivités (Markusen, 2006 et André et Carmo, 2010), sur le développement de capacités collectives des acteurs (Moulaert et Nussbaumer, 2008) et sur le « bien vivre » dans la ville (Novy, 2013). Selon ces analyses, ces initiatives favoriseraient la reconstruction identitaire individuelle et collective et le capital social des collectivités locales.

3.3 La recherche empirique

3.3.1 La période et le terrain d'étude

Notre recherche porte sur une période de trente-sept ans qui s'étend entre les années 1980 et 2017. C'est durant cette période que se sont produits les événements qui pourront aider à mieux comprendre la situation du quartier étudié et l'effet revitalisateur entraîné par le Cinéma Beaubien. Nous considérerons en particulier les changements macro structurels de l'économie des années 1980, la création des organismes de développement économique et communautaire (CDEC) dans les quartiers dévitalisés à Montréal, ainsi que les différentes transformations entraînées par la réouverture du Cinéma Beaubien en 2000.

En ce qui concerne le terrain d'étude, tel que le suggère Aktouf (1987), nous avons tout d'abord établi un périmètre englobant la zone d'influence du cinéma, que nous appellerons « Zone du cinéma ».

Le chercheur doit délimiter les critères qui serviront à cerner la ou les populations de l'enquête (on appelle population le bassin qui contient les

éléments sur lesquels porte la recherche, que ce soit des personnes ou des objets...) et, à l'intérieur de la population, le ou les échantillons précis qui serviront de base matérielle à l'enquête. La définition préliminaire de ces critères (qui doivent correspondre aux objectifs poursuivis) aidera le chercheur à vérifier à l'avance, si oui ou non, avec de tels critères, on a des chances sérieuses de réunir un échantillon suffisamment grand pour satisfaire aux exigences de rigueur de la recherche. (Aktouf, 1987, p. 41)

L'arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie étant trop vaste, la zone établie constitue le territoire et la population appropriés pour mener à terme notre recherche et atteindre nos objectifs. La zone d'étude est délimitée par la 3^e Avenue à l'Est et la rue Bordeaux à l'Ouest, la rue Saint-Zotique au Nord et la rue Bellechasse au Sud. L'aire choisie mesure 561 330 m². C'est la zone que nous avons considérée comme l'aire la plus directement influencée par la présence du cinéma. Cette délimitation nous a permis de recueillir les données appropriées, notamment celles provenant de Statistique Canada. La zone comprend 15 aires de diffusions² (Figure 3.1).

² Les aires de diffusion représentent un territoire géostatistique qui a été développé par Statistique Canada lors du recensement en 2001. Ce territoire correspond à une petite unité géographique formée d'un ou de plusieurs îlots regroupant de 400 à 700 habitants. Il s'agit de la plus petite région géographique normalisée pour laquelle toutes les données du recensement sont diffusées. Ce découpage territorial est régulièrement utilisé afin de cartographier les statistiques socio-économiques du dernier recensement canadien.

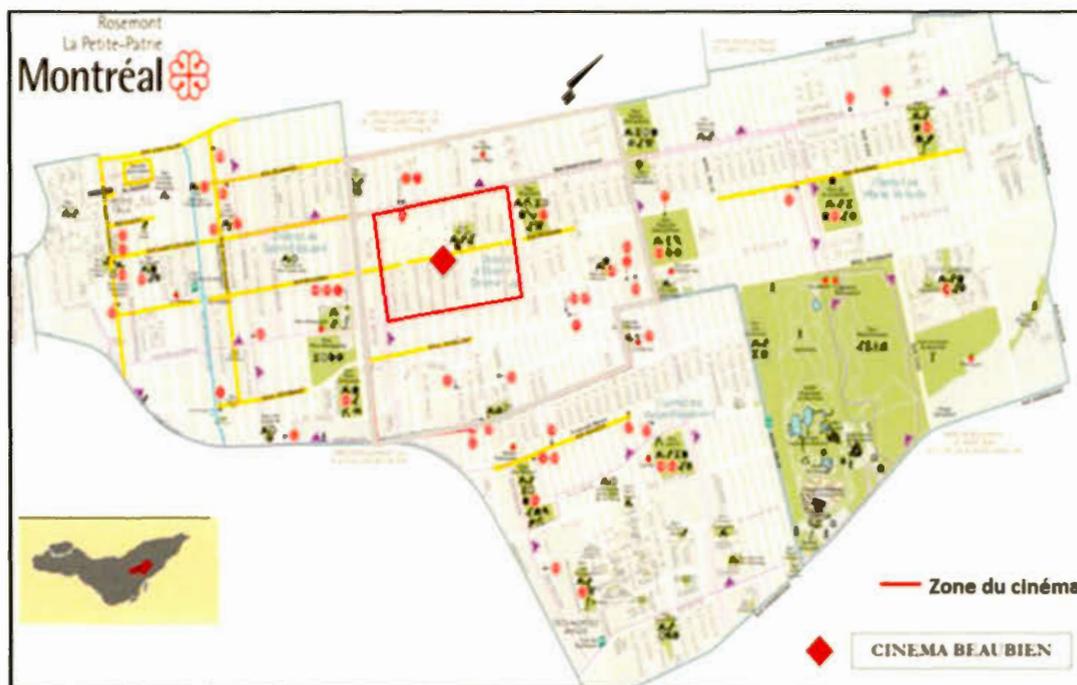


Figure 3.1 La zone du cinéma dans l'arrondissement Rosemont-La-Petite-Patrie à Montréal

Source : Carte de base. Site web de la ville de Montréal. <http://ville.montreal.qc.ca>

La délimitation de la zone d'influence du cinéma a été faite à partir des observations sur le terrain, tenant compte des critères de proximité géographique par rapport aux aires résidentielles et commerciales susceptibles d'être influençables pour le Cinéma Beaubien. Nous avons choisi une délimitation territoriale la plus ajustée possible à la définition de l'unité territoriale d'analyse la plus convenable à l'étude. Bien sûr, c'est une délimitation qui pourrait être discutable. Ce qui nous rassure est que la délimitation de l'aire retenue a été validée auprès des acteurs du quartier lors de la réalisation des entrevues (nous reviendrons sur les entrevues). Il y a eu une correspondance assez proche entre l'aire que nous avons déterminé comme la zone où se fait ressentir l'influence du Cinéma Beaubien et celle que les répondants à nos entrevues ont identifiée.

3.3.2 L'étude de cas

La recherche empirique portera en particulier sur les effets du Cinéma Beaubien sur son aire d'influence. Nous utiliserons la méthode de l'étude de cas. Elle sera menée en trois étapes (décrites plus bas) et s'appuiera sur des données statistiques et qualitatives. Ces données seront recueillies par des recherches documentaires et des entrevues en profondeur de type semi-directif.

L'étude de cas est une des plus répandues en sciences sociales. Roy (2009, p. 200) définit l'étude de cas comme « une approche méthodologique qui consiste à étudier une personne, une communauté, une organisation ou une société individuelle ». La valeur de cette méthode est reconnue notamment pour des recherches exploratoires, comme la nôtre. (Roy, 2009, p. 208) « Grâce à son approche inductive, l'étude des cas devient très efficace pour analyser des réalités négligées par la science et que les théories existantes expliquent mal ou seulement en partie » Roy (2009, p. 209). L'étude de cas nous aide à être plus près des acteurs concernés par la recherche, ce qui apporte des éléments importants pour la compréhension du phénomène étudié et constitue, selon Roy (2009) un « avantage considérable » par rapport à d'autres méthodes.

Il s'agit de mettre la raison au niveau du fait observé, de la soumettre à l'évidence expérimentale. Au lieu d'appliquer des critères aprioristes et généraux (comme une grille de lecture) à une certaine réalité pour en comprendre les caractéristiques, on va au contraire partir de ce qui est observé, du donné sensible (dont se méfient tant les rationalistes) et construire un système explicatif en se basant sur les relations observées concrètement et directement dans la situation étudiée. Ensuite, on envisagera de généraliser, preuves à l'appui, à toutes les situations semblables. Au lieu d'aller du général au particulier (déduire) comme précédemment, on va aller du particulier au général (induire). (Aktouf, 1987, p. 21)

Un cas, au sens de l'étude de cas, constitue la manifestation spécifique d'un phénomène complexe (Quentin, 2012). Pour Leplat (2002, p. 2) « Un cas est un objet, un événement, une situation constituant une unité d'analyse ». Mais le cas représente une partie de la réalité qui s'inscrit dans un contexte « qui ne doit pas être négligé. » Le cas doit donc être étudié dans son contexte.

La grande force de la méthode de l'étude de cas est de fournir une analyse en profondeur des phénomènes dans leur contexte, d'offrir la possibilité de développer des paramètres historiques, d'assurer une forte validité interne, c'est-à-dire que les phénomènes relevés sont des représentations authentiques de la réalité étudiée (Gagnon, 2005, p. 2)

3.3.3 La collecte des informations

L'étude de cas peut faire appel à plusieurs techniques de cueillette d'information, à savoir : l'observation, l'entrevue semi-directive ou l'analyse du contenu (Hamel, 1997, p. 103). Dans notre cas, les données empiriques proviendront de deux sources : des documents et des entrevues.

3.3.3.1 La recherche documentaire

L'analyse documentaire se fera à partir de plusieurs types de documents :

- Des bases de données statistiques produites par les organismes officiels ou produits par les centres de recherches : Statistique Canada (Recensements : 1996, 2001, 2006 et 2011) documents de l'Institut de la statistique Québec (ISQ), documents de la Ville de Montréal et de l'arrondissement (RPP), publications officielles, plans d'action et rapports d'activités des organismes

communautaires produits entre 1990 et 2015 autres documents produits par les milieux gouvernementaux et des documents des partenaires privés.

- Des articles publiés dans les journaux, des sites Internet des organismes, entreprises et institutions.
- Le registre d'évaluations foncières réalisées par la Ville de Montréal. Le but de la consultation de ce registre a été de repérer les changements de valeur des propriétés et du foncier dans le quartier. Nous avons recensé les fiches du rôle de l'évaluation foncière du quartier entre les années 1995 et 2016. Pour les années 1995 et 2001, nous avons recensé 1200 adresses (extraite à partir des fiches micro filmées recensées directement aux archives municipales de la Ville). Pour les années 2009 et 2016, le nombre d'adresses recensées a été de 1500 (fiches d'évaluation des adresses recensées à partir du site web de la Ville de Montréal, section rôle de l'évaluation foncière³). Au total, nous avons recensé 2700 adresses.
- Le registre des descriptions de la mise en vente des propriétés immobilières à partir des sites Internet : realtor.ca et duproprio.com. L'intérêt de cette consultation a été de repérer la zone d'influence du cinéma Beaubien comme un atout pour la vente d'une propriété dans la zone d'étude. Pour cela 93 fiches descriptives ont été analysées entre 2015 et 2016.

³ Le rôle d'évaluation foncière est un inventaire de tous les immeubles situés sur le territoire d'une municipalité. Il indique la valeur de chaque propriété sur la base de sa valeur réelle ou marchande, au sens des articles 43 à 45 de la L.F.M. Il inclut toutes les propriétés résidentielles, commerciales, industrielles, institutionnelles, agricoles et les terrains vacants. Les valeurs qui y sont inscrites tiennent compte des conditions du marché immobilier au 1^{er} juillet du deuxième exercice financier précédent le premier pour lequel il est conçu. (Site web: <http://ville.montreal.qc.ca>)

3.3.3.2 Les entrevues semi-dirigées

L'entrevue est un des moyens utiles pour obtenir des informations originales à partir des personnes clés ayant une connaissance directe des événements qui constituent l'objet d'une recherche (Bédard, 2011). En ce qui nous concerne, nous avons privilégié l'entrevue semi-dirigée qui est l'un des outils de recherche les plus couramment utilisés par la recherche sociale de type qualitative. Savoie-Zajc (2010, p. 356) souligne que la grande force de l'entrevue semi-dirigée est qu'elle donne un accès direct à l'expérience des individus et aux perceptions qui en découlent, ce qui permet d'obtenir des descriptions détaillées des faits étudiés (Loubet des Bayle, 2000).

L'entrevue semi-dirigée consiste en une interaction verbale animée de façon souple par le chercheur. Celui-ci se laissera guider par le rythme et le contenu unique de l'échange dans le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux qu'il souhaite explorer avec le participant à la recherche. Grâce à cette interaction, une compréhension riche du phénomène à l'étude sera construite conjointement avec l'interviewé. (Savoie-Zajc, 2010, p.340).

Notre recherche est centrée sur le cas du Cinéma Beaubien et sur les effets de cette initiative sur le territoire dans lequel elle s'insère. Pour recruter les personnes interrogées, nous avons identifié des intervenants des organismes concernés par notre cas, soit, les membres de la corporation du Cinéma Beaubien, des tables de quartier sur la culture, des groupes culturels, des associations communautaires, des organismes de développement économique et des organismes de l'économie sociale. Nous avons interviewé aussi des représentants des instances politiques (élus et fonctionnaires), des directeurs d'entreprises et des citoyens. En ce qui concerne les résidents, nous l'avons contacté par téléphone d'abord et par la suite par des

références, dans les cas des commerçants nous avons réalisé des contacts téléphoniques et par la suite nous avons fait des visites directes aux commerces. Dans l'ensemble, nous avons interviewé 26 répondants, dont la moitié, en plus de représenter son organisme, résidait dans la zone étudiée, et six y avaient déjà résidé (Tableau 3.1). Les répondants ont été choisis en fonction de leur expertise et expérience, ainsi que de la pertinence de leur organisme par rapport au sujet d'étude. Les entrevues semi-directives ont été réalisées entre les mois de septembre de 2016 et juillet 2017⁴.

Il faut remarquer que la plupart des résidents qui ont répondu à nos questions habitent le quartier depuis longtemps (17 ans en moyenne). Il s'agit, dans la majorité des cas, de professionnels (sciences sociales, arts et culture), de personnes retraitées et de commerçants. L'âge moyen des répondants est de 57 ans. Le plus jeune a 40 ans et les plus âgés 71 ans.

⁴ Pour les guides des entretiens et la liste des entrevues, voir les annexes B, C, D, E.

Tableau 3.1 Entrevues

Entrevues		2016	2017
Acteurs culturels	1. La corporation du Cinéma Beaubien		x
	2. Regroupement Art et culturel, Rosemont-Petite-Patrie (RACRPP)		x
Acteurs communautaires	3. Organisme communautaire logement social		x
	4. Organisme communautaire logement social-Gentrification		x
	5. Organisme PME-Montréal		x
	6. Société de développement SDA	x	
	7. Desjardins	x	
Acteurs publics et institutionnels	8. Arrondissement	x	
	9. Agent de développement culturel	x	
	10. Agent institutionnel de la culture	x	
Commerçants	11. Commerçant		x
	12. Commerçant		x
	13. Commerçant		x
	14. Commerçant		x
	15. Commerçant		x
	16. Commerçant		x
Résidents	17. Résident		x
	18. Résident		x
	19. Résident		x
	20. Résident		x
	21. Résident		x
	22. Résident		x
	23. Résident		x
	24. Résident		x
	25. Résident		x
	26. Résident		x

3.3.4 Le déroulement des entrevues

Les entrevues ont été menées en trois phases : une phase exploratoire, une phase intensive et une phase de validation.

3.3.4.1 La phase exploratoire

Pour cette phase de la recherche, nous avons élaboré un premier guide d'entretien qui a été validée avec un répondant de chaque catégorie d'acteurs (institutions et organismes communautaires, commerçants et résidents), ce qui nous a permis de réaliser les ajustements nécessaires et de rendre le guide plus ciblé en regard des objectifs de la recherche.

3.3.4.2 La phase intensive

Dans cette phase nous avons réalisé 26 entrevues semi-dirigées. Le choix des personnes interviewées a été fait de façon à obtenir un portrait représentatif du secteur. Les entrevues ont été réalisées auprès des principaux acteurs : communautaires, institutionnels, politiques et des citoyens ainsi que, entreprises, organisations de la société civile et du secteur privé. Les entrevues ont été dûment enregistrées, transcrites et codées.

3.3.4.3 La phase de validation

Tenant compte qu'un seul type de répondant par catégorie d'organisme peut difficilement procurer toutes les informations nécessaires, nous avons procédé à leur validation en les confrontant à des informations documentaires et à des processus de triangulation. Nous avons utilisé des sources secondaires qui nous ont été signalées ou procurées par les répondants, telles des sites web, des rapports, des actes, des présentations Power Point, etc. Ces sources secondaires ont permis de vérifier et d'enrichir les informations apportées par les répondants.

Enfin, l'interprétation de nos résultats a été soumise à des échanges avec des pairs ou des chercheurs lors de la participation à divers types d'événements (Colloques d'étudiants des cycles supérieurs, colloques de l'ACFAS, colloques du CRISES, congrès de l'IPSA et séminaires de l'axe Territoire et collectivités locales du CRISES).

3.3.5 Traitements des informations

3.3.5.1 Les informations provenant des entrevues

Le traitement de l'information obtenue a été effectué en deux temps. Premièrement nous avons effectué la transcription complète des entrevues afin de garder l'intégralité des propos exprimés par les répondants. Deuxièmement les données ont été organisées pour mieux exploiter les informations obtenues et pouvoir réaliser les analyses pertinentes. À cet égard, un outil élaboré à l'aide du logiciel Excel (à titre d'illustration voir Tableaux 3.2, 3.3 et 3.4) a été utilisé pour faciliter la lecture et

Tableau 3.3 Vue partielle de l'outil conçu pour le traitement des entrevues pour les commerçants

Questions pour les commerçants	Depuis quand votre établissement existe-il ?	Qu'est-ce qui vous a motivé à vous établir dans le quartier ?	Habitez-vous dans le quartier ?	Si non, ou habitez-vous ?	Quelle est votre clientèle habituelle ? Quel type de clientèle ciblez-vous ?	Est-ce qu'il y eu des changements dans votre clientèle depuis votre implantation dans le quartier ?	Quel est l'âge moyen de votre clientèle ?
Commerçant 1							
Commerçant 2							
Commerçant 3							
Commerçant 4							
Commerçant 5							
Commerçant 6							

Tableau 3.4 Vue partielle de l'outil conçu pour le traitement des entrevues pour les intervenants communautaires et institutionnels

Section 1. Questions sur l'organisation et l'intervenant présent dans le territoire	Depuis combien de temps avez-vous été créé ?	Quels défis et objectifs continuent à motiver votre travail dans votre organisation ?	Quel type de contraintes avez-vous rencontré pour développer votre action dans le quartier ?	Quels types d'interrelations entretenez-vous avec les autres organisations culturelles, tables des quartiers, associations, organismes sectoriels du quartier ?	Quel est le rôle qu'ont joué et que continuent à jouer les groupes communautaires dans le développement du quartier ?	Avez-vous eu des rapports avec la CDEC-RPP? Lesquels?
Intervenant 1						
Intervenant 2						
Intervenant 3						
Intervenant 4						
Intervenant 5						
Intervenant 6						
Intervenant 7						

Intervenant 8						
Intervenant 9						
Intervenant 10						

3.3.5.2 Les bases de données

Pour comprendre les transformations sociales et économiques du quartier, il nous a fallu créer une première base des données sociodémographiques et socioéconomiques à partir de l'information apportée par les recensements réalisés par Statistique Canada dans les seize dernières années. La création de cette base des données spécifiques classées par aires de diffusions (l'échelle territoriale d'agrégation des données la plus fine diffusée par Statistique Canada) nous a permis d'établir l'unité territoriale pour l'analyse des indicateurs et retracer les changements socioéconomiques à l'échelle du quartier (zone d'influence du Cinéma Beaubien).

Pour comprendre les transformations dans les valeurs foncières et des propriétés dans la zone d'étude, nous avons construit et analysé une base des données à partir des informations obtenues des relevés des évaluations foncières réalisées par la ville de Montréal. Le but a été de reconstruire la dynamique immobilière et foncière du quartier. À partir des fiches du rôle de l'évaluation foncière du quartier entre les années 1995 et 2016, nous avons établi deux séries de données. La première correspond aux années 1995 et 2001. Cette série comprend 1200 adresses (extraites manuellement à partir des fiches micro filmées recensées directement aux archives municipales de la ville). La deuxième correspond aux années 2009 et 2016. Pour cette deuxième série, le nombre d'adresses recensées a été de 1500 (fiches d'évaluation des adresses recensées à partir du site web de la ville de Montréal,

section *rôle de l'évaluation foncière*). Au total, nous avons recensé 2700 adresses. Pour chacune des adresses recensées, nous avons saisi les valeurs des logements par rapport aux valeurs de référence au marché et ainsi nous avons pu déterminer les prix moyens des logements du quartier et leurs variations dans les temps. Nous avons également saisi la superficie des lots et la valeur du terrain afin de calculer le prix du mètre carré du terrain et son évolution pour la période d'étude. À l'aide du programme *ArcGIS*, nous avons élaboré une série de dix cartes du secteur d'étude ce qui a facilité les interprétations liées à l'évolution du secteur immobilier dans la zone d'étude.

Pour comprendre le degré d'influence que peut avoir le Cinéma Beaubien dans la promotion de la mise en vente des propriétés dans la zone d'étude, il nous a fallu analyser les fiches descriptives de la promotion de la mise en vente des propriétés proches, élaborées par les courtiers immobiliers et les propriétaires des immeubles publiées dans les sites Internet : <https://www.realtor.ca/> et <https://duproprio.com>. La consultation de ces fiches a été réalisée en octobre 2015 et octobre 2016. La base de données que nous avons créée est constituée de 93 fiches.

3.4 Éthique de confidentialité des résultats

Les entretiens avec les répondants se sont déroulés en respectant de façon rigoureuse les normes d'éthique de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) concernant le respect de l'anonymat des répondants et la confidentialité des informations obtenues. Les personnes interviewées ont été informées sur les objectifs de la recherche et, par la signature d'un formulaire de consentement (voir document en annexe A), elles ont donné leur accord pour participer à la recherche et pour être enregistrées.

3.5 Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons présenté la méthodologie que nous avons suivie pour notre étude. Cette méthodologie nous permettra de donner des réponses à nos questionnements concernant les initiatives locales de nature culturelle portées par des organismes communautaires. Sont-elles susceptibles de favoriser le développement social et économique d'un quartier ?

CHAPITRE IV

LE CINÉMA BEAUBIEN À ROSEMONT : DE LA RELANCE D'UN ÉQUIPEMENT CULTUREL À LA CONSOLIDATION DU MILIEU LOCAL

4.1 Introduction

L'objet de notre recherche sur le Cinéma Beaubien, tel qu'on l'a déjà mentionné dans les chapitres précédents, est d'étudier l'évolution de cette initiative locale ainsi que ses effets sur son aire d'influence, que nous avons désignée Zone du Cinéma Beaubien. Nous nous intéressons aux effets de la relance sur l'imaginaire, sur l'identité locale et sur le sentiment d'appartenance des citoyens, des éléments qui ont un effet sur la construction sociale du territoire et l'orientation de changements socioéconomiques induits par les acteurs présents.

Comme nous l'avons indiqué au chapitre précédent, pour la présentation de l'évolution de l'initiative de relance et de développement du Cinéma Beaubien, nous nous appuyons sur le schéma d'analyse des initiatives locales développés par Juan Luis Klein (2008, 2010, 2011), que nous avons adopté afin de reconstruire la trajectoire de cette initiative amorcée en 2001. (Figure 4.1). La reconstruction empirique de la première période de la trajectoire de cette initiative, soit celle qui se déroule entre les années 2001-2012, puisera dans les travaux de l'équipe de recherche formée par Klein et Tremblay qui ont rapporté les principaux faits liés à l'émergence et à la mise en œuvre du projet (Tremblay *et al.*, 2014). Notre apport personnel en

cette matière portera surtout sur l'évolution de cette initiative entre les années 2013 et 2017 ce qui nous permettra de comprendre, sur la base d'une période plus longue, les effets de l'action de revitalisation du Cinéma Beaubien sur la zone de Rosemont où il se situe.

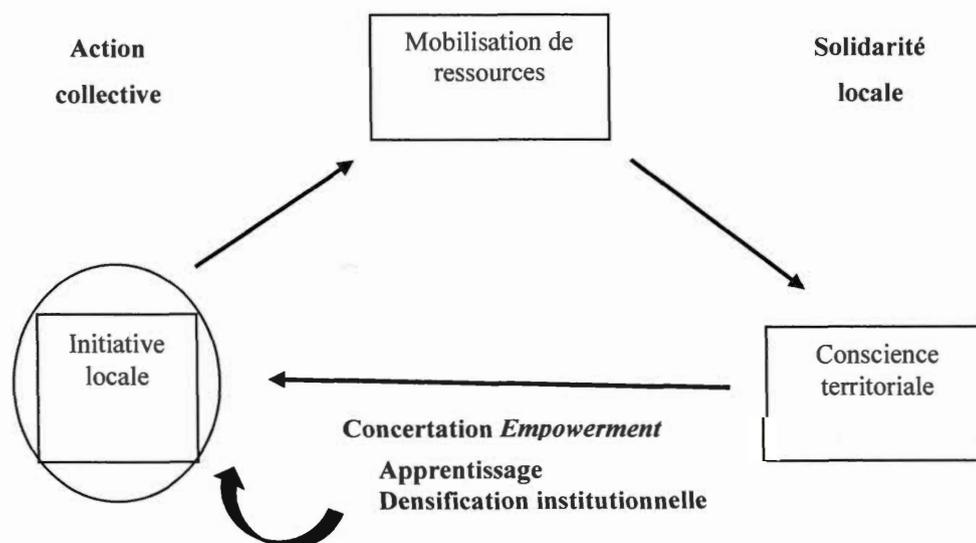


Figure 4.1 L'effet structurant de l'initiative locale
Source : Klein (2008).

L'approche proposée par Klein comprend trois étapes. La première correspond au lancement de l'initiative, c'est-à-dire un projet pensé dans le cadre d'une organisation, par un ou des leaders ou citoyens, qui se mobilisent pour convaincre d'autres acteurs de la pertinence du projet afin de provoquer leur adhésion, ce qui en fait un projet collectif. Dans la deuxième étape, les acteurs mobilisent des ressources endogènes et exogènes pour développer le projet. Ces ressources peuvent être de diverse nature et correspondent au capital socioterritorial local. La troisième étape correspond à la transformation du sentiment d'appartenance des acteurs locaux en conscience territoriale et en *empowerment* territorial. (Klein, 2014).

Le chapitre est structuré en deux parties : la première sera consacrée à l'étude de l'émergence et la structuration de l'expérience de développement local à partir des écrits réalisés sur le sujet. La deuxième, concernant la phase de consolidation et d'expansion de l'initiative, sera abordée à partir d'entrevues semi-dirigées que nous avons réalisées auprès des parties prenantes de la relance du cinéma et des différentes actions auxquelles celle-ci a donné lieu entre 2001 à 2017, cette dernière année étant celle de la réalisation de nos entrevues.

Dans notre analyse, le concept d'initiative locale sera mobilisé afin de valider notre principale hypothèse : le choix de la culture peut rallier l'ensemble des organismes présents dans un quartier et, ainsi, favoriser la mise en œuvre de processus de revitalisation inclusifs susceptibles d'avoir un effet positif sur la collectivité locale, le quartier de Rosemont dans notre cas, en termes d'activité économique, de milieu de vie et de participation citoyenne. En résumé, nous nous concentrerons sur la réponse à la question suivante : dans quelle mesure et à quelles conditions une initiative locale de nature culturelle, telle que le Cinéma Beaubien, pourrait-elle contribuer au développement économique et social d'un quartier ?

4.2 La relance d'un cinéma de quartier : amorcé et émergence d'un acteur du développement collectif

4.2.1 Le développement communautaire : base organisationnelle de la relance du cinéma

Comme le reconnaît le directeur du Cinéma Beaubien, la Corporation de développement communautaire de Rosemont-Petite-Patrie (CDEC), est l'organisme auquel on doit la relance du cinéma. S'il est clair que sans la mobilisation des citoyens et des commerçants, elle n'aurait pas eu lieu, ce qui a permis la viabilité de

la sauvegarde du cinéma, a été la CDEC, organisme qui accumulait déjà une expertise d'accompagnement et d'intermédiation dans la relance de l'activité économique, expérience qui s'est peaufinée lors de son intervention dans la reconversion du terrain des Ateliers Angus à partir de 1992 (Fontan *et al.*, 2005).

L'origine de cette CDEC résulte d'une démarche des élus municipaux locaux, de différents partenaires provenant du milieu communautaire, syndical, institutionnel et d'affaires, ainsi que de résidents (Morin *et al.*, 1994, p.139).⁵ Rappelons que la CDEC-RPP faisait partie des organismes communautaires qui se sont développés à Montréal afin de contrer ou pallier les effets de la crise économique des années 1980, qui a provoqué des graves fractures sociales et territoriales partout dans la ville. À cet égard Klein et Morissette signalent que :

La participation du mouvement communautaire au développement économique à Montréal prend forme à travers plusieurs structures, la plus importante étant sans doute celles des CDEC. Créés dans les années 1980, par les organisations communautaires pour faire face à la crise de l'économie basée sur l'industrie manufacturière (crise du fordisme) dans les anciens quartiers industriels de Montréal, elles ont été institutionnalisées dans les années 2000, dans le cadre des réformes de la gouvernance du développement territorial mises en œuvre par le Gouvernement du Québec. Ces corporations témoignent d'un tournant économique du mouvement social urbain à Montréal, ce qui représente une véritable innovation sociale. (Klein et Morissette, 2014, p.17)

Sans écarter les possibilités de s'associer au secteur privé pour développer ses actions, la CDEC privilégiait, comme stratégie, le développement des projets à partir de la perspective de l'économie sociale, en reconnaissant que les principes et faits

⁵ Les CDEC ont été abolies en 2015 à la suite des compressions budgétaires du gouvernement du Québec. Leur fonction en ce qui concerne l'appui à l'entrepreneuriat est assumée par un nouvel organisme appelé PME Montréal. Voir <https://austerite.iris-recherche.qc.ca/developpement-local-et-regional#avalanche-quebec-11-2015>

structurants de celle-ci sur le territoire s'accordaient mieux à la mission de la Corporation.

L'intégration de la dimension économique et sociale constitue le fil conducteur des actions de la CDEC. Cet objectif s'exprime dans les mots suivants :

notre stratégie d'intervention repose sur la valorisation des ressources locales et le recours à de nouvelles solidarités [...] Il s'agit d'intervenir en fonction d'un objectif central intégrateur qui s'appuierait sur un projet de société à l'échelle locale (Plan d'action 1993-94, p.144). (CDEC-RESO, 2007)

Ayant travaillé longtemps dans des projets de développement économique local, la CDEC de Rosemont-Petite-Patrie (CDEC-RPP), comme la plupart des autres CDEC, a intégré la culture à son répertoire d'actions pour dynamiser le développement économique et social de son territoire. Ainsi, la CDEC était l'institution la mieux placée pour jouer un rôle d'intermédiaire et utiliser toute sa capacité créative à toucher les portes qui contribueraient à la sauvegarde du Cinéma Beaubien. En effet, la CDEC avait les ressources humaines et la possibilité de concerter et de mettre ensemble les forces vives du milieu. De plus, la CDEC agissait comme CLD, c'est-à-dire comme guichet unique permettant la concentration des ressources financières nécessaires pour le démarrage des entreprises, surtout en économie sociale. La CDEC pouvait ainsi mobiliser des ressources à différentes échelles et paliers, autant aux niveaux gouvernementaux que sectoriels. Ainsi, concernant le projet de relance du Cinéma Beaubien :

La CDEC Rosemont-Petite-Patrie a joué aux différentes phases du projet un rôle important, voire déterminant pour son lancement et son succès. La CDEC a contribué à ancrer le projet dans l'économie sociale non seulement en lui donnant accès aux ressources de celle-ci, mais également en contribuant à l'intégration des valeurs sociales dans le mode de gestion, de fonctionnement et dans les conventions collectives de l'entreprise. (Tremblay *et al.*, 2014, p. 9)

Le plan triennal (1999-2003) de la CDEC précise ses priorités en insistant sur la qualité et l'accès au logement, l'aménagement du quartier au profit de ceux et celles qui y vivent, la qualité et l'accessibilité des services, l'employabilité, l'isolement social et la culture (*Ibid.*, 2014). Les interventions de la CDEC-RPP sont orientées vers la concertation des acteurs socioéconomiques qui proviennent de différents milieux (institutions publiques, milieux d'affaires, organisations syndicales, organismes communautaires, institutions financières) aux échelles locale et supra locale. La CDEC cherchait à éviter que l'amélioration générale des conditions socioéconomiques dans l'arrondissement soit faite au détriment des résidents les plus démunis. Alors, des efforts ont été réalisés pour soutenir l'insertion sociale et économique des personnes les plus vulnérables ou qui étaient déjà en situation d'exclusion dans le territoire. C'est pour cela que le projet du Cinéma Beaubien était cohérent avec les objectifs de la CDEC, car les retombées sociales et économiques devaient avoir un effet positif sur l'emploi local, sur la revitalisation commerciale, sur l'accès des résidents à la culture et, de façon générale, sur la cohésion sociale du territoire (*Ibid.*, 2014).

Plusieurs projets ont marqué le quartier depuis la reconversion des terrains des Ateliers Angus jusqu'au Cinéma Beaubien. Ces projets ont mobilisé divers types d'intervenants favorisant ainsi leur sentiment d'appartenance ainsi que l'estime de soi collectif. Le capital social des acteurs du territoire s'est vu renforcé, ce qui a augmenté leur capacité d'affronter de nouveaux défis, de nouveaux projets de revitalisation dans le territoire. La CDEC y a été pour beaucoup (*Ibid.*, 2014).

4.2.2 L'émergence et la structuration de l'initiative⁶

Rappelons que l'actuel Cinéma Beaubien voit ses origines dans la réaction à la fermeture du Cinéma Le Dauphin par la chaîne Loews Cinéplex Odéon en 2000. Cette fermeture venait ajouter un maillon de plus à la chaîne d'éléments, qui ont provoqué la dévitalisation du quartier à partir des années 1990.

Le cinéma Beaubien est un cinéma de quartier ouvert en 1937. Le cinéma Beaubien a gardé ce nom de 1937 à 1964 où il est devenu le « cinéma Dauphin » et la propriété du groupe Odéon. Autour de ce cinéma, jusque dans les années 1970, le quartier fonctionnait « comme un village », selon les résidents de longue date : « le cœur du quartier Rosemont avec l'église, la caisse populaire, le marchand général, un notaire, un avocat, un coiffeur, une friterie » (Tremblay *et al.*, 2014, p. 5).

L'annonce par le Groupe Odéon de la fermeture du cinéma, en 2000, n'a pas constitué une perte massive d'emplois, mais pour les résidents du quartier, cela signifiait la disparition d'un lieu de rencontre, d'animation et de loisir (de socialisation) remettant fortement en question l'identité du quartier et fragilisant la trame commerciale locale (Tremblay *et al.*, 2014, p. 6).

Il faut préciser que la fermeture de ce cinéma résultait d'une tendance qui affectait l'ensemble de l'industrie du cinéma au Québec et ailleurs dans le monde, tendance qui se caractérisait par le déclin des salles du cinéma des quartiers et la croissance des multiplex.

⁶ Pour ce point, nous nous inspirons de travaux déjà réalisés par l'équipe de recherche dans lequel s'inscrit notre thèse, à savoir (Tremblay *et al.*, 2014 ; Klein *et al.*, 2012; Klein et Morrissette, 2014). Pour le point suivant, nous nous appuyons sur notre propre enquête de terrain réalisée à partir d'entrevues avec les acteurs socio-économiques du quartier.

Dirigé par Joseph-Alexandre DeSève, propriétaire de France-Film, le Cinéma Beaubien est vendu en décembre 1941. Il est administré jusqu'en 1945 par une succursale de la *Canadian Odeon Theatres* et devient Le Dauphin. Quand Odeon est racheté par les Britanniques de la Rank Company, Le Dauphin héberge à l'étage le siège social de la division québécoise. Cette position lui permettra de survivre sous « respirateur artificiel », à l'heure où le petit écran se développe et où les choix télévisés se multiplient. Et ce, jusqu'au débranchement en 2001, explique Mario Fortin, qui dirige depuis le cinéma de quartier. Celui-ci a repris son nom originel le 11 septembre 2001. (Tobar, 2017. www.ledevoir.com www.ledevoir.com/culture/cinema/514528/quatre-vingts-ans-d-emotions-partagees-au-beaubien)

Selon un représentant des distributeurs de films :

Cela faisait des années que le Dauphin ne proposait qu'une seule séance par jour à 7h du soir et dès que la séance était commencée, ils fermaient les marquises; on croyait que le cinéma était fermé et que les films ne marchaient pas. Le kiosque à bonbons et pop-corn ne fonctionnait pas non plus car il n'ouvrait que 10mn avant la séance et fermait aussitôt; or cela représente un revenu aussi important que les billets. (Entrevue avec un représentant des distributeurs de films). (Tremblay *et al.*, 2014, p. 6).

Or, malgré la tendance générale au déclin des cinémas de quartier, étant donné que ce cinéma avait constitué un lieu culturel significatif pour la population de Rosemont-La Petite-Patrie et un élément important pour la vitalité des commerces de la rue Beaubien, les résidents et les commerçants du quartier se sont mobilisés pour empêcher sa fermeture.

La décision du Groupe Odéon de fermer le cinéma Dauphin s'est diffusée par le bouche-à-oreille via le réseau social formé par les résidents qui ont rapidement fait en sorte de la médiatiser. Importante, la mobilisation citoyenne des résidents (cinéphiles, voisins, commerçants, représentant du milieu cinématographique) était peu structurée et n'était pas en mesure de porter seule le projet. (Tremblay *et al.*, 2014, p. 6).

Ils ont fait appel alors à la Corporation de développement économique et communautaire de l'arrondissement (CDEC-RPP). Cet organisme a entrepris des démarches, dès 2001, afin d'acheter et sauvegarder le cinéma. Le projet a eu le soutien du public, du milieu communautaire et du milieu de la diffusion cinématographique (Klein et Morrissette, 2014).

La CDEC dans le but d'assurer la viabilité financière du projet a dû réaliser un travail de médiation entre les acteurs, notamment avec le cineplex Odeon, propriétaire du cinéma, et d'intermédiation entre la communauté locale et des instances politiques de niveau municipal et provincial pour mobiliser les ressources nécessaires à la relance du cinéma. La mobilisation par la CDEC des réseaux de financement de l'économie sociale ainsi que son capital de reconnaissance obtenu suite à plusieurs interventions pour favoriser le développement local, dont le projet Angus, ont donner une grande force à son appui au projet et à son influence auprès des acteurs économiques et politiques. La mobilisation de la CDEC a permis de recueillir les fonds nécessaires pour la reprise du cinéma. La négociation avec les acteurs politiques a permis de contourner les programmes de financement habituels et de bénéficier d'un programme conçu spécifiquement pour le projet. La CDEC a dû réunir 40 % du montant nécessaire au financement du projet qui a été de 1,4 million de dollars. Le schéma suivant montre le maillage des relations qui a dû mener la CDEC pour faciliter la relance du Cinéma (Figure 4.2).

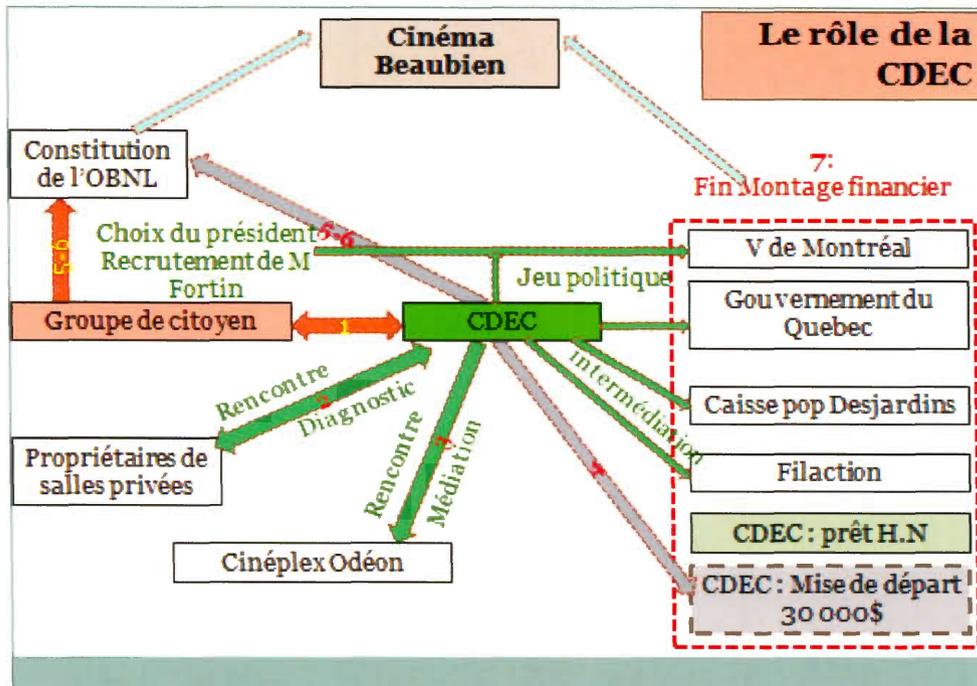


Figure 4.2 Le maillage d'action et le montage financier de la relance du Cinéma Beaubien
Source : Rochman (2012)

C'est ainsi que la fermeture du cinéma est évitée. Celui-ci reprend ses activités ainsi que son nom d'origine, celui de Cinéma Beaubien, et devient un symbole du dynamisme socioéconomique et culturel du milieu rosemontois (CDEC-RESO, 2010).

Les citoyens et les commerçants se sont mobilisés contre une action qui affectait un espace de la culture et du dynamisme économique de l'arrondissement. La CDEC a décidé d'accompagner les citoyens dans cette démarche de sauvetage, en tant qu'intermédiaire auprès de différents acteurs locaux et extra locaux pouvant aider à conserver le cinéma. Les différents acteurs communautaires, privés et institutionnels de Rosemont ont adhéré au projet. La CDEC, qui a agi à titre de leader, a réussi à mobiliser des ressources provenant des partenaires financiers, institutionnels et de la société civile (Tremblay *et al.*, 2014). La solidarité locale envers le projet a permis

l'émergence d'une conscience territoriale fondée sur l'intérêt commun de conserver les espaces culturels et la sauvegarde du dynamisme économique et social de l'arrondissement. L'implication des citoyens a eu comme effet la prise de conscience concernant la capacité de la mobilisation sociale pour atteindre des objectifs communs.

Le caractère ascendant de cette initiative issue de la solidarité locale a renforcé la collectivité locale (Klein *et al.*, 2012), laquelle a appris de cette expérience et l'a habilité à se poser de nouveaux défis. La CDEC a coordonné la mobilisation des acteurs locaux en réponse à la fermeture du Cinéma Dauphin par la chaîne qui en était propriétaire. Cette mobilisation locale a obtenu l'appui d'acteurs de niveau métropolitain et d'acteurs nationaux (Tremblay *et al.*, 2014).

Tel que remis en fonction en 2001, le Cinéma Beaubien (Figure 4.3) est devenu une entreprise d'économie sociale. C'est une entreprise issue de l'entrepreneuriat collectif et qui entretient des liens étroits avec sa communauté locale. La majorité des administrateurs sont de simples citoyens des environs.

Il y a le réalisateur M. Lazare, la comédienne Catherine Trudeau qui habitait le quartier à l'époque, la directrice du CEGEP de Rosemont, une avocate qui a suivi toutes nos transactions du début, Daniel Bussière qui est un citoyen du quartier qui travaille en communication. Le but était à la fois d'avoir des gens de différents milieux et qui soient disponibles et concernés par le projet. (Tremblay *et al.*, 2014 : p. 9)

Le Conseil d'administration est formé par sept personnes, dont trois représentent différents secteurs socioéconomiques du quartier. La CDEC y est demeurée représentée par deux membres jusqu'à son abolition en 2015. (Tremblay *et al.*, 2014 : p. 8)

La CDEC et la mobilisation communautaire dans son ensemble ont transformé ainsi une entreprise en faillite en une structure rentable et profitable, tant sur le plan du maintien et de la création d'emplois que, comme nous essayerons de le démontrer, de celui des bénéfices pour l'économie du quartier. À cet égard, Mario Fortin, directeur général du cinéma affirme :

La réouverture du cinéma Beaubien, en 2000, a contribué à la revitalisation du quartier. Elle lui a donné, en quelque sorte, un coup de vitamines et les commerces avoisinants ont pu en bénéficier. Dans un quartier, il se crée une sorte de réaction en chaîne entre petits commerçants, le succès de l'un peut rayonner sur tous les autres. Par exemple, beaucoup de clients du Cinéma Beaubien n'hésitent pas, avant ou après une séance, à passer dans différents commerces, telles des épicerie fines ou la boutique d'antiquaire juste en face Équiterre. (<https://equiterre.org>. « s.d. »)

Ce témoignage obtenu lors de nos entrevues avec les acteurs culturels de l'arrondissement confirme la perception du directeur du Cinéma Beaubien « Tout le monde sort gagnant de cette activité. Le cinéma, c'est crucial pour le quartier, si le cinéma part, l'arrondissement va avoir une grosse perte, les cafés, les restaurants ferment un peu plus tard à cause de l'horaire du cinéma. » (Entrevue N° 2, acteur culturel, 2017).



Figure 4.3 Cinéma Beaubien.

Source : CDEC-RPP (2010). Présentation power point - Forum sur la contribution des CDEC à la cohésion sociale

La lutte pour la réouverture du cinéma est devenue un emblème de la mobilisation locale qui, finalement, a réussi la relance du cinéma. Cette lutte a augmenté la fierté des acteurs et intensifié leur identité locale (Klein *et al.*, 2012). Quant au cinéma comme tel, il se distingue des autres cinémas par une programmation différente, un répertoire multiculturel, qui trouve sa clientèle aussi bien dans le quartier que dans l'ensemble de Montréal. D'autre part, le cinéma est devenu un lieu d'animation culturelle important et reconnu par la collectivité (Tremblay *et al.*, 2014), ce qui a un effet sur les citoyens.

Le Cinéma Beaubien, c'est comme une institution, c'est comme une histoire, les gens l'aiment cette histoire-là, c'est une belle réussite, ça été un bon travail. Des fois, ce n'est pas clair, les gens se demandent : à qui appartient le cinéma? Qu'est-ce que c'est un OBNL ? Mais les gens savent que ce cinéma-là a été récupéré avec la force des citoyens, il y a eu des pétitions, c'est une

histoire de quartier. Moi, je dis souvent à Mario, « *quand le cinéma tousse tout le monde s'enrhume* », ça fait vraiment le poumon du quartier. (Entrevue N° 19, Résident, 2017)

4.3 Consolidation du Cinéma Beaubien en tant que maillon fondamental du développement du milieu local

Cette partie de la recherche a comme propos d'identifier les principaux éléments de l'évolution récente de l'initiative locale du Cinéma Beaubien : le leadership, la mobilisation de ressources financières et humaines, la gouvernance et les processus de création d'une identité territoriale et d'une conscience territoriale.

Un des objectifs de la recherche est de vérifier s'il y a eu des ajustements ou des dérives en cours de route qui auraient modifié la trajectoire du projet du Cinéma Beaubien amorcée en 2000 que nous venons de présenter. Nous vérifierons, en même temps, s'il y a eu de nouvelles innovations tendant à diversifier les objectifs du projet et à l'ancrer encore plus dans le quartier. Nous essaierons aussi de déterminer s'il y a eu, depuis sa création, un processus de densification organisationnelle et institutionnelle de l'expérience favorisant la durabilité du projet dans le temps. Nous nous appuyons ici sur nos entrevues semi-directives réalisées en 2016 et en 2017⁷.

4.3.1 Un leadership renforcé

La mobilisation qui a eu lieu au début des années 2000 pour la sauvegarde du Cinéma Beaubien est évoquée par tous les acteurs interviewés comme un épisode significatif dans l'histoire de l'arrondissement. La plupart des répondants, qui ont participé aux entrevues réalisées dans le cadre de cette recherche (OSBL, acteurs publics,

⁷ Pour les guides des entretiens et la liste des entrevues, voir les annexes : B, C, D, E.

communautaires), identifient les mêmes leaders culturels dans l'arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie. Parmi ceux-ci, Mario Fortin (Directeur du Cinéma Beaubien) occupe une place prioritaire. Le leadership du directeur du Cinéma Beaubien est perçu comme fort, inclusif et mobilisateur, ce qui favorise une gestion innovatrice du Cinéma Beaubien en tant qu'entreprise culturelle qui se développe dans les valeurs de l'économie sociale.

Le Cinéma Beaubien exerce un leadership dans le quartier, c'est un cinéma de quartier, un cinéma de répertoire, qui a établi un lien avec son quartier, qui s'implique beaucoup dans les activités de quartier, dans les fêtes. Le cinéma est toujours présent, il est présent dans la vie quotidienne du quartier, alors c'est un lien culturel fort, il attire les gens de l'ensemble du quartier. Le Cinéma Beaubien, est emblématique même à l'échelle montréalaise. (Entrevue N° 2, acteur culturel, 2017)

4.3.1.1 Un acteur culturel dans le développement local

La plupart des acteurs du milieu partagent une vision dans laquelle la culture occupe une place centrale en tant que facteur pouvant apporter une contribution au développement de la communauté locale. Pour les acteurs locaux, la culture est omniprésente dans toutes les sphères de la vie des individus et elle est indissociable du développement local. Elle est un ciment de la cohésion sociale et un important levier économique. S'ils n'utilisent pas tous les mêmes expressions pour la définir, tous s'accordent pour dire qu'elle est fondamentale. Du dire d'un répondant :

Elle [la culture] joue un rôle essentiel. Des fois, on ne fait pas toujours le lien avec le développement économique, mais elle joue un rôle primordial, la culture je la vois dans un sens large, ça peut générer beaucoup : des rassemblements populaires, un sentiment d'appartenance au quartier. La culture peut démarrer des nouvelles initiatives, elle peut être aussi un catalyseur, ça joue un rôle important à tous les niveaux (Entrevue N° 8, acteur public, 2016).

Selon les acteurs participants aux entrevues, les initiatives culturelles peuvent jouer un rôle important comme vecteur du dynamisme social. Lorsqu'il y a beaucoup de mixité, ça favorise la communication entre les individus, ce qui permet à certains de sortir de leur isolement. La culture joue un rôle de médiateur social, de lutte à l'isolement des aînés et des nouveaux arrivants. Le directeur du Cinéma Beaubien signale que celle-ci contribue au développement local, permettant de créer des opportunités d'accès à la culture aux résidents. Les activités avec les enfants, les séances à ciel ouvert, la réduction des prix des billets pour diverses catégories de public, entre autres choses, permettent l'accès à la culture aux résidents du quartier. Comme le précise un intervenant communautaire :

[...] moi, je me souviens, parce qu'à une certaine époque j'habitais le quartier, le fait d'avoir un lieu comme celui-là où dans le fond il y a eu une activité qui provoquait un achalandage sur la rue, ça assure même la sécurité du voisinage. Les policiers nous ont dit que le taux de criminalité avait baissé parce qu'il y a du monde qui vont au cinéma jusqu'à 11 heures et 11 heures et quart le soir, il y a du monde qui circule à pied. Quand la clientèle est de proximité, c'est clair qu'elle se déplace à pied, donc ça crée le développement : des restaurants et ça crée encore plus... (Entrevue N° 5, acteur communautaire, 2017).

La plupart des répondants s'accordent pour dire que la culture a des effets structurants dans le territoire. À cet égard, plusieurs aspects sont soulignés par les répondants, la plupart d'entre eux défendent une approche de culture de proximité. Dans ce sens, le directeur du Cinéma Beaubien signale :

Je pense qu'on a besoin de beaucoup plus d'endroits pour vivre la culture dans les quartiers, il y a une étude française qui a été publiée l'automne dernier par le Centre national de la cinématographie qui dit que l'avenir du cinéma ce sont des petites salles dans les quartiers, et je pense que c'est vrai, je pense qu'il doit y avoir beaucoup des petites salles. (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017)

Le directeur remarque que la culture de proximité est un vecteur fort du développement économique et social. Par rapport à celle-ci, il signale : « il faut qu'il y ait aussi une proximité pour la culture comme pour d'autres activités de la vie de tous les jours, ça fait partie de la qualité de vie et ça donne de la couleur à chacun des quartiers ». (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017)

4.3.1.2 Le Cinéma Beaubien dans le dynamisme du territoire

Le Cinéma Beaubien est devenu un des lieux phares du développement culturel local et fait partie d'un noyau où se concentre un nombre important d'organismes culturels. Précisons qu'à Rosemont-La Petite-Patrie, la distribution des organismes culturels est plutôt inégale sur le territoire. L'Est de l'arrondissement apparaît comme un désert culturel, alors que l'Ouest bénéficie d'une offre culturelle beaucoup plus importante. Bien que les acteurs interviewés utilisent différents termes pour parler des espaces où se concentre la culture (pôles culturels, noyaux forts, artères commerciales), tous relèvent les mêmes espaces de vitalité : l'artère Beaubien aux abords du Cinéma Beaubien (de Lorimier à Iberville), le centre Lapalme rue Lafond, la Petite-Italie et le marché Jean-Talon, ou encore la rue Masson (Klein *et al.*, 2019).

4.3.2 Le Cinéma Beaubien dans la gouvernance locale

Le Cinéma Beaubien a tissé de nombreux liens avec la communauté d'acteurs qui interviennent, d'ailleurs, dans le territoire, sur diverses dimensions du développement local. Le directeur du cinéma est présent dans les différentes instances locales. Il participe aux tables vouées au développement culturel du quartier, mais aussi aux tables et aux regroupements d'acteurs du développement économique et social en

général. Il est présent aussi aux différents forums qui se tiennent dans les milieux d'intervention sur la culture et le développement local, comme par exemple les *Rendez-vous culturels*, une activité qui se tient tous les deux ans à Rosemont-La Petite-Patrie sous les auspices du Regroupement arts et culture RPP⁸. À cet égard, un de nos répondants souligne :

Le Cinéma Beaubien a créé des liens avec le milieu communautaire et avec les commerçants à travers l'association des commerçants ; le directeur du cinéma M Fortin est au conseil d'administration du regroupement d'art et culture de Rosemont-La Petite-Patrie (RACRPP). C'est un leader important qui travaille avec les autres, c'est vraiment une collaboration. (Entrevue N° 2, acteur culturel, 2016)

Le cinéma s'inscrit donc dans une dynamique de concertation forte qui facilite les collaborations, les alliances et les apprentissages collectifs qui favorisent l'émergence de nouveaux projets dans le quartier. Ce rayonnement rend compte de l'*empowerment* collectif auquel contribue le Cinéma Beaubien.

Lors de l'abolition de la CDEC-RPP en 2015, PME Montréal a vu le jour, organisme qui s'occupe d'appuyer les entrepreneurs dans la réalisation de leurs projets à but lucratif ou social. L'organisme a invité le directeur du Cinéma Beaubien à participer à son Conseil d'administration. Ceci est révélateur de l'influence et de l'importance acquise par le cinéma.

Une autre dimension de la gouvernance, qui se renforce à l'intérieur du Cinéma Beaubien, est celle qui concerne son statut d'entreprise d'économie sociale⁹. Le

⁸ Voir <http://www.racrpp.org/les-rendez-vous-culturels>

⁹ Selon l'article 3 de la Loi sur l'économie sociale, on entend par « économie sociale », l'ensemble des activités économiques à finalité sociale réalisées dans le cadre des entreprises dont les activités

cinéma est dirigé par un conseil d'administration qui assure la participation plurielle des citoyens, un conseil d'administration amplifié constitué de onze membres¹⁰, ce que notre répondant trouve plus efficace pour la prise de décisions.

Il y a un conseil d'administration constitué de onze personnes qui représentent les gens qui sont dans le milieu du cinéma. J'ai une réalisatrice, une comédienne et un producteur, donc j'ai des personnes qui sont dans le milieu du cinéma. On ne peut pas fonctionner si on n'a pas des professionnels. J'ai une avocate, un quasi-comptable, le reste se sont des gens de quartiers, si c'est possible des gens qui sont engagés dans des organismes du quartier, exemple la directrice du collège Rosemont, PME Montréal (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017).

4.3.3 La mobilisation des ressources et l'autonomie financière

Le directeur du cinéma signale qu'au début du projet il n'y avait pas les ressources financières pour le faire démarrer. La recherche de cet argent a été facilitée par l'appui populaire et public. Il faut dire que dans les options qu'avait la CDEC à

consistent notamment en la vente ou l'échange de biens ou de services et qui sont exploitées conformément aux principes suivants : l'entreprise a pour but de répondre aux besoins de ses membres ou de la collectivité ; l'entreprise n'est pas sous le contrôle décisionnel d'un ou de plusieurs organismes publics au sens de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (chapitre A-2.1) ; les règles applicables à l'entreprise prévoient une gouvernance démocratique par les membres ; l'entreprise aspire à une viabilité économique ; les règles applicables à l'entreprise interdisent la distribution des surplus générés par ses activités ou prévoient une distribution de ceux-ci aux membres au prorata des opérations effectuées entre chacun d'eux et l'entreprise et les règles applicables à la personne morale qui exploite l'entreprise prévoient qu'en cas de dissolution, le reliquat de ses biens doit être dévolu à une autre personne morale partageant des objectifs semblables. Chantier de l'économie sociale (<https://chantier.qc.ca/decouvrez-leconomie-sociale/definition/>)

¹⁰ Ce conseil d'administration assure aussi la direction du Cinéma Du Parc, depuis que celui-ci a répliqué le modèle du Cinéma Beaubien, en 2013.

l'époque pour pouvoir démarrer le Cinéma Beaubien, la stratégie de le faire sous la forme de l'économie sociale était la plus viable. Une entreprise d'économie sociale doit devenir autonome du point de vue financier, ce qui garantit en partie sa durabilité. Bien que dans les premières années, le cinéma a eu besoin d'être soutenu par des partenaires, comme la CDEC et le gouvernement du Québec, en 2017 il est capable de fonctionner avec les ressources financières générées par la billetterie. L'entreprise affiche des ventes de 240 000 billets par année et un chiffre d'affaires de 2 000 000 \$. Trois années après l'initiation des opérations du cinéma, toutes les dettes avaient été remboursées (sauf l'hypothèque).

Pour le gouvernement, le fait d'avoir participé au financement du cinéma a signifié un investissement qui lui a rapporté trois fois plus que ce qu'il a investi (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017). Cette autonomie financière acquise par le projet est fondamentale afin de garantir la pérennité du projet et de conserver ses priorités sociales et culturelles.

Le Cinéma Beaubien est une entreprise d'économie sociale et on essaie de respecter les principes de l'économie sociale le plus possible, et un de ses principes est que les entreprises d'économie sociale doivent avoir une autonomie de l'État, donc on ne doit pas dépendre des subventions pour le fonctionnement, il faut être une entreprise autonome et c'est le cas du Cinéma Beaubien. Depuis longtemps, on a eu des subventions au départ importantes de la part de la ville et du gouvernement du Québec, mais, rapidement, nous avons calculé qu'après trois ans de fonctionnement, on avait remboursé en TPS, TPQ et des revenus de taxes des salaires qu'on versait, plus que les subventions que nous avons eues au départ, c'était je considère un investissement de la part du gouvernement et cet investissement aujourd'hui lui rapporte beaucoup d'argent. (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017)

Cette autonomie du Cinéma Beaubien est possible grâce à une clientèle grandissante qui provient certes du quartier, mais aussi, et surtout, dans un pourcentage de 80 %,

de l'extérieur du quartier. En faisant un bilan des résultats de la gestion pour l'année 2017, le directeur du cinéma, M. Mario Fortin signale :

Quatre-vingts ans après son ouverture, le Cinéma Beaubien génère toujours autant de magie autour de lui. Dans un marché plutôt stable, le cinéma a enregistré, au cours de sa dernière année financière, une augmentation admirable de 23 % de ses revenus. Au cours de cette période, il a accueilli pas moins de 250 000 cinéphiles. En cette ère de divertissement sur petit écran, nous sommes fiers d'annoncer que le cinéma Beaubien a connu une hausse d'achalandage pour une troisième année consécutive. Avec une augmentation de 23 % de ses revenus, le Cinéma Beaubien vient de terminer sa meilleure année financière depuis sa reprise par l'OBNL qui l'opère depuis 2001. Ces résultats extrêmement positifs permettent notamment à l'organisation de compenser pour les résultats moins heureux enregistrés lors de la crise du cinéma québécois de 2013. Cinéma Beaubien (<http://cinemabeaubien.com/fr>)

Le directeur, Mario Fortin, signale aussi :

Dans la tête des gens souvent un organisme à but non lucratif c'est un organisme que vie de subventions. Ce n'est ne pas le cas du cinéma Beaubien, affirme le directeur. Le cinéma a eu des subventions, il en a encore et peut-être il en aura d'autres, mais ce sont des subventions liées à des projets de développement en lien avec la communauté. Les subventions ne servent pas au roulement régulier du cinéma, le cinéma s'auto suffit. Cinéma Beaubien (<http://cinemabeaubien.com/fr/notre-cinema>).

À l'heure actuelle, les ressources les plus importantes que mobilise le Cinéma Beaubien ce sont des ressources humaines, surtout des collaborations et des partenariats avec des acteurs locaux privés, publics et communautaires, c'est-à-dire le capital social du milieu pour développer de nouveaux projets.

4.3.4 L'identité et le sentiment d'appartenance, éléments essentiels de la construction sociale du territoire

L'identité et le sentiment d'appartenance constituent des dimensions cruciales de l'*empowerment* des acteurs du territoire (Klein et Tremblay, 2010). Cette dimension est favorisée par l'ancrage territorial d'un projet comme celui du Cinéma Beaubien. Le sentiment d'appartenance est un ingrédient essentiel à la cohésion des citoyens, un ingrédient qui renforce la conscience territoriale et qui favorise le ralliement des acteurs locaux autour des objectifs communs de développement. À cet effet, nous avons voulu connaître les perceptions de nos répondants à cet égard.

À partir des entrevues réalisées, nous pouvons affirmer qu'il y a la présence d'un fort sentiment de fierté d'habiter à Rosemont-La Petite-Patrie. Cette constatation est un point commun pour l'ensemble de nos répondants, comme l'illustrent les propos suivants :

la façon que les gens s'investissent et la participation aux activités locales [...] il y a un sentiment d'appartenance chez les résidents pour le verdissement, les jardins communautaires, le vélo. Il y a une fierté d'habiter Rosemont. (Entrevue N° 20, Résident, 2017)

On sent que les gens aiment leur quartier, ils sont « contents ». On le voit parce qu'ils utilisent leur quartier, ils le vivent et ils consomment localement. (Entrevue N° 19, résident, 2017)

Dans le « cœur » de Rosemont, ce sentiment d'appartenance et de fierté s'est intensifié avec l'expérience de la relance du Cinéma Beaubien, lequel a été identifié comme un des lieux culturels les plus représentatifs de l'arrondissement (RPP), par nos répondants. En effet, les interviewés signalent :

Le Cinéma Beaubien est un de nos lieux culturels forts dans notre territoire, mais ce n'est pas juste parce que c'est un lieu culturel, le Cinéma Beaubien redimensionne tout le quartier, j'habite le quartier depuis 2001 et j'ai vu le quartier se transformer. (Entrevue N° 2, acteur culturel, 2017)

C'est sûr que le cinéma fait beaucoup parce que c'est un lieu qui fonctionne très bien et qu'il a une identité très forte et qu'il y a beaucoup de choses qui se développent autour de ça, mais si la façon comme ça a été créée avec une mobilisation citoyenne, c'est aussi parce qu'il y avait dans le quartier des acteurs qui se sont mobilisés, il y avait un terrain fertile pour ça. Des citoyens, des organisations, la CDEC, des gens qui se sont impliqués pour sauver ça, il y avait des choses qui existaient. Donc, le Cinéma Beaubien est né de quelque chose qui existait auparavant, puis l'effort pour que ça se concrétise a fait que le cinéma ait pu aussi rayonner beaucoup plus. Moi, je le vois, la vie de quartier, les commerces, tout ce qui se développe autour. Il y a eu une transformation vraiment importante dans le quartier, mais il y avait des petites affaires qui étaient certainement avant. (Entrevue N° 2, acteur culturel, 2017)

4.3.4.1 Le Cinéma Beaubien vu par les résidents et les acteurs locaux

Un des objectifs de notre recherche a été de connaître l'intensité de l'ancrage que le Cinéma Beaubien a pu avoir dans le territoire de Rosemont. Nous nous sommes proposé de vérifier à quel point les résidents et l'ensemble des acteurs du quartier s'identifient au cinéma en tant que facteur culturel important pour le développement de la collectivité. On voulait aussi saisir la perception que les résidents ont du cinéma, en tant qu'icône culturelle qui contribue à l'identité locale, au développement économique et social et à la qualité de vie sur le territoire.

D'abord, il faut dire que quand on a demandé aux résidents quelles étaient les références territoriales les plus importantes du quartier, c'était le Cinéma Beaubien qui en ressortait en premier, suivi du parc Molson, adjacent au cinéma. Ces deux éléments du quartier sont devenus les principaux repères pour les résidents. Ces deux éléments identitaires sont très valorisés par les résidents, le premier pour son apport à

la culture et pour l'image positive que le cinéma a dans l'ensemble de Montréal, et même du Québec. La deuxième référence mentionnée est le parc Molson, valorisé notamment par les jeunes familles avec des enfants, lesquelles apprécient les activités qui se déroulent dans le parc, dont plusieurs sont réalisées avec la contribution du cinéma.

Les entrevues réalisées nous indiquent que la présence du cinéma a un effet de renforcement sur une identité et un sentiment d'appartenance qui était déjà très fort. Les résidents sont des utilisateurs fréquents du Cinéma Beaubien. La plupart de nos répondants affirmaient être des usagers réguliers. Ils aiment fréquenter le Cinéma Beaubien parce ce que c'est un cinéma de répertoire, parce qu'il diffuse des films d'auteur, des films de collection et des films en français. Donc, on a pu constater que le cinéma fait partie de l'identité des résidents du quartier et qu'il contribue à leurs loisirs. Il attire une clientèle composée de 20 % des gens du quartier : 50 000 billets sont achetés par année, par les résidents de Rosemont, ce qui explique pourquoi la plupart des personnes rencontrées étaient des utilisateurs du cinéma. Il faut dire aussi que le cinéma a des tarifs abordables pour l'ensemble du public, des rabais pour les aînées, des rabais pour les abonnés à l'année, du cinéma gratuit pour les enfants les samedis matin et des présentations gratuites à ciel ouvert dans le parc Molson pendant l'été.

Un de nos répondants affirme :

Moi, 80 % des films que je vois c'est au Cinéma Beaubien, donc, c'est vraiment important, c'est un service que j'utilise et ce sont des films que je ne trouve pas nécessairement ailleurs. C'est un cinéma de répertoire aussi, j'ai ma carte, on achète 6 films et on a des rabais, ça coûte moins cher par film (2 \$ de moins pour chaque film). Moi, je trouve important aussi tout le développement culturel du quartier, la clientèle que ça amène, le type de famille ou des professionnels qui vont venir, les gens qui viennent de l'extérieur pour le Cinéma Beaubien. Il n'y a plus à Montréal du cinéma de répertoire. De fois on va manger après, moi, je vais au cinéma avec ma fille, quand j'y vais avec des amis on va prendre un verre après. Moi, j'aime la

proximité et la qualité des films. Quand les enfants étaient plus jeunes, on allait au festival du cinéma des enfants, les enfants aimaient ça. Le cinéma à ciel ouvert dans le parc, j'aime parce ce qu'on rencontre les gens avant ou après le film, c'est des rencontres qu'on ne fait pas nécessairement au cinéma c'est comme plus complet que d'aller au cinéma simplement. C'est quelque chose de plus légère, de plus social (Entrevue N° 20, résident, 2017).

Ainsi, pour synthétiser la perception de la présence du Cinéma Beaubien dans le quartier, nous proposons un tableau synthétique indiquant les réponses obtenues des résidents, des intervenants et des commerçants (Tableau 4.1).

Tableau 4.1 Perception des intervenants, des résidents et des commerçants sur le Cinéma Beaubien dans le quartier

Perception	Le Cinéma Beaubien
Intervenants communautaires et institutionnels	<ul style="list-style-type: none"> • C'est une icône de la mobilisation citoyenne • Ça fait partie du quartier • Ça produit un achalandage accru dans le quartier • Le cinéma est positif pour le commerce • Les restaurants vendent plus à cause du cinéma • Le cinéma représente la lutte citoyenne et l'attachement au quartier
Commerçants	<ul style="list-style-type: none"> • Le cinéma présente des films de qualité • Le cinéma contribue à l'image positive du quartier • Le cinéma représente la lutte citoyenne et l'attachement au quartier • Il y a une belle histoire derrière le cinéma • C'est un moteur de la culture • C'est une belle réussite • C'est le poumon du quartier • C'est le point central du quartier

	<ul style="list-style-type: none">• C'est 100 % nécessaire• C'est le cœur du quartier
Résidents	<ul style="list-style-type: none">• C'est une icône du lieu• C'est un repère identitaire• C'est une référence culturelle

Source : Élaboré par l'auteur à partir des entrevues 2016-2017

4.3.5 La diffusion de la vision du développement du Cinéma Beaubien

Le Cinéma Beaubien est en train d'inspirer de nouveaux projets autant dans le quartier, par sa contribution à l'activité culturelle et socioéconomique, qu'à l'extérieur, parce que d'autres acteurs suivent son exemple. Depuis 2013, le Cinéma Beaubien avec l'aide de PME Montréal du Centre-Est, participe à la transformation du Cinéma du Parc, un cinéma de quartier qui fonctionnait dans la pratique comme un cinéma d'économie privée, même s'il s'agit d'une entreprise d'économie sociale. Ce nouveau défi met à l'épreuve l'efficacité du leadership du Cinéma Beaubien pour diffuser une approche du développement territorial axée sur la culture de quartier, soit sur la culture de proximité. Nos répondants signalent clairement que le Cinéma Beaubien mobilise une expertise qui peut être exportée, comme le montre l'exemple du Cinéma du Parc.

Cette expertise de la direction du Cinéma Beaubien se manifeste à travers la capacité que le projet a insufflé aux différents acteurs locaux de renforcer le développement culturel et d'améliorer les conditions des vies des résidents. Sa collaboration avec le Cinéma du Parc diffusera davantage sa vision du développement. Par ailleurs, cela donnera à la corporation Beaubien plus de force pour négocier avec les distributeurs et amplifier les échanges commerciaux, car ces derniers estimaient que le marché de Beaubien n'était pas suffisant.

L'expertise du Beaubien dans le cas du Cinéma du Parc, mais oui, c'est sûr que ça sert beaucoup, mais le (Cinéma) du Parc c'est Roland Smith qui est un vieux routier qui part à la retraite. Le Cinéma du Parc marchait quand même assez bien. Il s'agissait d'avoir dans du Parc une équipe supplémentaire, l'équipe du Beaubien, dans le fond vient compléter celle du Parc. Le Beaubien apporte le succès et l'expertise du directeur général Mario Fortin. Le succès du Beaubien est celle de l'équipe, le du Parc présentement, va très bien. En fait, c'est une belle complémentarité, plus parce qu'au du Parc nous avons un cinéma de langue anglaise que n'avait pas Beaubien, on a des films étrangers

en langue étrangère, mais sous-titrée en français. (Entrevue N° 5, acteur communautaire, 2017).

C'est clair qu'on a amené l'expertise du gérant du Beubien, de ce qui a été une entreprise d'économie sociale, donc toute la gouvernance a changé. Dans le fond c'est un OBNL qui était géré comme une entreprise privée. Le Cinéma du Parc c'était le cinéma d'un homme, c'était ça du Parc, il a bien marché, mais je pense qu'il avait atteint le maximum. (Entrevue N° 5, acteur communautaire, 2017).

Mais le rayonnement de la vision du développement du Cinéma Beubien dépasse l'alliance avec le Cinéma du Parc. Le Cinéma Beubien essaie d'établir des collaborations avec d'autres entreprises d'économie sociale dans la province afin de bâtir un réseau productif de type solidaire. Le directeur apporte des exemples dans ce domaine :

Une entreprise d'économie sociale à Mascouche qui fait du rembourrage. Il y a une entreprise d'économie sociale dans le Sud-Ouest qui est dans le métal, donc je suis en train de faire affaire. On pourrait demain matin commander 200 sièges en Chine et ne payer vraiment pas cher, mais je suis en train de travailler avec eux (ES) pour faire les sièges, faits par ces deux entreprises d'ES. Ça va coûter cher, on va avoir des bancs faits par deux entreprises d'ES, pour un cinéma d'ES. On vient de boucler la boucle, sans doute ça va nous coûter plus cher, mais quand on va aller voir Mme. Anglade et quand on lui dit : Hey... On vous amène ça la ! Comme un produit fait dans un circuit d'ES. (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017).

Un autre exemple est celui du Cinéma Beubien d'offrir 2 billets pour le coût d'un billet au détenteur d'une clé BIXI. Cette association permet entre autres de diminuer les coûts de transport au cinéma et d'encourager l'utilisation du vélo (<https://www.facebook.com/BIXImontreal/>) (Figure 4.4).



Figure 4.4 Promotion de réduction des coûts de transport entre BIXI Montréal et les cinémas du Parc et Beaubien

Cliché pris par l'auteur le 21 mai 2017

4.3.6 L'innovation et la connexion locale et globale du Cinéma Beaubien

Toujours dans le sens de développer des projets inclusifs, le Cinéma Beaubien fait preuve d'innovation et de création. Récemment le cinéma s'est doté d'équipements numériques, ce qui lui permet d'être compétitif dans un marché très concurrentiel. Il vient d'investir plusieurs milliers de dollars pour acquérir une technologie permettant aux personnes sourdes et malentendantes d'avoir accès au cinéma en salle et suivre les sous-titres d'un film sur un capteur individuel. Un premier pas pour accroître encore plus l'accessibilité à la culture.

Pour les personnes malentendantes, toutes les salles du cinéma Beaubien sont munies d'appareils d'aide à l'audition afin d'améliorer la condition sonore de nos projections pour les malentendants. Ces appareils individuels faciliteront

l'écoute d'un film grâce à l'amplification du volume par l'entremise d'un casque d'écoute. Cinéma Beaubien (<http://cinemabeaubien.com/fr/>).

Pour les personnes à mobilité réduite. «Les cinq salles disposent d'espace pour les fauteuils roulants, à l'avant ou à l'arrière de la salle selon la configuration de l'espace. Un ascenseur est disponible pour l'accès aux salles 4 et 5. Cinéma Beaubien (<http://cinemabeaubien.com/fr/>).

Le Cinéma Beaubien a amené aussi de la culture qui se fait ailleurs, avec le «cinéspectacle», qui présente l'Opéra de Paris dit : « le Cinéma Beaubien, entreprise d'économie sociale du quartier, fait partie des salles de cinéma québécoises qui présentent les spectacles de l'Opéra de Paris ». Rue Masson (<http://ruemasson.com>)

Dans cette mouvance, aux productions de l'Opéra national de Paris que nous présentons depuis quatre ans, se sont ajoutés, l'an dernier, les opéras et les ballets du *Royal Opera House* de Londres, de même que les représentations de la *Royal Shakespeare Company*. Grande nouvelle : cette année encore, nous bonifions la programmation en ajoutant à cette diversité déjà enviable deux opéras du *Gran Teatre del Liceu de Barcelone* et trois pièces de la Comédie-Française pour plus de 25 spectacles ! Rue Masson (<http://ruemasson.com>)

Il y a aussi le fait que le cinéma sert aussi de salle d'exposition pour des œuvres d'art,

Depuis novembre 2014, une belle collaboration avec le Cinéma Beaubien s'est développée permettant d'exposer des œuvres d'artistes en arts visuels du Regroupement art et culture de Rosemont-La Petite-Patrie (RACRPP) dans le corridor menant à deux salles du Cinéma Beaubien et relié à une aire d'attente. RACRPP (<http://www.racrpp.org>).

Le cinéma offre aussi des séances gratuites pour les enfants en partenariat avec la Maison de la culture.

Encore une fois, cette année, tous pourront profiter d'une sélection des meilleurs films pour la famille présentés ces derniers mois. L'entrée est toujours gratuite tous les samedis et les dimanches de l'été, à 10 h. Ceci est rendu possible grâce à la collaboration de la Maison de la culture Rosemont-La Petite-Patrie. Cinéma Beaubien (http://cinemabeaubien.com/sn_uploads/magazine-Beaubien-no022w.pdf)

Le cinéma est gestionnaire du piano public sur le parc Molson, activité qui est réalisée avec l'association des commerçants et l'arrondissement et le cinéma participe aussi aux festivals du film pour enfants (FIFEM) et le festival international *Vues d'Afrique*.

Prenant le modelé proposé par Juan-Luis Klein, les deux figures qui suivent montrent de manière schématique l'évolution de l'initiative du Cinéma Beaubien telle que nous l'avons décrite précédemment : le période de l'émergence de l'initiative en 2001 (Figure 4.5) et la période de la consolidation entre 2013 et 2017 (Figure 4.6).

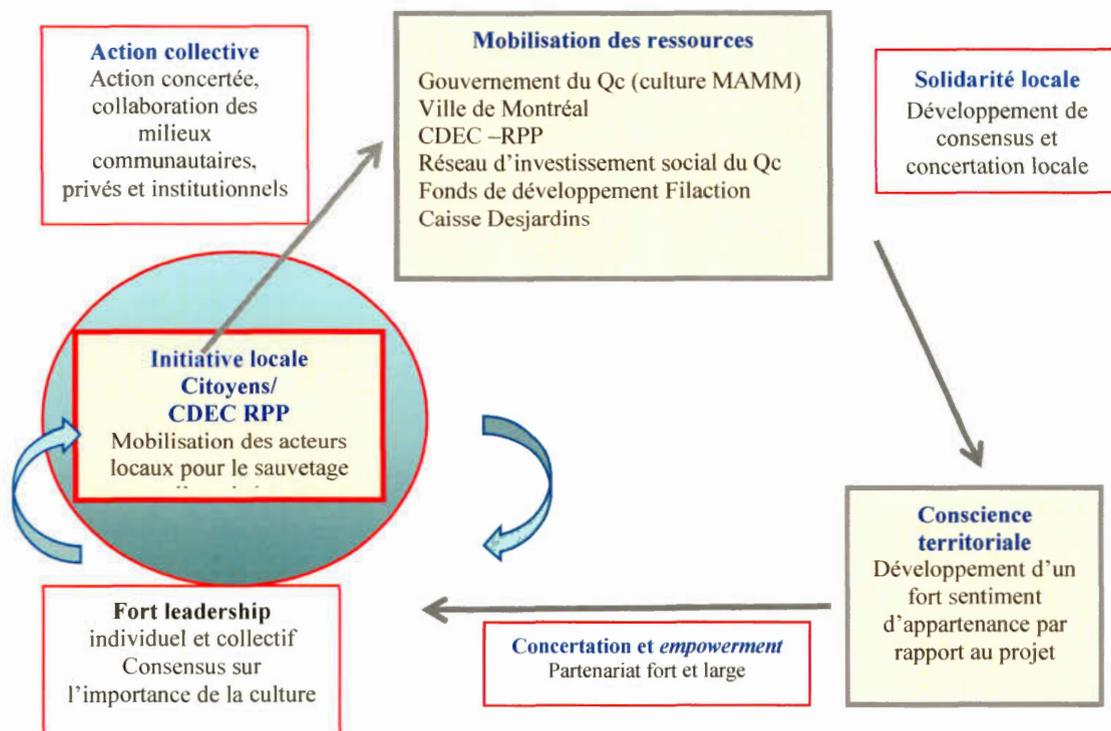


Figure 4.5 Relance du Cinéma Beaubien

Source : Rochman (2012). Selon le modèle du développement par l'initiative locale proposé par Klein (2008)

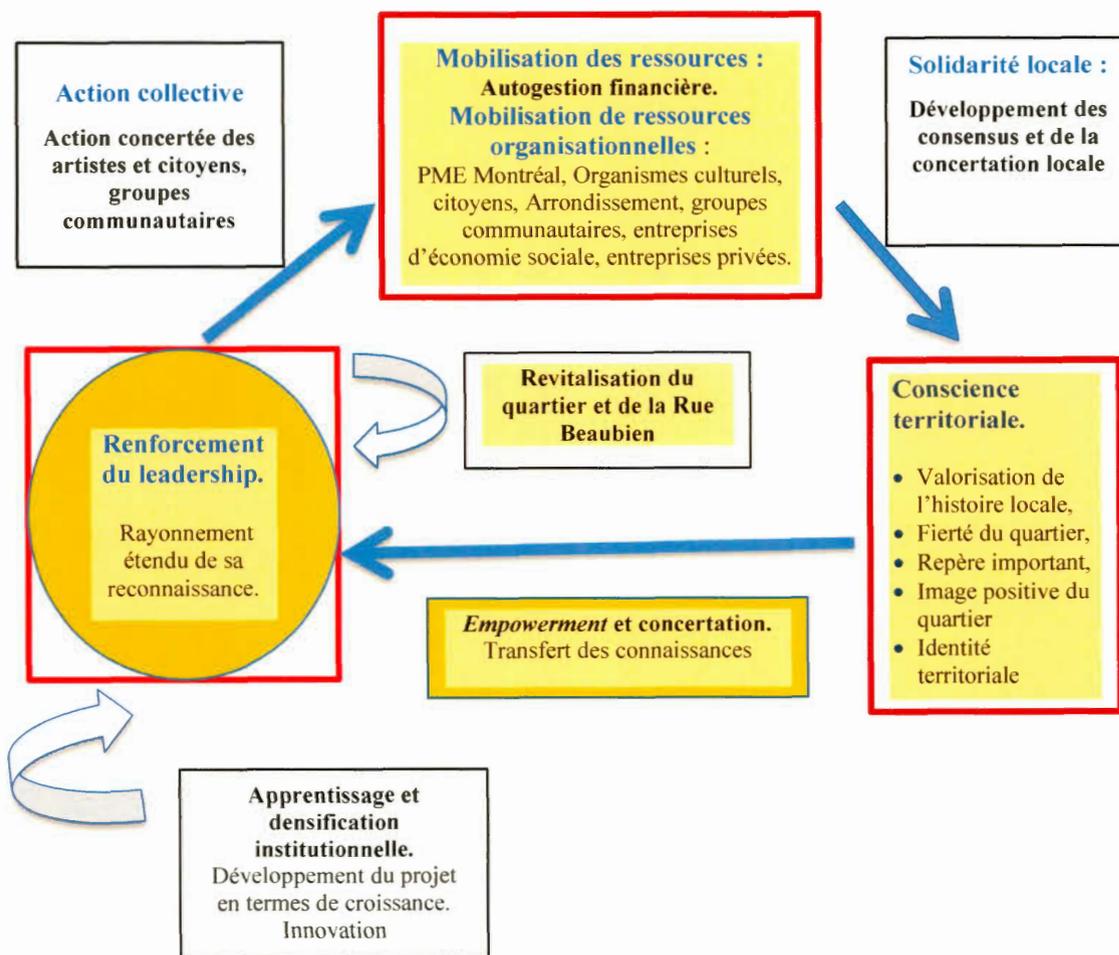


Figure 4.6 Renforcement et expansion du Cinéma Beaubien 2013-2017

Source : Élaboration de l'auteur selon le modèle du développement par l'initiative locale proposé par Klein (2008)

4.4 Conclusion

Le Cinéma Beaubien en tant qu'initiative locale de développement de type culturel a évolué de concert avec le quartier. Il fournit un leadership fort à l'ensemble des acteurs, culturels et socioéconomiques. Le cinéma a élargi son action et son

rayonnement avec différentes collaborations et alliances. Le Cinéma Beaubien est au centre d'un vaste réseautage organisationnel facilité par la participation de ses responsables dans des tables et organismes de concertation et dans des conseils d'administration. Le fort engagement du Cinéma Beaubien dans le quartier lui permet un ancrage territorial important. En ce qui concerne la mobilisation des ressources, le cinéma compte sur des ressources diversifiées humaines et organisationnelles, aussi bien du milieu local que d'un niveau plus global. En ce qui concerne les ressources financières, le cinéma consolide de plus en plus son autonomie. Son enracinement dans l'identité territoriale s'intensifie ce qui renforce le sentiment d'appartenance des résidents du quartier.

L'effet du cinéma déborde largement le champ de la culture. Il a approfondi et densifié ses actions dans le territoire à travers de nouveaux projets innovateurs et bénéficie d'une forte reconnaissance auprès des acteurs et des résidents. Ceux-ci sont fiers de la présence du cinéma et valorisent le fait d'avoir réussi la sauvegarde d'un patrimoine culturel et, ainsi, d'avoir participé à l'*empowerment* collectif, c'est-à-dire à la capacité d'agir collectivement et de coordonner les actions.

Le Cinéma Beaubien est devenu l'un des artisans du développement du quartier. L'action du Cinéma Beaubien dans le territoire a été un élément essentiel dans la reconstruction du tissu local qui montrait de forts signes de dévitalisation à la fin des années 1990. La saga de sa relance a insufflé de nouvelles forces aux acteurs et aux résidents lesquels y voient un facteur d'amélioration du cadre de vie que représente le quartier.

CHAPITRE V

PORTRAIT SOCIOÉCONOMIQUE ET DÉMOGRAPHIQUE DE ROSEMONT-LA PETITE-PATRIE

5.1 Introduction

Comme nous l'avons mentionné précédemment, l'objectif de notre étude est l'analyse des effets de revitalisation urbaine à travers des stratégies de type culturel. Dans ce chapitre nous dresserons un portrait socioéconomique et sociodémographique de la zone d'étude en lien avec la présence du cinéma Beaubien. Rappelons que notre hypothèse principale soutient que le choix de la culture peut rallier l'ensemble des organismes présents dans un quartier et que cela peut favoriser l'élaboration de processus de revitalisation inclusifs qui ont un effet positif sur le quartier en termes d'activité économique et de cadre de vie et qui renforcent la participation citoyenne. Nous aborderons dans ce chapitre les données nécessaires à la réponse à deux de nos questions secondaires, soit :

- 1) Quels types de modifications économiques et sociales les initiatives culturelles engendrent-elles sur les dynamiques du quartier?
- 2) Dans quelle mesure les initiatives culturelles favorisent l'augmentation de la valeur des sols urbains qui ont perdu leur valeur comme effet de la crise économique?

Pour poser les éléments de réponse à ces questions, nous analyserons un ensemble d'indicateurs qui nous informeront sur les changements économiques et sociaux de ce que nous avons appelé la Zone du Cinéma. Il faut préciser que la plupart de ces indicateurs ont été étudiés dans un horizon de 20 ans afin de saisir l'évolution de ces changements. Également il faut dire que les indicateurs ont été mis en perspective avec les données de la ville et de l'arrondissement afin de valider la lecture de la situation et l'analyse des résultats.

Pour la recherche nous avons choisi des indicateurs sociodémographiques sur le vieillissement, la mobilité résidentielle, l'éducation, ainsi que des indicateurs de nature socioéconomique, tels les professions, l'emploi et le chômage, les revenus des familles, le statut de la propriété, les coûts des loyers, la valeur des logements et les valeurs foncières. Ce sont des indicateurs plutôt classiques que nous avons sélectionnés suite à la lecture d'un grand nombre de travaux portant sur diverses modalités d'évaluation socioéconomique des territoires (Lavoie *et al.*, 2011; Rose, 1984; Gomez, 2016; Diaz-Parra et Rabasco-Pozuelo, 2013; Checa-Artasu, 2011; Fontan *et al.*, 2014). Ils visent à saisir les effets positifs et négatifs d'une intervention culturelle dans un lieu ou un quartier, des effets positifs comme la revitalisation urbaine ou négatifs comme la déqualification d'une partie de la population résidente.

5.2 Portrait de l'arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie

Le terrain d'étude se situe dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie. Cet arrondissement compte 134 000 habitants, ce qui le place parmi les trois arrondissements les plus peuplés de Montréal (Ville de Montréal, 2014). Il concentre 8,1 % de la population totale de la ville. Ses habitants sont répartis sur un territoire de 15,9 kilomètres carrés.

À une échelle plus fine, notre terrain d'étude est localisé dans le district d'Étienne Desmarteau¹¹, où on recense 29 566 personnes, ce qui représente 22 % de la population de l'arrondissement. La population totale de ce district est composée de 12 % de personnes de moins de 14 ans, 75 % de personnes entre 15 et 64 ans et 13 % de gens de 65 ans et plus. La grande majorité de la population du district (85 %) ne parle que français à la maison et une partie importante, soit 40 % du total, est unilingue française. La population immigrante ne compte que pour 16,1 %, ce qui est faible si nous le comparons avec l'arrondissement (22 %) et avec la ville (33 %). Seulement 12 % de la population du district déclare faire partie d'une minorité visible. Bref, il s'agit d'une population plus homogène et plus francophone que celle que nous révèlent les données de l'ensemble de Montréal.

Concernant les indicateurs de défavorisation, la population du district se situe dans la moyenne de l'arrondissement et, selon certains indicateurs, elle présente un profil plutôt favorable (Tableau 5.1). Les chiffres sur le niveau de scolarité des résidents révèlent une situation meilleure que celle de la moyenne de la population montréalaise comme le montrent les données de la ville de Montréal :

Les diplômés universitaires comptent pour 38 % de la population de 15 ans et plus du district. Cette proportion s'élève à 37 % dans l'arrondissement et à 34 % dans l'ensemble de la ville. Plus de la moitié de la population du district ayant fait des études postsecondaires détient un diplôme en commerce, gestion et administration publique (19 %), en sciences sociales et de comportements, et en droit (15 %) ou en architecture, génie et services connexes (14 %). (Ville de Montréal).

Cette population correspond bien à une clientèle susceptible d'être sensible à la relance du Cinéma Beaubien. Elle correspond à une population scolarisée susceptible

¹¹ Cette unité territoriale correspond aux districts électoraux de Montréal.

d'apprécier les activités culturelles de proximité (Nous reviendrons plus tard sur ce point).

Quant aux chiffres concernant les taux d'activité et de chômage, ainsi que ceux sur les revenus, ils rendent compte d'une population qui sans être aisée, est en meilleure situation que celle de Montréal dans son ensemble (Tableau 5.1).

Tableau 5.1 Indicateurs socio-économiques de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie et de la Ville de Montréal, 2011

Indicateurs	District D'Étienne-Desmarreau		Rosemont-La Petite-Patrie		Ville de Montréal	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Familles monoparentales	1 480	21,4	6 835	21,8	88 615	22,0
Personnes âgées de 65 et plus	3 750	12,7	19 435	14,5	224 515	15,1
Locataires	11 375	70,9	51 185	71,9	487 765	64,0
Coût mensuel du loyer	682 \$		688 \$		732 \$	
Langue parlée souvent à la maison : français	24 300	84,7	104 025	78,7	886 075	59,0
Population immigrante	4 675	16,1	28 435	21,8	538 280	33,0
Minorités visibles	3 400	11,7	24 000	18,4	510 665	31,7
Population de 15 ans et plus sans diplôme universitaire	4 140	16,3	20 835	18,3	273 360	20,0
Diplômés postsecondaires en arts et communications	2 980	14,4	7 715	10,5	57 340	7,1
Mobilité 5 ans auparavant : n'ayant pas déménagé	14 465	52,5	62 540	50,6	821 010	54,0
Taux de chômage	1 570	7,1	6 785	8,8	86 270	9,5
Revenu médian des familles	56 948 \$		58 182 \$		57 270 \$	

Source : Statistique Canada, données recompilées par la Ville de Montréal (2014)

5.3 Caractéristiques sociodémographiques et socioéconomiques de la zone d'influence du Cinéma à Rosemont-La Petite-Patrie

Pour bien comprendre l'évolution du tissu social de la Zone du Cinéma, nous avons choisi des indicateurs sociodémographiques permettant d'évaluer le vieillissement, la mobilité résidentielle, l'éducation, ainsi que des indicateurs de nature socioéconomique qualifiant les types d'emploi présents et le statut de la propriété sur le territoire, ou mesurant les niveaux de chômage, de revenu des familles, de coûts des loyers, de valeur des logements et de valeurs foncières. Ces indicateurs, plutôt classiques, visent à saisir les effets positifs (p. ex. la revitalisation urbaine) et négatifs (p. ex. la dévalorisation d'un lieu) d'une intervention de revitalisation dans un lieu ou un quartier.

Pour l'utilisation de ces indicateurs, un périmètre comportant 15 aires de diffusion¹² a été délimité, aire que nous avons considérée comme le territoire le plus directement influencé par la présence du cinéma. La zone à l'étude est localisée au centre de l'arrondissement et couvre une surface totale de 561 km² (Figure 5.1).

¹² Les aires de diffusion représentent un territoire géostatistiques qui a été établi par Statistique Canada lors du recensement en 2001. Ce territoire correspond à une petite unité géographique formée d'un ou de plusieurs îlots regroupant de 400 à 700 habitants. Il s'agit de la plus petite unité géographique normalisée d'agrégation des données du recensement. Ce découpage est régulièrement utilisé afin de cartographier les caractéristiques socio-économiques des arrondissements et quartiers.



Figure 5.1 Le territoire d'étude : Zone du Cinéma
Source : Image de base Google Maps (2017)

5.3.1 L'accès à l'emploi

En ce qui concerne l'emploi, le taux de chômage dans la Zone du Cinéma pendant les 15 dernières années a diminué significativement. Si l'on compare les données de la Zone du Cinéma avec celles de la ville et de l'arrondissement, nous constatons que déjà en 1996, le taux de chômage de cette zone était inférieur et que cette différence s'est accentuée avec le temps. En 2011, le taux de chômage dans la Zone du Cinéma s'éloigne du reste du territoire de façon significative : 5 % contre 9 % à l'arrondissement et 10 % dans l'ensemble de la Ville (Tableau 5.2).

Tableau 5.2 Taux de chômage dans la Zone du Cinéma Beaubien, dans l'arrondissement et dans la ville - 1996-2011.

Territoires de comparaison	1996 (%)	2001 (%)	2006 (%)	2011 (%)
Ville de Montréal	8	10	9	10
Rosemont-la Petite-Patrie	15	9	8	9
Zone du Cinéma	10	7	6	5

Source : Données de Statistique Canada et de la Ville de Montréal. Tableau construit par l'auteur.

5.3.2 La transformation des professions

Dans la Zone d'étude, le profil professionnel des habitants présente des changements importants. Depuis 1996 le nombre de professionnels liés à la vente, la gestion, les affaires, l'administration et les finances a diminué, ainsi que ceux du secteur des sciences de la nature et de la santé. Par contre, le nombre de professionnels liés à l'enseignement, aux sciences sociales, aux arts, à la culture, aux loisirs et aux sports a augmenté. Nous constatons une tendance à la croissance du nombre d'employés de ces domaines professionnels, ce qui est en phase avec la tendance de l'arrondissement. Par contre les professions des secteurs primaire et secondaire sont en déclin dans la zone. La tendance à la tertiarisation est claire (Figure 5.2).

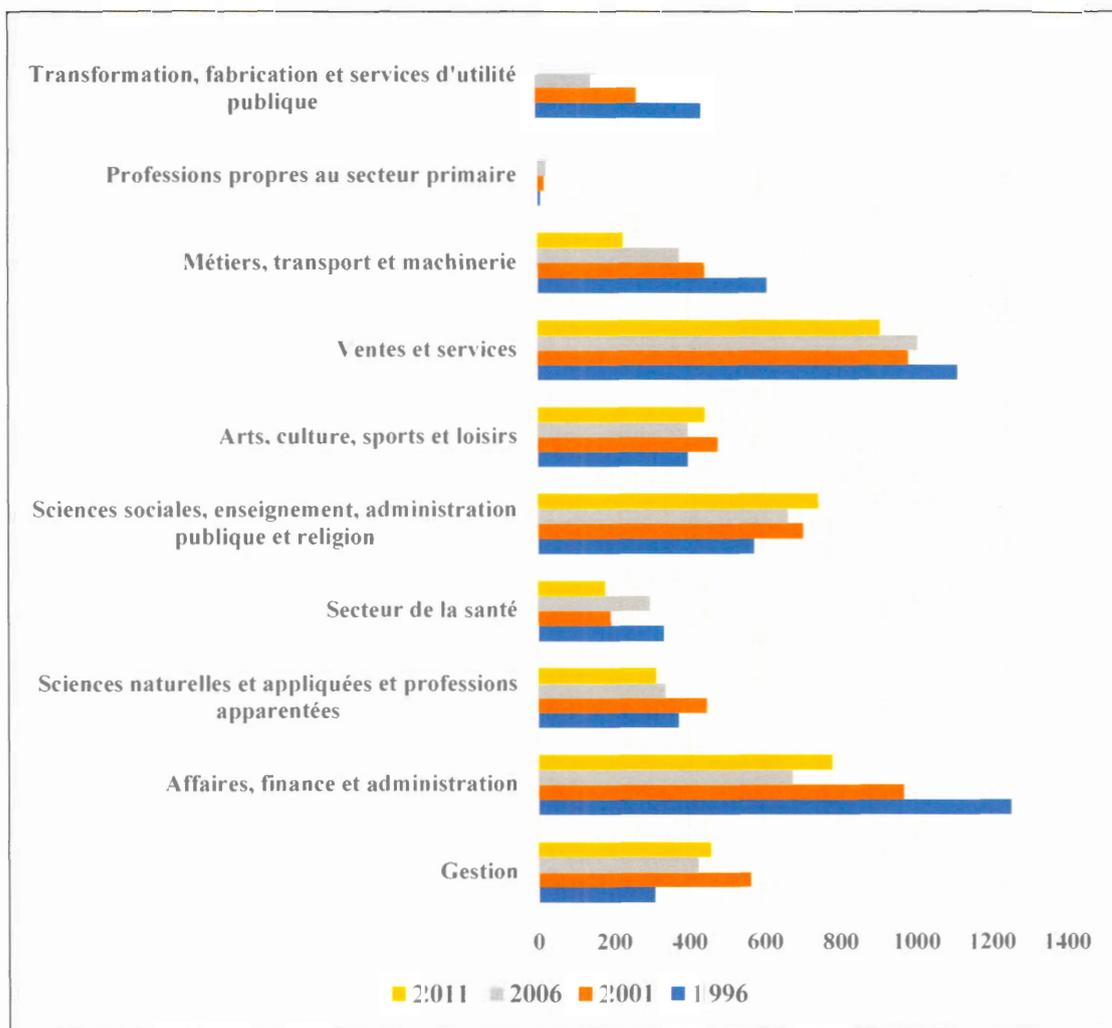


Figure 5.2 Évolution des professions dans la Zone du Cinéma. 1996-2011
Source : élaboré à partir de Statistique Canada. Ville de Montréal

5.3.3 Les familles sont devenues plus riches

En 1996, les revenus des familles dans la Zone du Cinéma (50 127 \$) étaient similaires à ceux des familles de la Ville de Montréal (50 818 \$). Ce qui n'était pas le cas des revenus familiaux de l'arrondissement qui se trouvaient, eux, de beaucoup inférieurs (39 170 \$). Cependant, à partir de l'année 2001, même si les familles de

l'arrondissement augmentent leur revenu de façon soutenue, ce qui réduit de façon importante l'écart avec les familles de la ville, l'arrondissement reste plus pauvre que la ville (Tableau 5.3). La Zone du Cinéma par contre s'est quant à elle toujours distinguée. Elle était plus riche que l'ensemble de l'arrondissement en 1996 et aujourd'hui encore. En 2006, la Zone du Cinéma dépasse les revenus des familles de la ville et de l'arrondissement de 6 % et 13 % respectivement et en 2011 l'écart s'est élargi. Ces chiffres témoignent de l'enrichissement des familles dans le territoire étudié (Tableau 5.3).

Tableau 5.3 Revenu moyen des familles (\$) entre 1996 et 2011

Territoires de comparaison	1996	2001	2006	2011
Ville de Montréal	50 818	55 792	66 329	75 368
Rosemont-la Petite-Patrie	39 170	49 932	61 570	72 119
Zone du Cinéma	50 127	56 356	70 532	84 505

Source : élaboré à partir de Statistique Canada. Ville de Montréal

5.3.4 Le rajeunissement de la population

En ce qui concerne l'âge, lorsque nous comparons la situation des personnes âgées dans la Zone du Cinéma avec celle de l'ensemble de l'arrondissement et avec celle de la ville, nous constatons que, depuis 1996, la population âgée de 65 ans et plus de cette zone a subi une diminution de cinq points de pourcentage. Elle ne comptait que pour 10 % de la population totale en 2011 contre 15 % en 1996. Si nous comparons ces pourcentages avec les moyennes de l'arrondissement et de la ville, nous voyons que la proportion des personnes âgées dans la Ville de Montréal s'est maintenue autour de 15 %, un taux presque invariable pendant les 15 années considérées, alors que dans l'arrondissement la diminution n'a été que de 2 % (Tableau 5.4).

Tableau 5.4 Population de 65 ans et plus. 1996-2011

Territoires de comparaison	1996 (en %)	2001 (en %)	2006 (en %)	2011 (en %)
Ville de Montréal	14.9	15.1	15.2	15.2
Rosemont-la Petite Patrie	16.9	16.8	15.4	15.0
Zone du Cinéma	15.0	14.3	12.1	10.3

Source : Élaboré à partir de données de Statistique Canada et de la Ville de Montréal

5.3.5 La scolarité dans la Zone du Cinéma

Le niveau de scolarité d'une population est un indicateur révélateur de ses capacités à contribuer aux transformations sociales (UNESCO, 2015). Si nous comparons le taux de personnes sans diplôme dans la Zone du Cinéma par rapport à celui de la ville et de l'arrondissement, nous constatons que le niveau d'instruction dans notre zone d'étude s'est amélioré considérablement : 16 % de la population était sans diplôme en 1996 contre 12 % en 2011 (Figure 5.3), un pourcentage très inférieur à celui de la ville (20 %), et 2 % en dessous de celui de l'arrondissement (18 %)

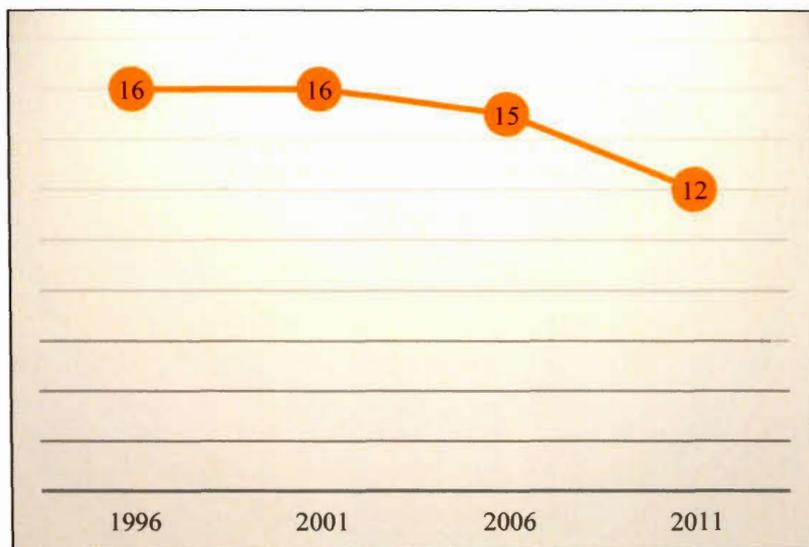


Figure 5.3 Population des 15 ans et plus sans certificat ou diplôme (en %). 1996-2011

Source : élaboré à partir de Statistique Canada. Ville de Montréal

5.3.6 La mobilité résidentielle

L'un des effets causés par la revitalisation urbaine de base culturelle peut être la gentrification, soit l'arrivée de nouvelles couches des résidents provoquant l'éviction des anciens résidents qui, dans l'impossibilité d'assumer les coûts inhérents aux augmentations des loyers et des prix des propriétés, doivent quitter leur lieu de résidence. Donc, il est essentiel d'analyser les données qui concernent la mobilité des résidents dans la zone d'étude pour vérifier si la relance du cinéma a provoqué un tel phénomène.

Si nous examinons l'évolution de la mobilité résidentielle entre 1996 et 2011, nous constatons à Montréal une légère tendance de la population à moins déménager, même si en 2011, 46 % de la population avait tout de même déménagé dans les cinq années précédentes. Ce taux est légèrement supérieur au niveau de l'arrondissement,

et s'élève à 49 % en 2011. Or, dans le terrain d'étude, surtout depuis 2006, la population se révèle plus stable : en 2011, seulement 44 % de la population avait déménagé dans les cinq dernières années (Tableau 5.5).

Tableau 5.5 Mobilité résidentielle 1996-2011

Territoires de comparaison	Pop. n'ayant pas déménagé 5 ans avant l'année de référence			
	1996 (en %)	2001 (en %)	2006 (en %)	2011 (en %)
Ville de Montréal	52	51	55	54
Rosemont-La Petite-Patrie	47	46	52	51
Zone du Cinéma	52	49	54	56

Source : élaboré à partir de Statistique Canada. Ville de Montréal

Nous ne pouvons donc pas affirmer que la perte de quelques points de pourcentage de la part de la population aînée dans la Zone du Cinéma constatée dans la section précédente soit le produit d'un processus d'éviction de la population âgée par l'arrivée des couches de populations plus jeunes. De plus nous constatons que depuis l'année 2001 la moyenne d'âge dans la zone d'étude ne dépasse pas les 39 ans, chiffre qui reste constant pendant les deux recensements qui ont suivi (2006 et 2011). Il n'y a pas eu de grands changements dans la structure d'âge dans la zone qui nous intéresse.

5.3.7 L'accès à la propriété

Le type d'occupation des logements (location ou propriété) est un indicateur aussi important que le revenu familial pour examiner les conditions socioéconomiques d'une population. C'est pour cette raison que nous avons analysé les formes d'occupation des résidences dans notre terrain d'étude en comparaison avec l'arrondissement et la ville. En premier lieu, nous constatons que, dans le cas de la ville de Montréal, entre 1996 et 2011, il y a eu peu de variation dans ce domaine. Dans l'arrondissement de RPP, nous constatons que, malgré une amélioration de l'accès à la propriété en 2011, le taux de locataires reste élevé (passé de 72 % à 77 % entre 1996 et 2011). Par contre, dans la Zone du Cinéma, le nombre des propriétaires est sensiblement plus élevé que dans l'arrondissement. Le nombre de logements occupés par des locataires y est descendu de 68 % en 1996 à 63 % en 2011, étant même plus bas que le niveau de la ville (64 % en 2011) alors que le nombre de propriétaires y a considérablement augmenté. (Tableau 5.6).

Tableau 5.6 Logements occupés par un locataire. 1996-2011

Territoires de comparaison	1996 (en %)	2001 (en %)	2006 (en %)	2011 (en %)
Ville de Montréal	66	68	66	64
Rosemont-la Petite-Patrie	77	74	73	72
Zone du Cinéma	68	66	69	63

Source : Statistique Canada. Ville de Montréal

5.3.8 Coûts d'un immeuble locatif dans la Zone du Cinéma.

L'évolution des coûts pour habiter un logement locatif depuis 1996 montre que se loger dans la Zone du Cinéma a été toujours plus cher (511 \$) que dans l'arrondissement (494 \$), situation qui avait changé pour l'année 2011 alors que les prix des loyers (668 \$) sont restés en dessous de ceux de la ville (732 \$) et de l'arrondissement (688 \$) (Tableau 5.7). Nous pouvons donc affirmer que les coûts pour louer un appartement dans la Zone du Cinéma ont suivi une tendance à la hausse, tout en devenant récemment inférieurs aux prix exigés dans l'arrondissement et la ville.

Tableau 5.7 Coût mensuel pour un locataire (en dollars). 1996-2011

Territoires de comparaison	1996	2001	2006	2011
Ville de Montréal	542	557	646	732
Rosemont-la Petite Patrie	494	519	601	688
Zone du Cinéma	511	555	649	668

Source : Élaboré à partir des données de Statistique Canada et de la Ville de Montréal

En général, le territoire d'étude nous révèle un quartier de classe moyenne et de propriétaires. En fait, les principales données sociodémographiques et socioéconomiques dans la Zone du Cinéma montrent que, par rapport à la ville et à l'arrondissement, le taux de chômage est beaucoup plus bas, le revenu médian des familles est plus élevé, les propriétaires sont plus nombreux même si la valeur des propriétés est plus élevée, le taux des diplômés montre une population plus scolarisée que dans l'ensemble de la ville et l'arrondissement, et que, par ailleurs, les coûts des loyers sont plus bas (Tableau 5.8).

Tableau 5.8 Portrait socio-économique de synthèse. 2011

Indicateurs	Zone du Cinéma	Rosemont-La Petite-Patrie	Ville de Montréal
Population de 65 ans et plus (en %)	10	15	15
Pop. N'ayant pas déménagé 5 ans auparavant (en %)	56	50,6	54,0
Taux de chômage (en %).	5	8,8	9,5
Professionnels de l'enseignement et sciences sociales (en %)	16,6	9,4	8,2
Professionnels en arts et culture (en %)	9,5	3,8	2,5
Revenu médian des familles (en dollars)	66 031 \$	58 182 \$	57 270 \$
Locataires (vs propriétaires) (en %)	63	71,9	64,0
Valeur moyenne du logement (en dollars)	400 541 \$	348 998	373 475
Loyer brut moyen mensuel (en dollars)	668 \$	688 \$	732 \$
Personnes des 15 ans et plus sans certificat ou diplôme (en %)	12	18,3	20,0

Source : Statistique Canada. Ville de Montréal

5.3.9 Portrait des indicateurs socioéconomique et démographique à l'intérieur de la Zone du Cinéma

Malgré la situation socioéconomique plutôt favorable de notre territoire d'étude, une observation à une échelle plus fine montre qu'il existe des ilots qui présentent une situation plus défavorable. Nous constatons qu'il existe à l'intérieure de la Zone du Cinéma deux ilots critiques (Figure 5.4) qui ne présentent pas les mêmes conditions de favorisation que le reste de la zone :

- a) Le premier ilot se situe à l'extrême est de la zone dans la partie nord entre la 1^{re} et la 3^e Avenue. Cet ilot semble se différencier du reste du territoire : il existe une plus forte présence de minorités visibles, un plus fort pourcentage de locataires et un taux de chômage plus élevé.

- b) Le deuxième îlot se situe à l'extrême ouest du territoire, entre la rue Bordeaux et l'avenue de Lorimier, où il existe une forte présence des minorités visibles et une grande mobilité résidentielle. La valeur moyenne des logements est aussi plus faible que celle constatée dans l'ensemble de la zone, et les coûts des loyers étaient au-dessous de la moyenne. Même chose pour le taux de propriétaires. De plus, nous constatons des taux élevés de personnes de 15 ans et plus sans aucun diplôme. (Tableau 5.9)

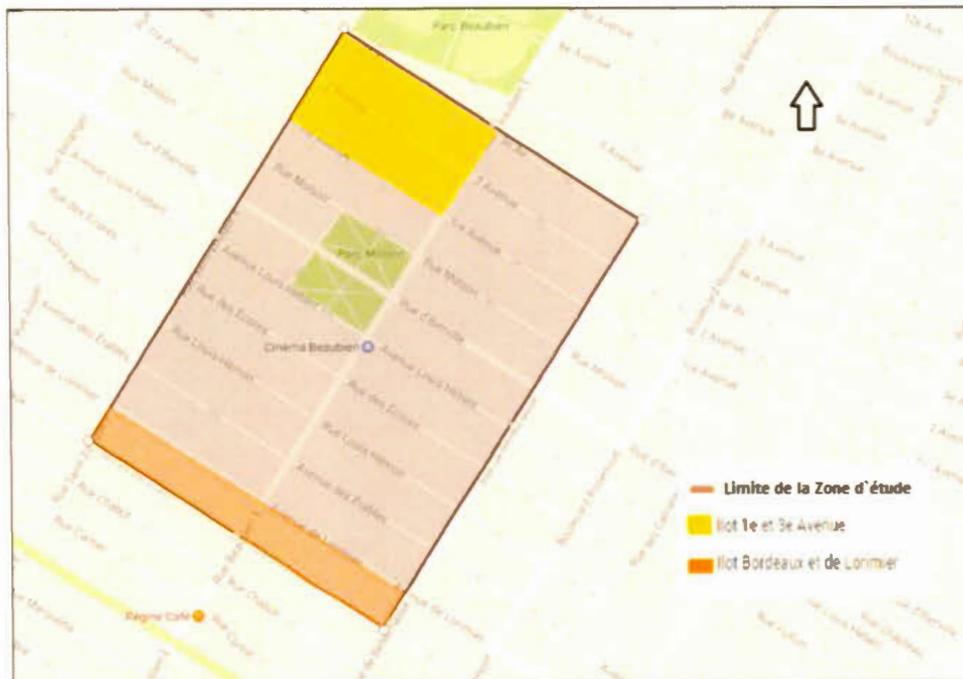


Figure 5.4 Ilots critiques à l'intérieur de la Zone du Cinéma

Source : Données provenant de Statistique Canada et de la Ville de Montréal.

Carte conçue par l'auteur

Tableau 5.9 Zone du Cinéma. Indicateurs socio-économiques. Synthèse. 2011

Indicateurs	Territoires		
	Zone du Cinéma	Ilots	
		1 ^{re} et 3 ^e Avenue	Bordeaux et de Lorimier
Revenu médian des ménages	41348 \$	47589 \$	46553 \$
Locataires (%)	63	66	75
Valeur moyenne des propriétés (en \$)	400 541 \$	401 062 \$	302 184 \$
Loyer brut mensuel	668 \$	625 \$	615 \$
Sans certificat ou diplôme (%)	12	8	17

Source : Élaboré à partir des données : Statistique Canada. Ville de Montréal. Atlas sociodémographique, arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie. 2011

5.4 Marketing territorial et valorisation du milieu

Pour comprendre comment les résidents et autres acteurs du milieu s'identifient au Cinéma Beaubien, nous nous sommes penchés sur l'offre des ventes des propriétés dans le secteur et sur les stratégies promotionnelles, en faisant l'hypothèse que la présence du cinéma sur le lieu est devenue un élément d'intérêt pour attirer des acheteurs. Les sites Internet des ventes de logements ont été très utiles à cet égard. Nous avons choisi le site web Realtor.ca, géré par l'Association canadienne de l'immeuble (ACI). Ce site web regroupe la plupart des courtiers et agents immobiliers faisant partie des 100 chambres et associations immobilières au Canada. Nous avons procédé aussi à l'étude du site web de Dupropio, un service de vente immobilière sans intermédiaire. C'est le propriétaire qui conçoit sa propre stratégie de vente.

Nous avons révisé les fiches descriptives de chaque immeuble dans la zone d'influence du Cinéma. Nous avons relevé pour chaque immeuble les éléments suivants : la description donnée par les propriétaires des atouts de la propriété, les

services à proximité et les éléments attractifs pour la vente de l'immeuble. Nous nous sommes demandé si les propriétaires ou les agents immobiliers faisaient référence directement ou indirectement à la proximité du cinéma et s'ils mettaient en valeur cette proximité.

5.4.1 Le Cinéma Beaubien : une icône du marketing territorial spontané à Rosemont

Nous avons recensé 44 immeubles mis en vente dans le quadrilatère déjà mentionné au mois d'octobre 2015 sur le site de Realtor. Parmi ces immeubles, 12 unités faisaient référence directe au Cinéma Beaubien. C'est-à-dire, que 25 % des annonces des logements mis en vente, toutes catégories confondues, mentionnaient comme un atout promotionnel la proximité du Cinéma Beaubien. Nous avons répété l'opération pour le mois d'octobre 2016. Le même site web de Realtor offrait 34 propriétés en vente dans le même quadrilatère, parmi lesquelles sept faisaient référence directe au cinéma, ce qui représente 21 % du total (Tableau 5.10)

Pour l'année 2016, nous avons fait la révision des fiches descriptives du site Du proprio. Nous avons constaté que 12 offres sur 15 font référence à la présence du cinéma, c'est-à-dire que 80 % des appartements et maisons en vente soulignent comme aspects favorables pour la vente, la proximité au cinéma (Tableau 5.11).

Tableau 5.10 Mise en vente des logements. Site Internet Realtor.ca. 2016

Adresse	Type	Année de construction	Référence au Cinéma Beaubien	
			Oui	Non
1re Avenue	Appartement	1999		1
	Appartement	2012	1	
Rue Saint-Zotique	Quadruple	1950		1

	Condos	2016	1	1
	Appartement	2017	1	1
Rue Molson	Condo	1925		1
	Triplex	1928	1	
Av. Elsdale	Appartement	1929		1
Rue D'Iberville	Appartement	1929		1
	Duplex	1944		1
	Appartement	2003		1
Av. Louis Hébert	Appartement	1924		1
	Appartement	2007		1
Rue des Écores	Appartement	2009		1
Rue Des Érables	Appartement	Inconnue	2	4
	Appartement	1915		
	Triplex	1924		
	Duplex	1926		
	Duplex	1930		
	?	1997		
Rue Louis Hémon	Triplex	1960		1
Rue De Lorimier	Duplex	1950		1
	Duplex	1946		1
	(12 condos)	2015	1	
Rue Augier	Appartement	1989		1
Rue Beaubien E	Triplex	1927		1
	Duplex	1929		
Rue Bélanger	Appartement	1941		1
	Appartement	1941		1
Rue Cartier	Unifamiliale	1910		

	Duplex	1955		1
Rue de Bordeaux	Nouveau condo	2015		1
Rue Marquette	Duplex	1920		1
Rue Chabot	Triplex	1944		1

Site de Realtor .CA. Consulté 2 octobre 2015 et le 5 octobre 2016

Tableau 5.11 Mise en vente des logements. Site Internet Du proprio. 2016

Adresse	Type	Année de construction	Référence au Cinéma Beaubien	
			Oui	Non
Boulevard Rosemont	Condo indivise	2002		1
	Condo indivise	2008	1	
3e Avenue	Divise condo	1934	1	
	Condo indivise	1996	1	
1re Avenue	Divise condo	1919	1	
Rue Molson	Bungalow	1923		1
	Condo indivise	1931	1	
	Condo indivise	1955	1	
St-Zotique Est	Condo	2016		1
Rue des Écores	Condo	2009	1	
Avenue des Érables	Condo	1915		1
	Condo	2000		1
Avenue De Lorimier	Condo	1927	1	
Rue Louis-Hémon	Condo	1920	1	
Rue Chabot	Condo	1929	1	

Source. Site Dupropio.com. Consulté le 12 octobre 2016

Voici quelques exemples des descriptions faites par les propriétaires mettant en valeur la proximité au Cinéma Beaubien :

Propriété située à quelques pas du Cinéma Beaubien et de la rue branchée Beaubien.

Près du Cinéma Beaubien, le parc Molson et commerces de quartier.

Le Cinéma Beaubien et le parc Molson à moins de 5 minutes à pied, et, également à distance de marche, un parc à chiens au grand parc Beaubien.

Situé au cœur d'un quartier de choix où il fait bon vivre. À 2 pas du parc Molson et de la rue Beaubien. Près de tous les services : épicerie, fruiterie, boulangerie, Cinéma Beaubien, école Saint-Marc, école Sans-Frontières, piste cyclable, etc.

Le quartier est à la fois vivant et calme. Tout est accessible à pied (autobus, bixi, bibliothèque, parcs, écoles, garderies, épiceries, cafés, Cinéma Beaubien.

Une des plus belles rues de Rosemont près des cafés, cinéma, bistros, écoles et transports en commun.

Appartement : Situé dans Rosemont sur la rue branchée Beaubien. À quelques pas du Cinéma Beaubien, du parc Molson, des restaurants et boutiques.

Dans un quartier recherché et fort agréable à deux pas du parc Molson, près des commerces, d'une pharmacie, d'une succursale SAQ, d'un grand choix de bons restaurants et cafés ainsi que du très populaire Cinéma Beaubien. (Source. Site web DuProprio.com. Consulté le 12 octobre 2016)

Secteur le plus recherché de Rosemont, près du parc Molson, école St Marc, Cinéma Beaubien, cafés.

(Source Site web Realtor.ca, consulté le 2 octobre 2015)

Entre les deux sites web, la différence des pourcentages obtenus qui soulignent la présence du Cinéma Beaubien pourrait être expliquée par le fait que dans la vente directe des immeubles les propriétaires sont mieux placés pour parler de leur propre domicile et de l'espace environnant. En effet, ils sont ceux qui fréquentent quotidiennement le quartier et remarquent le manque ou l'existence de services

intéressants qui peuvent s'avérer des atouts pour la vente en ce qui concerne la vie de quartier et les services de proximité. La description des immeubles et les caractéristiques du quartier apportées par les résidents constituent une sorte de marketing territorial spontané qui met en exergue la présence du cinéma comme lieu iconique d'attraction pour les futurs acheteurs qui désirent venir vivre dans la zone.

Pour établir le rayonnement de cet équipement culturel, nous avons cartographié l'offre mettant en valeur le Cinéma Beaubien comme un atout dont il vaut la peine d'habiter à proximité. Un périmètre d'influence d'environ 2 km autour du cinéma a ainsi été délimité. À mesure qu'on s'éloigne du cinéma, cet effet de marketing s'estompe et commence à se dessiner une espèce de frontière où sont utilisées d'autres références iconiques pour attirer les acheteurs. (Figure 5.5)

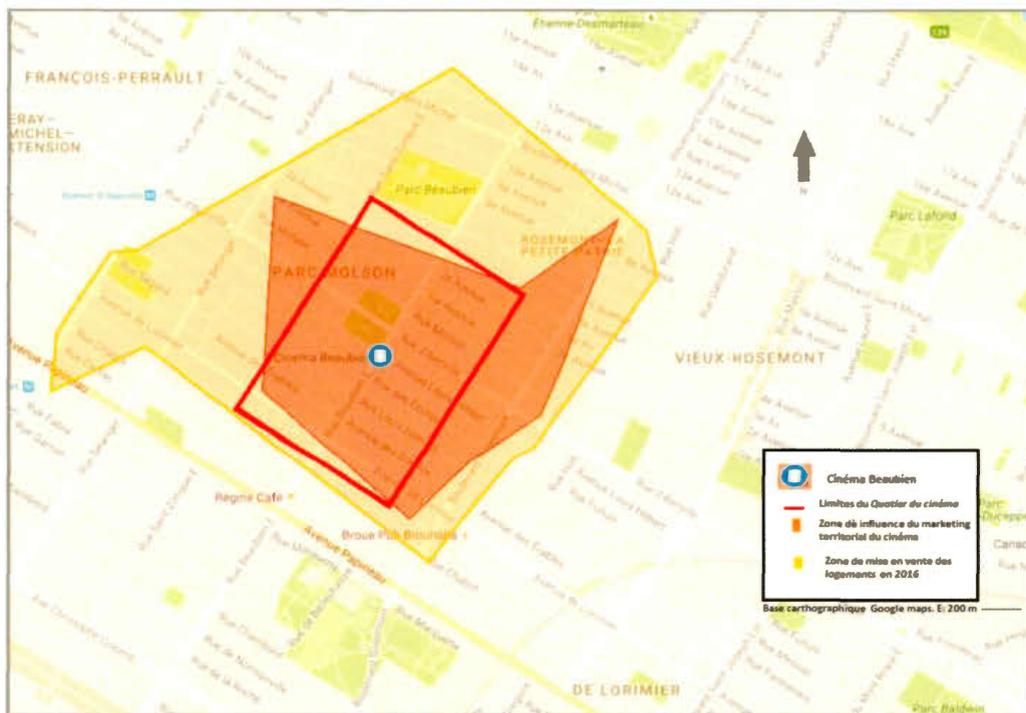


Figure 5.5 Le Cinéma Beaubien comme facteur de marketing territorial

Source : Élaboré par l'auteur à partir des données des sites Internet : www.realtor.ca et <https://duproprio.com>. Consultés les 2 et 5 octobre 2015 et le 12 octobre 2016.

5.4.2 La Zone du Cinéma un endroit devenu à la mode ?

De l'ensemble des fiches qui ont été révisées, il se dégage que la mise en vente des propriétés s'adresse à une clientèle jeune, constituée de professionnels, qui désire être près de l'action dans des endroits branchés de la ville. Rosemont est mentionné comme un quartier en plein essor, on fait référence aux nombreux espaces verts, bars et restaurants branchés et à l'achalandage de la rue Beaubien proche du cinéma. Voici quelques extraits des promotions :

Emplacement incroyable. Bars et restaurants sur la rue Beaubien.

À proximité des commerces nombreux et variés, et la possibilité de faire ses courses à pied : fleuriste, boulanger-pâtissier, quincailler, pharmacies, épiceries.

Les voisins sont amicaux, respectueux et soucieux de leur voisinage.

Duplex : situé au cœur de La Petite-Patrie, près des services, commerces, écoles, parcs et transports. Un quartier qui vous charmera par ses nombreuses activités, adresses branchées, et multiples espaces verts. Site Dupropio.com consulté le 12 octobre 2016

5.5 Les effets du Cinéma Beaubien sur la trame commerciale de la rue Beaubien

Les répondants ont indiqué les effets positifs de la présence du Cinéma Beaubien dans la dynamique commerciale de la rue Beaubien. Un élément intéressant à souligner est qu'il existe une forme de collaboration entre les commerçants pour la diffusion des activités culturelles locales en affichant les dates sur leurs portes, par exemple pour le FIFEM organisé par le Cinéma Beaubien. Une activité spéciale de projection de films à ciel ouvert est aussi offerte gratuitement dans le parc par le cinéma, en partenariat avec l'arrondissement.

En fait, il existe dans le secteur une vie animée par la présence de la culture et les résidents semblent intéressés par le maintien de cette ambiance qui, selon les répondants, aide à la qualité de vie et donne un cachet particulier qui attire une clientèle qui fait vivre la rue.

5.5.1 Un aperçu de la rue Beaubien, secteur du cinéma

Dans une journée quelconque d'été sur la rue Beaubien, si vous êtes un visiteur du lieu, vous allez vous apercevoir qu'entre les rues De Lorimier à l'ouest et la 1^{re} avenue à l'est, en face du Cinéma Beaubien, il existe une ambiance particulière où on peut rencontrer des artistes peintres et des musiciens. Un piano public est disposé au parc Molson pour les passants qui s'amuse à jouer quelques notes. Il s'agit d'une ambiance festive animée par la présence de la culture. Si vous vous promenez dans le parc, vous trouverez une sculpture récemment installée et un carrousel complètement rénové par l'arrondissement qui sert aux festivités du quartier. Certains troncs des arbres servent de lieu d'affichage de petites annonces qui offrent des cours d'écriture ou d'autres activités. Dans des panneaux plus formels, on peut aussi s'informer de la programmation culturelle et des loisirs offerts pour l'arrondissement. En face du parc, il existe toute une offre des petits commerces de proximité, des bistrot, des restaurants qui témoignent d'une activité commerciale assez vivante. Certains espaces incluent parmi leurs activités des expositions et la vente de tableaux et de photographies d'artistes locaux. Les résidents signalent qu'en hiver, il y a le carnaval d'hiver pour les familles; une activité qui est organisée par l'association des commerçants. (Voir figures de 5.6 à 5.12).



Figure 5.6 Un panneau publicitaire de l'arrondissement
Affiche sur les activités culturelles et festives qui se déroulent dans le parc Molson.
Cliché pris par l'auteur le 2 sep 2015.



Figure 5.7 Une affiche sur un tronc d'arbre.
Une affiche qui invite à un atelier d'écriture. Au deuxième plan, une vue partielle du parc
Molson. Cliché pris par l'auteur le 21 mai 2015



Figure 5.8 Un peintre au parc Molson.

Au premier plan un jeune peintre. Au deuxième plan, la rue Beaubien et le parc Molson. Au troisième plan, l'angle des rues d'Iberville et la rue Beaubien. Cliché pris par l'auteur le 21 mai 2015.



Figure 5.9 Le piano public.

Au premier plan, une jeune femme avec un enfant qui joue du piano. Au deuxième plan, une sculpture de Jean-Pierre Morin, temps d'arrêt, 2006. Au troisième plan, une vision panoramique du parc Molson. Au quatrième plan, la rue Elsdale tout au fond. Cliché extrait du Facebook de l'association des commerçants de la rue Beaubien Est



Figure 5.10 Les musiciennes au parc Molson.

De gauche à droite une jeune fille avec un violoncelle. Une jeune fille jouant du piano une jeune fille jouant ce qui semble être le violon et en quatrième plan, le parc Molson.
Cliché extrait du Facebook de l'association des commerçants de la rue Beaubien Est.



Figure 5.11 Des commerces de proximité sur la rue Beaubien.

Deux maisons avec des commerces au rez-de-chaussée, une quincaillerie et une fleuristerie.
Cliché pris par l'auteur le 21 mai 2015.



Figure 5.12 Commerce de proximité sur la rue Beaubien.
Une maison avec une galerie d'art au rez-de-chaussée et une maison résidentielle.
Cliché pris par l'auteur le 21 mai 2015

5.5.2 La rue Beaubien une artère commerciale revitalisée ?

Si nous examinons le nombre des permis d'occupation commerciale accordés par l'arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie entre 1995 et 2015, nous constatons d'abord que, pour la période entre 1995 et 2000, peu de permis avaient été émis, ce qui témoigne de la crise économique qui frappait la zone à cette époque. Cette situation a empiré entre 2001 et 2003, période pendant laquelle il n'y a eu aucun nouvel octroi de permis d'occupation commerciale. C'est à partir de l'année 2004 que des permis ont commencé à être octroyés de façon soutenue, et ce jusqu'en 2015. Les périodes où les demandes ont été les plus nombreuses sont celles entre les années 2006 et 2011 (37 demandes) et entre 2012 et 2015 (14 demandes) (Figure 5.13).

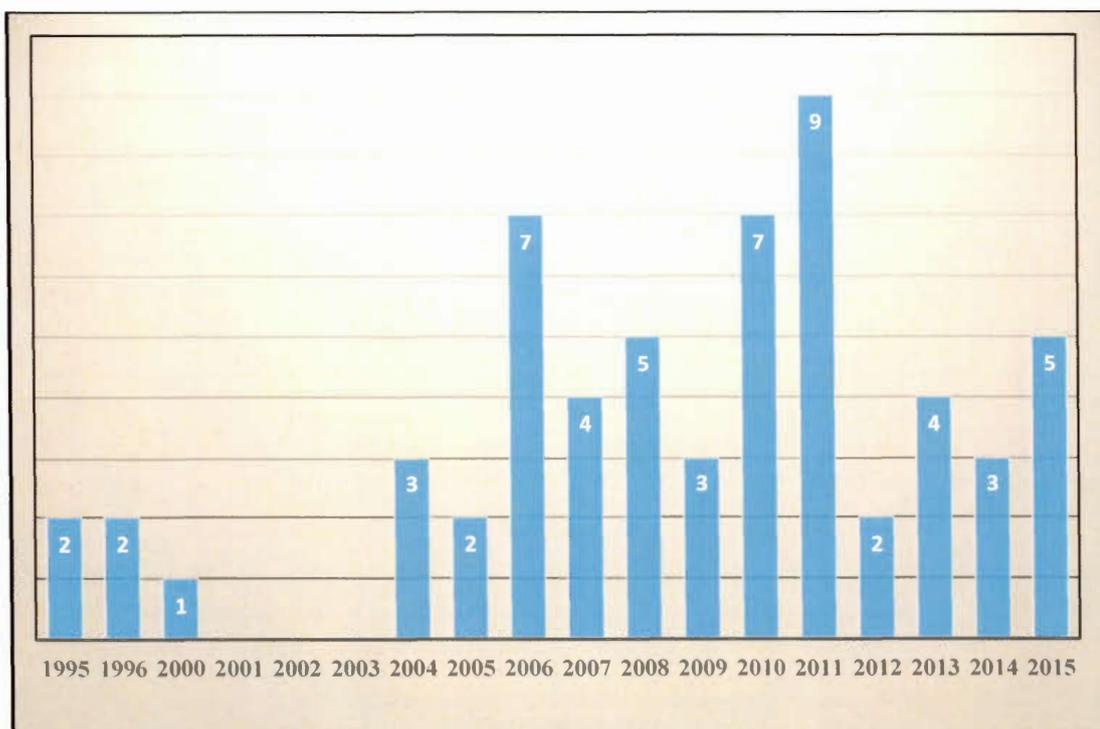


Figure 5.13 Évolution du nombre des permis d'occupation commerciale émis par l'arrondissement RPP dans la Zone du Cinéma. 1995-2015

Source : Élabore à partir de données fournies par l'arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie. Division du greffe. Direction des relations avec les citoyens, des services administratifs et du greffe.

Dans le tronçon de la rue Beaubien qui va de la rue Bordeaux à la 3^e Avenue, l'occupation du sol a une double vocation : résidentielle et commerciale. On y trouve surtout des commerces à vocation alimentaire (épiceries, boulangeries, fromageries, fruiteries, etc.), des commerces de services (pharmacies, banques, etc.), des restaurants (cafés, bistros, traiteurs, etc.) et des boutiques (magasins de vêtements). Il s'agit des commerces de proximité pour les résidents du quartier (Figure 5.14).

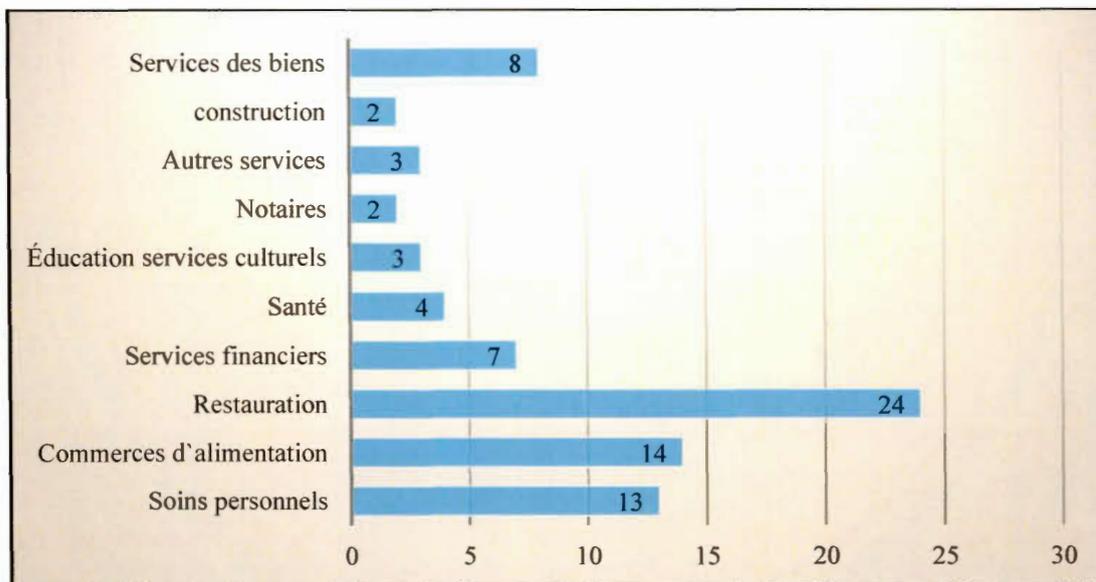


Figure 5.14 Catégorie des commerces présents dans la Zone du Cinéma en 2011
 Source : Élaboré à partir de données fournies pour Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie.
 Direction des relations avec les citoyens, des services administratifs et du greffe.

5.6 La récupération de la valeur des propriétés résidentielles

Les chiffres sur l'évolution de la valeur des propriétés résidentielles à Montréal montrent que, depuis 1996, les prix n'ont pas cessé d'augmenter dans la ville. Or, il faut souligner que dans la Zone du Cinéma les prix des propriétés avaient quasiment stagné entre 1996 et 2001, alors qu'ils affichaient une augmentation d'à peine 5 %, un taux très faible comparativement à l'arrondissement où les prix avaient augmenté de 15 %, et à la ville, où l'augmentation avait été de 17 %. Par contre, dans les périodes

ultérieures, soit entre 2001 et 2006, les prix des propriétés dans la Zone du Cinéma ont augmenté de 48 %, comparativement à 46 % dans l'arrondissement et à 44 % dans la ville. Entre 2006 et 2011, l'augmentation s'est poursuivie, dans une proportion inférieure, mais toujours plus importante que dans l'arrondissement et la ville : 34 % dans la Zone du Cinéma, 26 % dans l'arrondissement et 24 % dans la ville (Tableau 5.12).

Tableau 5.12 Valeur moyenne des propriétés en dollars, 1996-2011

Valeur moyenne du logement \$	1996	2001	2006	2011	Variation 1996-2001 (%)	Variation 2001-2006 (%)	Variation 2006-2011 (%)
Ville de Montréal	131 838	159 447	283 279	373 475	17	44	24
Rosemont La Petite-Patrie	118 841	139 486	259 665	348 998	15	46	26
Zone du Cinéma	132 797	139 046	268 795	407 278	5	48	34

Source : Élaboré à partir des données de Statistique Canada et de la Ville de Montréal.

L'évolution de la dynamique immobilière et des valeurs foncières dans le territoire d'étude permet d'approfondir l'analyse sur la revitalisation dans la zone sous l'influence du Cinéma Beaubien. Cette piste permet de voir une certaine revalorisation du patrimoine résidentiel, soit une augmentation de la mise en marché de la valeur des propriétés ou au contraire la dynamique immobilière pourrait nous renseigner sur un processus de gentrification qui est en train de se produire dans le territoire choisi pour l'étude. Souvent des changements à l'augmentation des valeurs immobilières sont associés à de tels processus. (Diaz-Parra et Rabasco-Pozuelo, 2013; Smith, 1996).

Une base de données pour la Zone du Cinéma a été créée à partir des informations obtenues des relevés des évaluations foncières faites par la Ville de Montréal entre les années 1995 et 2016. Pour obtenir ces informations, nous avons eu recours aux archives municipales, où nous avons consulté les fiches du rôle de l'évaluation foncière pour l'ensemble des bâtiments localisés dans le périmètre de la Zone du Cinéma. Nous avons comparé trois périodes, celle allant de 1995 à 2001, 2001 à 2009 et 2009 à 2016. Au total, nous avons recensé 2700 adresses.

5.6.1 Entre 1995 et 2001 : la dévalorisation du patrimoine bâti de la Zone du Cinéma

En examinant les prix des propriétés dans la Zone du Cinéma en 1995 (Annexe F: Carte 1)¹³, nous constatons que les valeurs moyennes des propriétés dans le secteur ne dépassaient pas 150 000 \$ et que celles qui dépassaient 350 000 \$ se trouvaient tout au long des trois axes qui traversent la Zone du Cinéma d'est en ouest, soit surtout la rue Beaubien et, dans une moindre proportion, les rues Saint-Zotique et Bellechasse. Dans le sens nord-sud, les propriétés dont les valeurs dépassaient 350 000 \$ se trouvaient dans une proportion inférieure dans les rues D'Iberville, de Lorimier et 1^{re} Avenue.

En 2001, les valeurs marchandes des propriétés basculent. Ce qu'on constate à ce moment-là, c'est la diminution de la valeur des propriétés résidentielles dans l'ensemble du territoire d'étude (Annexe F : Carte 2). Entre 1995 et 2001, le prix moyen des propriétés avait augmenté à peine de 5 %, équivalant à une augmentation

¹³ Pour faciliter la lecture et dans l'intérêt de conserver la netteté, les détails et le format approprié des cartes, nous avons décidé d'inclure dans le texte seulement deux cartes : la Figure 5.15 : Variation de la valeur des propriétés dans la Zone du Cinéma de 1995 à 2001 et la Figure 5.16 : Variation de la valeur des propriétés dans la Zone du Cinéma de 2001-2016, qui montrent de façon assez claire un des changements des plus importants en ce qui concerne l'évolution de l'immobilier dans la zone d'étude. La totalité des cartes mentionnées dans le texte se trouvent dans l'annexe cartographique F.

de moins de 1 % annuelle. À l'intérieur de la zone, nous constatons des fortes variations des prix entre 1995 et 2001 et des endroits où les variations des prix des logements sont négatives (Figure 5.15), surtout dans la rue Beaubien, où l'on trouve des propriétés qui perdent 12 % de leur valeur et, à certains endroits, jusqu'à 44 %. Dans une moindre proportion, on trouve aussi des variations négatives sur les rues d'Iberville, Bordeaux, De Lorimier, Molson, Saint-Zotique et sur la 1^{re} Avenue. Le périmètre que nous avons appelé Zone du Cinéma est affecté alors par une perte de la valeur des propriétés.

5.6.2 Entre 2001 et 2009, la reprise de la valeur du patrimoine bâti et de la valeur des terrains

Entre 2001 et 2009, il se produit dans la zone étudiée une hausse spectaculaire des prix des propriétés résidentielles, conformément à la tendance observée dans l'arrondissement et dans la ville. La valeur des propriétés dépasse 350 000 \$ en moyenne (Annexe F : Carte 5). Pour cette période, la rue Beaubien montre une diversité des prix, mais est la seule où l'augmentation des valeurs foncières dépasse 260 % atteignant par endroits jusqu'à 400 % (Annexe F : Carte 5). Par contre, les deux autres rues commerciales, la rue Bellechasse et la rue Saint-Zotique, sont celles qui ont connu la plus faible augmentation par rapport à l'ensemble du territoire. Dans le sens nord-sud, nous constatons des fortes augmentations dans les rues : Molson, Louis Hébert, des Érables, Louis Hémon et dans la petite rue Elsdale en face du parc Molson et du Cinéma Beaubien.

Nous constatons dans la Zone du Cinéma pour cette période une plus forte homogénéisation des prix des propriétés par rapport aux périodes antérieures. Alors qu'en 2001, une grande partie de la zone affiche des valeurs des propriétés parmi les plus faibles, en 2009 c'est le contraire, les valeurs foncières dans le territoire d'étude

se placent parmi les plus hautes. Dans une période de 9 ans, les prix des résidences dépassent 100 % d'augmentation, une croissance de plus de 11 % par année. À certains endroits, l'augmentation dépasse 200 % et peut aller jusqu'à 497 %. Les rues les plus favorisées par cette augmentation sont Beaubien, la 1^{re} et 3^e Avenue, Des Érables, De Lorimier, D'Iberville, Louis Hémon et Molson.

En 2016, la Zone du Cinéma (Annexe F : Carte 6) montre la même tendance qu'en 2009. Les valeurs foncières les plus élevées se situent dans les rues identifiées antérieurement, seulement qu'à la différence de la période antérieure, où nous avons constaté des remontées spectaculaires des prix, cette période est caractérisée par une stabilisation dans l'ensemble du territoire. Les augmentations ne dépassent pas 32 %, soit moins de 4 % par année.

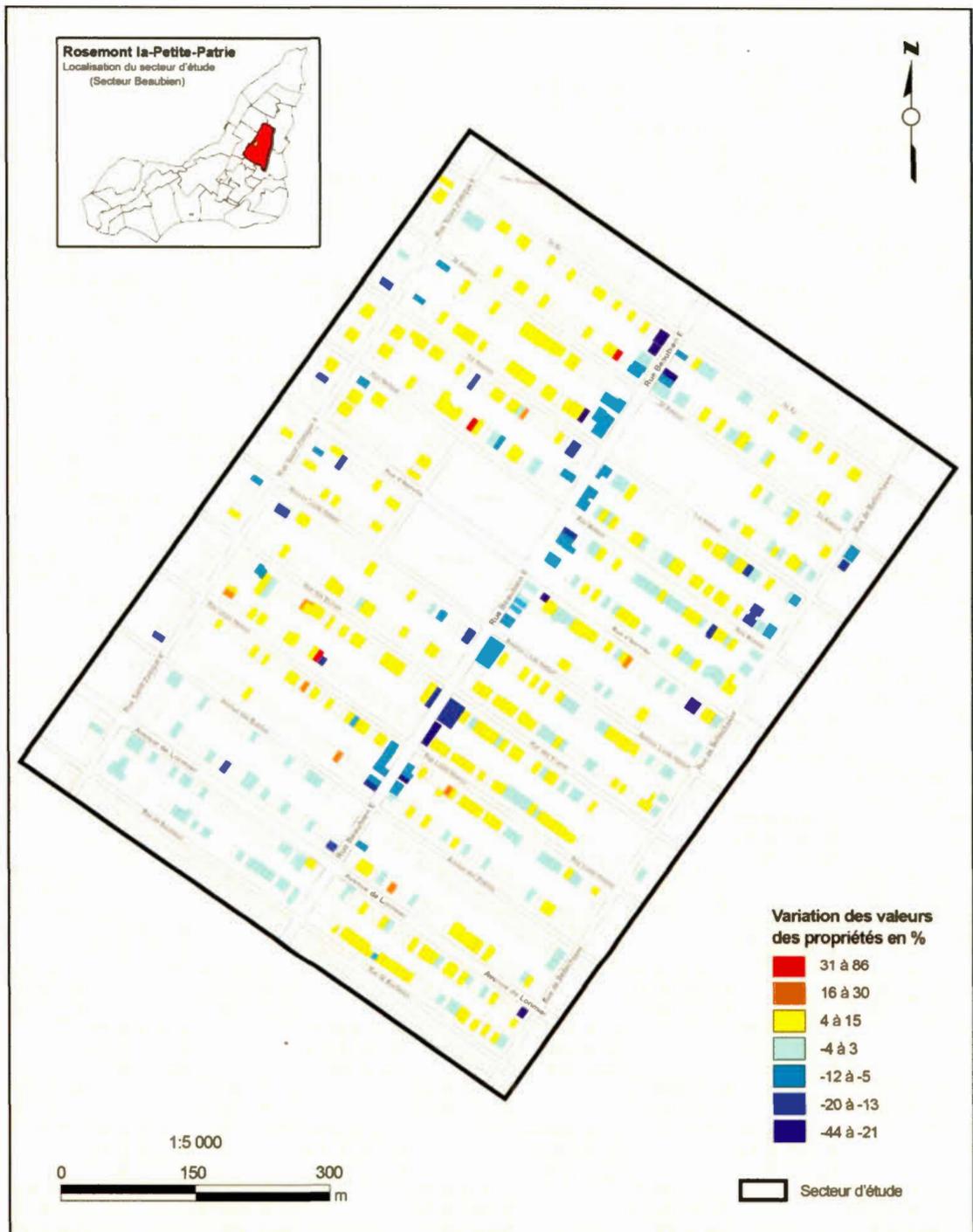


Figure 5.15 Variation de la valeur des propriétés dans la Zone du Cinéma, 1995-2001
Source : Données compilées par l'auteur à partir du Rôle d'évaluation foncière de 1995 et 2001, Archives municipales de la ville de Montréal.



Figure 5.16 Variation de la valeur des propriétés dans la Zone du Cinéma. 2001-2016. Source : Données compilées par l'auteur à partir du Rôle d'évaluation foncière de 2001-2016, Archives municipales de la ville de Montréal.

5.7 L'évolution des valeurs foncières dans la Zone du Cinéma

En 2001, la valeur des terrains sur la rue Beaubien ne dépasse pas 175 \$ le m². C'était dans cette rue qu'on trouvait les prix du terrain les plus faibles du territoire d'étude. Des valeurs du m² du terrain légèrement plus élevé se trouvaient dans les rues Elsdale, De Lorimier et Bordeaux (261 \$ le m²). Pour le reste du territoire, les prix oscillaient entre 176 \$ et 202 \$ le m² (Annexe F : Carte 8). Les valeurs sont assez uniformes sur le territoire, sauf pour la rue Beaubien qui affiche les valeurs les plus faibles. En 2012, cette uniformité persiste, les prix du m² variant autour de 661 \$ et 732 \$ (Annexe F : Carte 9). Et la rue Beaubien est toujours celle qui affiche les prix les plus faibles, moins de 602 \$ le m². Entre 2001 et 2012, la variation des prix dépasse 442 \$ le m² pour la quasi-totalité du territoire, mais, sur la rue Beaubien, les prix se situent au tour de 441 \$ le m² (Carte 10). Par contre comme nous avons vu précédemment, les valeurs des propriétés les plus élevées ont été toujours localisées dans l'axe de la rue Beaubien. Ce grand écart entre les valeurs du m² du terrain et les valeurs des propriétés, peut être expliqué par le fait que la valeur de la bâtisse est beaucoup plus élevée dans la rue Beaubien que dans le reste du territoire à cause de la fonction commerciale qui est importante dans cette rue (Figure 5-16)

5.8 Conclusion

En général, le territoire d'étude la Zone du Cinéma n'est pas affecté par un processus de défavorisation, au contraire. L'analyse des données socioéconomiques et des valeurs des propriétés dans la Zone du Cinéma nous révèle que comparativement à la crise des années 1990, le territoire montre aujourd'hui une récupération des emplois rendant le chômage presque inexistant. Nous constatons qu'il y a eu une évolution positive au niveau de la scolarité des résidents. Le nombre des diplômés s'accroît de façon régulière. La structure de l'emploi qui était de base ouvrière a donné lieu à des

emplois liés aux sciences sociales, à l'enseignement, aux arts et aux loisirs. En ce qui concerne les revenus, nous constatons que les familles sont plus riches et mieux rémunérées que dans le passé. À partir de 2011, la moyenne des revenus des familles dans le quartier dépasse de loin celle des revenus de la ville et de l'arrondissement, un signe révélateur de l'augmentation de la richesse économique du lieu.

Nous constatons, en ce qui concerne les données sociodémographiques, que le territoire depuis 15 ans a perdu une petite partie de la population des aînés, ce qui pourrait être considéré comme un effet négatif, étant donné que cette situation révélerait le déplacement d'une population vieillissante et l'arrivée d'une population plus jeune. Cependant, cet aspect peut être vu différemment si nous analysons l'âge des résidents par rapport aux autres indicateurs socio-économiques. Si nous faisons le lien entre la perte des aînés dans le quartier avec la mobilité résidentielle des habitants, nous nous rendons compte que dans le quartier, depuis les dernières années, il existe une tendance forte à la stabilisation résidentielle de la population, comparativement à la ville et à l'arrondissement.

Nous pouvons constater aussi des changements en ce qui concerne la part des propriétaires et des locataires. Aujourd'hui il y a plus de propriétaires, ce qui est certainement lié à l'amélioration des revenus des familles. Le changement dans le rapport propriétaires/locataires c'est fait sans que la nouvelle réalité économique ait eu des conséquences négatives pour les résidents. En fait, nous ne constatons pas de signes d'éviction d'une classe déterminée de résidents. Les locataires restent en place, car les prix des loyers dans le quartier sont très en dessous de ceux qui dominent dans la ville et l'arrondissement. De plus, le parc locatif n'a pas souffert des transformations majeures. Le taux des locataires dans le secteur en 2011 reste autour de 63 %.

La mise en marché des propriétés par les résidents du quartier permet de voir l'effet du Cinéma Beaubien dans le quartier. Le cinéma est associé à l'offre d'une belle qualité de vie et d'un cadre de vie de qualité.

La rue Beaubien, principale artère commerciale de la zone, qui a connu une forte dévitalisation dans les années 1990, montre une facette très différente depuis la réouverture et la restructuration du Cinéma Beaubien. Le commerce s'est développé, surtout un commerce de proximité qui contribue de manière importante à la qualité de vie des résidents du secteur. L'examen des rôles d'évaluation foncière des propriétés résidentielles montre que l'axe de la rue Beaubien, après de fortes pertes de la valeur dans le passé, a pu récupérer sa valeur marchande. Aujourd'hui, les propriétés situées dans cette rue ce sont les propriétés qui affichent les valeurs les plus élevées du quartier. Rappelons que la récupération de cette artère commerciale faisait partie des enjeux de développement des groupes communautaires et que la sauvegarde du Cinéma Beaubien a été une des stratégies majeures pour réussir la revitalisation du territoire, ce qui semble bien s'être réalisé, tout en entraînant une augmentation des valeurs marchandes des propriétés.

L'ensemble de ces indicateurs suggère une revitalisation urbaine intégrée qui participe à l'amélioration du bon vivre des résidents, une revalorisation qui n'a pas eu d'effets négatifs sur la population locale.

Bien que l'évolution des indicateurs de la Zone du Cinéma ne soit pas fondamentalement différente de celle de la ville, il est clair que ce territoire présente certaines spécificités. Il faut rappeler que dans les années 1990, le quartier était plus défavorisé que le reste du territoire. Certes, nous ne pouvons pas affirmer que les changements constatés soient dus uniquement à la présence du cinéma. Il n'en demeure pas moins que celui-ci a eu un rôle déterminant dans le processus de revitalisation observée dans le quartier.

CHAPITRE VI

LE CINÉMA BEAUBIEN ET LA CULTURE ONT-ILS CONSTITUÉ DES FACTEURS DE GENTRIFICATION? PERCEPTION DES ACTEURS ET DES RÉSIDENTS

6.1 Introduction

Rosemont est, comme nous l'avons précédemment souligné, un des quartiers de la ville de Montréal qui ont été les plus affectés par la crise économique des années 1980. Motivés par cette crise, les acteurs socioéconomiques locaux se sont mobilisés afin de favoriser la revitalisation du quartier. Dans le cas qui nous concerne, la CDEC de Rosemont-La Petite-Patrie a contribué à enclencher en 2000, un projet de développement local de type culturel qui visait la revitalisation de Rosemont. Nous nous référons bien sûr au Cinéma Beaubien. Or, les actions de revitalisation urbaine, tout en améliorant le cadre physique et les conditions socioéconomiques des lieux, peuvent aussi entraîner la gentrification, un processus qui peut affecter négativement la vie quotidienne des résidents. Ce que nous cherchons dans ce chapitre c'est à montrer la perception des résidents, des commerçants et des différents acteurs à ce sujet.

Nous présenterons les résultats de ces entrevues, qui ont permis de dégager la perception des résidents et des autres acteurs locaux vis-à-vis la contribution de la culture à l'amélioration, ou la détérioration, de leur cadre de vie, et la mesure dans laquelle cette contribution est due à la présence du Cinéma Beaubien.

L'intérêt de recueillir ces perceptions réside dans la possibilité d'approfondir la connaissance que nous avons du terrain d'étude et de valider les constatations réalisées dans les chapitres précédents. Les propos recueillis nous permettront ainsi de saisir certaines caractéristiques plutôt intangibles des processus territoriaux que nous parvenons seulement à trouver dans la richesse des opinions de ceux qui habitent les territoires concernés.

Il ressort des propos obtenus que des changements importants ont effectivement eu lieu dans le quartier, au niveau démographique, de l'activité commerciale, de la transformation des valeurs des propriétés résidentielles, de la situation des locataires et des changements écologiques.

6.2 Changements démographiques dans le quartier

En ce qui concerne les changements démographiques observés par les résidents dans la zone d'étude, les répondants indiquent premièrement une tendance des aînés à rester le plus longtemps possible dans leur demeure, et remarquent qu'il y a un départ naturel des personnes les plus âgées, lesquelles quittent pour aller dans des résidences pour personnes âgées, mais pas avant. En même temps, l'ensemble des répondants signale que le quartier a une tendance à se rajeunir, car les nouveaux résidents ce sont des jeunes familles avec des enfants. Les répondants nous parlent d'un processus naturel de changement populationnel dans le sens qu'il y a une génération qui habite le quartier depuis 50 ans. Lorsque cette vieille génération commence à quitter le

quartier, les maisons qui se libèrent possèdent des dimensions appropriées pour loger des jeunes familles.

Voici quelques propos rapportés par les répondants à cet égard :

Maintenant c'est des jeunes familles qui ont acheté qui s'installent dans le quartier, ça rend plus jeune le quartier (Entrevue N° 18, résident, 2017).

S'il y a moins d'aînés, qui sont remplacés par des jeunes familles, c'est un peu normal, la dimension des appartements dans le quartier c'est parfait pour les jeunes familles, ça prend des grands appartements comme ça. Pour moi c'est génial (Entrevue N° 24, résident, 2017).

Ces propos nous indiquent que ce processus de renouveau démographique n'est pas perçu comme un phénomène qui menace la vie du quartier, il est perçu comme un phénomène positif. Pour nos répondants, y compris pour les plus âgés, le fait qu'il y ait beaucoup plus des familles jeunes dans le quartier est une bonne chose. Deux résidents témoignent à cet égard : « Qu'il y ait plus des jeunes familles, je trouve ça excellent, ça brise l'isolement ». « Quand on a plus des personnes, qu'on a élevé notre famille, on arrive à un certain âge que ce n'est pas intéressant de voir toujours des vieux. On voit de la jeunesse, des enfants. Ça fait du bien ». (Entrevue N° 20, résident, 2017)

Un autre aspect qui ressort des propos recueillis est l'attraction qu'exerce Rosemont sur les résidents d'autres quartiers, notamment du Plateau Mont-Royal. En effet, les répondants évoquent une espèce de migration des jeunes familles de l'arrondissement voisin vers Rosemont. Selon eux, ils cherchent les conditions de vie présentes dans le quartier Rosemont qu'ils considèrent appropriées pour passer à une nouvelle étape de leur vie en tant que jeunes familles avec des enfants. À cet égard, les propos suivants sont révélateurs :

Moi, je suis née au Plateau Mont-Royal et quand on a cherché à trouver une maison, c'est le quartier qui nous semble le mieux pour y habiter avec la famille et les maisons étaient encore abordables dans le quartier. C'est un quartier qui a une belle rue, des parcs, de la verdure, pour la famille, c'est idéal. (Entrevue N° 19, résident, 2017)

Il y a beaucoup de jeunes familles, beaucoup de poussettes, le quartier a changé, ça a rajeuni. Il y a des aînés qui sont partis, entre autres, exemple moi, la maison que nous avons achetée c'était une maison d'un monsieur âgé qui allait en résidence, ça faisait 50 ans qu'il habitait la maison, ça, c'est fait tranquillement, il n'y a personne qui a été chassée. (Entrevue N° 19, résident, 2017)

D'après les entrevues réalisées, les personnes qui arrivent s'intègrent à la vie du quartier, elles ne la modifient pas. Les nouveaux arrivants sont attirés pour la qualité de vie du quartier et par le type de logements appropriés pour les besoins des familles. Il ressort des propos des répondants que ces changements démographiques se réalisent tranquillement, sans bouleverser aucun groupe social dans le quartier.

Dans le coin du Beaubien, les cours sont grandes, donc les jeunes qui avaient des jeunes enfants, puis qui avaient le goût de vivre c'est qu'on appelle la vie à Montréal, ce qui est très loin de ce qu'on peut trouver en Europe ou ailleurs. C'est-à-dire d'avoir un duplex au rez-de-chaussée, donc, là, c'est un effet boule de neige, c'est-à-dire que les prix ont monté, puis, évidemment avec le temps, puis on voit ça continue, encore la revitalisation de la rue, il y a des nouveaux commerces qui arrivent, donc, tranquillement pas vite. (Entrevue N° 5, acteur communautaire, 2017)

J'ai remarqué que les gens s'intègrent plus, les résidents aussi, du fait qu'il y a plus des spectacles dans les parcs. (Entrevue N° 13, commerçant, 2017)

Tous ces propos ne veulent pas dire qu'il n'y a pas de signes de gentrification. Mais plutôt que, si elle existe, celle-ci est perçue positivement parce qu'elle ne change pas les conditions de vie des résidents locaux.

6.2.1 Changements dans l'activité commerciale

À propos des changements les plus importants observés dans l'artère commerciale, les répondants signalent que la rue Beaubien s'est beaucoup développée dans les dernières années :

Moi, j'ai vu la transformation du Cinéma Dauphin en Cinéma Beaubien. Il n'y a pas d'espaces, il n'y a pas des locaux pour les nouveaux commerçants qui désirent s'installer dans l'artère commerciale. Dès qu'un espace se libère, il y a une forte concurrence pour s'emparer des locaux. (Entrevue N° 18, résident, 2017)

Les commerçants signalent qu'il y a eu des petites augmentations dans les loyers. Néanmoins, ils sont capables de l'assumer sans affecter leur clientèle.

Les prix des locaux ont augmenté un petit peu, moi, je ne m'en tire encore pas mal, c'est plutôt au niveau des taxes ici, la Ville se rend compte que la rue Beaubien fonctionne plus, donc, plus d'achalandage, plus d'achats locaux, la Ville nous transfère ça à nous. Nous, on a eu une grosse augmentation des taxes. (Entrevue N° 12, commerçant, 2017)

Les commerçants affirment toutefois qu'ils ont dû augmenter le nombre d'employés pour pouvoir répondre à une clientèle grandissante. Ils ont aussi modifié les heures d'ouverture des magasins avec des journées plus longues et ouverture le dimanche. « C'est vrai que c'est un quartier qui s'améliore parce que les commerces sont mieux, mais à un moment donné c'est quoi le point de bascule ou, justement, ça devient après trop bourgeois, trop cher et puis n'est plus accessible pour tout le monde ». (Entrevue N° 2, acteur culturel, 2017)

6.2.2 L'accès à la propriété

Par rapport à l'accès au logement, les répondants signalent que le nombre de propriétaires dans les dernières années a augmenté dans le quartier. Ce sont des duplex et des triplex qui ont été transformés en maisons familiales. Les répondants remarquent aussi que c'est un processus qui se fait tranquillement, car les résidents du quartier ne vendent pas souvent leur propriété : « les gens ne bougent pas beaucoup ici » (Entrevue N° 18, résident, 2017).

En ce qui concerne l'orientation des commerces, les répondants signalent un changement. Les commerces deviennent plus verts, plus écologiques. Ceci est cohérent avec les nouvelles préoccupations des résidents. On remarque l'existence de plus en plus de ruelles vertes dans le quartier. Les résidents sont beaucoup plus préoccupés pour fleurir et embellir leur environnement, action qui se fait plus fréquemment qu'avant dû à l'arrivée des nouvelles familles.

6.3 L'opinion des résidents sur leur milieu de vie

Un des indicateurs les plus révélateurs des conditions de vie d'un quartier est la perception que les résidents possèdent de leur milieu, leur image positive ou négative. Dans ce sens, plusieurs éléments ont été soulignés par les répondants. Ce qui ressort en premier lieu est tout ce qui relève de la vie du quartier et le bien-être des citoyens, ils perçoivent que leur quartier est comme un village. Les répondants remarquent la tranquillité et le fait que le quartier soit paisible. À cet égard, pour exprimer ce sentiment, les résidents signalent :

Je me suis installé ici, parce que j'ai plein de vie dans mon quartier. (Entrevue N° 18, résident, 2017)

C'est comme un petit village, tout le monde se connaît. (Entrevue N° 11, commerçant, 2017)

C'est un quartier résidentiel tranquille, des parcs, transports en commun, agréable, paisible. (Entrevue N° 18, résident, 2017)

C'est un quartier idéal pour les jeunes familles, pour les enfants, pour la vie de quartier, la vie de proximité, il y a des trésors dans les commerces, c'est un quartier très axé sur les familles. (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017)

Les gens sont très contents d'habiter dans le quartier. Ils sont bien, alors pourquoi changer ? (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017)

Ici, c'est un autre monde, à un kilomètre c'est une autre chose. (Entrevue N° 14, commerçant, 2017)

6.3.1 La culture et le bien-être dans le quartier

Parmi les atouts du quartier en regard des conditions de vie, des répondants soulignent la présence d'une grande offre culturelle dans le quartier. La présence du Cinéma Beaubien est appréciée par l'ensemble des personnes interviewées. De nombreux résidents expriment une perception positive à l'égard des festivals et des activités culturelles et récréatives qui se réalisent dans le parc Molson.

Les commerçants interviewés mettent en valeur leur commerce grâce à la clientèle qui arrive en cherchant des activités culturelles. Concernant l'offre culturelle, ils signalent : « (elle) représente beaucoup des clients, ça fait partie du quartier. Oui, le monde aime ça, le monde vient ici parce qu'il y a une offre culturelle, ça fait partie d'un plus du quartier » (Entrevue N° 14, commerçant, 2017).

6.3.2 Les atouts du quartier

Parmi les éléments les plus soulignés par les répondants, on compte la convivialité avec le voisinage et le côté villageois du quartier, la qualité des personnes ainsi que la vie familiale qui se dégage dans leur quartier. On affirme :

Il y a tellement des gens incroyables, des jeunes familles. Tout le monde s'en bénéficie. Ici, il n'y a pas de graffitis sur les bâtisses, sur les commerces, il n'y a pas ça ici, il y a même de l'amélioration du quartier, il y a les jardins, les rues, il y a même des ruelles vertes, les résidents s'occupent de verdifier les carrés d'arbre. (Entrevue N° 11, commerçant, 2017)

En plus de tous les éléments mentionnés, plusieurs autres atouts du quartier qui facilitent la vie quotidienne des voisins sont soulevés, tel le réseau de transport, le commerce de proximité, les types de maisons, la faible densité, la confiance et la sécurité dans le quartier.

La plupart des répondants s'accordent pour dire que le niveau de satisfaction des résidents par rapport à leur quartier est très élevé. Il y a un fort niveau d'attachement et un sentiment d'appartenance que les répondants attribuent à la qualité de vie du quartier. Dans ce sens, un des répondants conjugue, dans son témoignage, tout ce qu'on vient de constater :

Pour moi, quand je dis la qualité de vie, c'est les commerces, c'est le sentiment de sécurité, un endroit où tu te sens bien, tu peux marcher à pied, tu n'as pas de craintes, tu n'as pas des problématiques particulières. Dans les rues même le soir tu peux circuler, tu as aussi toute sorte d'activités artistiques et culturelles. Bon, évidemment, il y a le Cinéma Beaubien, j'étais en train de l'oublier, mais c'est comme un *a priori*, tu as toute une sorte d'activités culturelles sur place, tu as un regroupement des artistes qui s'appelle RACRPP qui fait beaucoup de choses pour le développement de la culture. Il y a aussi le parc Molson où il y a plein de choses qui se passent, il y a la patinoire, il y a toute sorte d'activités culturelles puis auxquelles la population est invitée, la vie de ruelle qui est très forte. Ça passe beaucoup par les enfants et les familles, mais ce n'est pas exclusif, il y a des gens qui n'ont pas

d'enfants et ils sont très impliqués, il y a vraiment une collaboration une coopération entre les gens dans les ruelles. On a une page Facebook, puis on échange, ce n'est pas dans toutes les ruelles comme ça, mais il y en a quand même plusieurs comme ça. (Entrevue N° 2, acteur culturel, 2017)

Entre les raisons les plus importantes évoquées par les répondants pour justifier l'attachement des résidents au quartier, nous trouvons un ensemble de traits parmi lesquels les facteurs culturels, économiques et d'ambiance prédominent. Ils mentionnent la vie familiale, la tranquillité du quartier, le commerce de proximité, les prix des maisons abordables dans le passé et le type des maisons pour élever une famille (la plupart des maisons du quartier sont à deux étages, une densité basse, les verdures et la proximité des commerces et des restaurants. Un des répondants affirme :

J'aime beaucoup le quartier, c'est un quartier paisible et tranquille, aussi par le fait qu'il y a des artères commerciales, elles se sont beaucoup développées dans les dernières années, le fait aussi que principalement il y ait un maximum de deux étages pour la hauteur des immeubles, on habitait à Villeray auparavant, c'étaient surtout des logements à trois étages, donc, il y avait une densité plus grande de population, les cours sont plus grandes ici à Rosemont. À part de ça je suis à proximité de mon travail, tu as l'épicerie qui n'est pas très loin, tu as le cinéma, tu as les restaurants, ont fait beaucoup des choses à pied. Je donne préférence aux commerces du quartier pour faire vivre les commerces, pour qu'on aille des commerces de proximité il faut acheter dans le quartier, sinon ça va partir et du fait que ça, c'est proche c'est toujours agréable de marcher, je ne sors pas du quartier pour faire mes achats ou presque pas, 100 % de ma consommation se fait sur la rue. (Entrevue N° 18, résident, 2017)

Les résidents les plus âgés expriment une perception de tranquillité du quartier, et en même temps, signalent la proximité des services et commerces comme des éléments positifs pour y habiter. D'autres attributs viennent compléter cette image : la vitalité

du quartier, ce qui les fait sortir de leur isolement et leur permet d'échanger avec d'autres résidents. Un résident à la retraite témoigne :

Ce n'est pas un quartier isolé où ça prend une demi-heure pour aller à un dépanneur. Ici, on a tout à la portée de la main et puis il y a une vie active ici. Dans le quartier les gens se parlent, c'est un espace sociable. C'est un endroit à fréquenter. Ça, nous fait sortir de notre solitude. On n'est pas isolé. (Entrevue N° 20, résident, 2017)

Un autre élément très apprécié par les répondants est la diversité d'activités culturelles gratuites et de divertissement offert aux différents groupes de personnes âgées tant en été qu'en l'hiver. Ces qualités mentionnées par les résidents sont tout à fait congruentes avec la programmation d'activités que le Cinéma Beaubien et d'autres organismes offrent.

Les répondants constatent que la présence des activités culturelles dans le quartier multiplie les possibilités de se connaître et d'échanger avec les voisins. Pour certains, parmi eux, les activités les font sortir de leur isolement, exemple, le cinéma à ciel ouvert qui se fait au parc Molson avec le concours du Cinéma Beaubien.

Deux résidents nous renseignent sur cet aspect :

Dans le parc Molson, il y a beaucoup d'activités qui sont organisées pour Noël, à Pâques, l'été, il y a le marché. Oui, c'est assez rassembleur, la réponse des gens aux activités est vraiment grande et rapide [...] Il y a des activités qui aident le rassemblement des voisins, surtout l'été pour tous ceux qui veulent. Si tu restes seul, c'est parce que tu le veux, sinon, il y a tout ce qu'il faut pour répondre aux besoins des gens. J'aime beaucoup le quartier, moi. (Entrevue N° 21, résident, 2017)

C'est un quartier des ouvriers où les gens habitaient, puis, nos voisins, la propriétaire a 80 ans, elle est née dans cette maison-là, puis les gens restaient-là de génération en génération, ça c'est en train de disparaître ; les jeunes familles qui s'installent puis alors ça, c'est vrai dans tout Rosemont-La Petite-Patrie. (Entrevue N° 17, résident, 2017)

6.3.3 Les aspects les moins appréciés par les résidents

Malgré la perception positive généralisée que les résidents ont de leur quartier, ils signalent tout de même certains aspects qu'ils considèrent comme négatifs concernant les effets du cinéma sur leur quartier : « parfois le manque de stationnement dû aux achalandages dans le quartier aux heures des projections de films au cinéma ». (Entrevue N°1, acteur culturel, 2017)

Au cinéma il y a beaucoup de personnes qui viennent en automobile et ça crée une certaine pression sur le stationnement dans le coin, c'est de 10 heures du matin à minuit le soir, 7 jours par semaine, 365 jours par année. Ce n'est pas si problématique que ça, (mais) c'est en partie gênant comme partout à Montréal. (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017)

Un des répondants signale que l'action publique n'a pas suivi l'action privée ou l'action communautaire en ce qui concerne l'aménagement de la rue Beaubien :

La Ville de Montréal aurait tout intérêt à aménager la rue, à revitaliser un peu la rue, les trottoirs ne sont pas beaux, il manque d'aménagement, il manque un peu de verdure, il manque des mobiliers urbains pour rendre ça attrayant, le problème c'est que la rue Beaubien est uniquement gérée par la ville-centre. (Entrevue N° 12, commerçant, 2017)

6.4 L'Identité locale, le sentiment d'appartenance et la fierté des résidents du quartier

Cette partie de la recherche veut explorer à travers la perception des résidents les éléments identitaires ainsi que leur sentiment d'appartenance, composantes essentielles de la cohésion sociale et des conditions de vie d'un quartier. Les réponses montrent qu'il y a un consensus de la part des répondants pour signaler qu'ils sont très fiers de vivre dans leur quartier. Le témoignage d'un des résidents est très éclairant,

C'est un quartier qui est bien entretenu, très familial, tout le monde se connaît, il y a souvent plein d'activités. De façon générale, je vais dire que j'habite le quartier, je suis fier, je vais dire je viens de Montréal dans le quartier de Rosemont. Quand les gens me demandent d'où je viens, moi j'habite à Rosemont. (Entrevue N° 18, commerçant, 2017)

Nous avons constaté que cette fierté est nourrie essentiellement par deux sources. La première correspond à la satisfaction des gens de demeurer dans un quartier qui offre de très bonnes conditions de vie. La deuxième source, qui nourrit cette fierté, correspond à l'histoire du quartier, histoire liée aux luttes urbaines menées par les citoyens afin de défendre leurs sources d'emploi et leur habitat. La sauvegarde du Cinéma Beaubien est ressentie comme une réussite de la mobilisation citoyenne et elle est inscrite dans l'imaginaire des résidents.

Pour ce qui est de la fierté, certains témoignages sont très éloquents :

J'adore ce quartier, je n'ai jamais adoré un quartier de ma vie comme ici. (Entrevue N° 11, commerçant, 2017)

J'aime mon quartier, parce que j'ai plein de vie ici, parce que je connais tous les petits magasins, parce que je travaille à côté. (Entrevue N° 18, résident, 2017)

Il existe comme un sentiment d'appartenance, c'est comme un mini village. (Entrevue N° 11, commerçant, 2017)

Les gens ils aiment le quartier. (Entrevue N° 4, acteur communautaire, 2017)
Oui, les vieux résidents de Rosemont aiment le quartier, j'imagine que les jeunes aussi, c'est une question de sentiment d'appartenance. (Entrevue N° 4, acteur communautaire, 2017)

Oui je suis vraiment fier, parce que les gens qui habitent ici sont des gens engagés, les résidents sont engagés, les commerçants sont engagés, c'est vivant. (Entrevue N° 19, résident, 2017)

Le Cinéma Beaubien contribue avec son image positive à la fierté du quartier. (Entrevue N° 2 acteur culturel, 2017)

En ce qui concerne l'identité, les résidents sont très éloquents quand ils évoquent les réussites de leurs mobilisations. Ils se sentent raliés par un esprit de lutte commune, ils sont fiers de l'engagement de l'ensemble des citoyens (résidents, commerçants, acteurs communautaires et institutionnels) et de la résistance aux menaces contre leurs conditions de vie. La sauvegarde du Cinéma Beaubien est un clair exemple de la lutte citoyenne évoquée par les résidents, évènement qui nourrit le sentiment communautaire et le niveau d'attachement au quartier. Un des résidents aussi le constate :

Il y a une belle histoire autour du Cinéma Beaubien, la façon dans laquelle a été reprise. Ils allaient fermer ce cinéma, ce sont des gens engagés, c'est Mario Fortin, des personnes qui ont conservé ce cinéma-là. C'est le produit d'un grand débat, un gros enjeu, ils ont réussi, c'est un beau projet, on est fier de ça. (Entrevue N° 13, commerçant, 2017)

6.4.1 Principaux points de repère du quartier

Les habitants d'un quartier se réfèrent normalement à des endroits singuliers qui en constituent des éléments importants à partir desquels nous pouvons qualifier leur identité et leur sentiment d'appartenance. Ces lieux possèdent une caractéristique spécifique, qui sert pour se situer. Le fait d'avoir des repères surtout positifs du quartier aide à renforcer l'identité locale et le sentiment d'appartenance. Quand nous interrogeons les résidents interviewés sur les principaux repères de localisation, le Cinéma Beaubien est le plus fréquemment indiqué en suite le parc Molson ou se déroulent pendant l'année plusieurs types d'activités culturelles. Le Cinéma Beaubien est devenu une icône du lieu. Un des répondants signale : « ...Quand on parle du quartier, les gens vont dire j'habite à côté du Beaubien, on va aller à tel restaurant, ce n'est pas loin du Cinéma Beaubien ». (Entrevue, N° 5, acteur communautaire, 2017).

6.4.2 La proximité et les liens sociaux

Pour l'ensemble des répondants, la proximité constitue l'un des plus grands avantages du quartier. Fondamentalement, les résidents apprécient la possibilité de se rendre à pied dans le quartier pour se procurer des biens et des services. Un répondant affirme : « Ici, on a tout à la portée de la main et puis il y a une vie active ici. Ça bouge! » « Ici, tu n'as pas besoin d'une auto. ». (Entrevue N° 21, résident, 2017).

6.5 La revitalisation commerciale de la rue Beaubien

Rappelons qu'un des objectifs poursuivis par la relance du Cinéma Beaubien, était d'arrêter la dévitalisation de l'artère commerciale Beaubien, qui à l'époque déclinait fortement. Cela explique pourquoi nous nous pencherons maintenant sur les perceptions des commerçants installés dans la rue Beaubien, afin de connaître leur évaluation, 15 ans après la relance, des effets de cette action collective.

6.5.1 Les commerçants interviewés

Nous avons fait des entrevues approfondies avec six commerçants. En plus de leurs caractéristiques générales, nous les avons interrogés sur leur perception en regard de la culture dans le quartier, et en particulier du Cinéma Beaubien, et l'effet de ce type d'activités sur le commerce local.

À une exception (un fleuriste) les commerçants interviewés se sont installés dans leur lieu d'opération après la relance du cinéma, entre 2004 et 2009. Il s'agit d'une boutique de vêtements, d'une quincaillerie, d'un bistrot, d'une galerie, d'un restaurant et d'un fleuriste. Il s'agit de commerces de taille moyenne, entre cinq et dix emplois.

6.5.2 L'appui aux commerces locaux

La vie de quartier, c'est-à-dire, le fait qu'il y a des commerces, le fait que tu peux tout faire à pied, tu peux aller acheter tes fruits et légumes, aller au dépanneur, aller à l'épicerie, bon bref, si tu as des enfants, il y a deux écoles qui sont bien, t'as le parc, tu as quand même des espaces verts proches, tu as le transport en commun, tu as l'autobus la 18 sur la rue Beaubien qui circule très fréquemment, tu peux aller en autobus sur la rue Iberville et De Lorimier, donc tu n'es pas très loin du métro Beaubien, ça peut se faire à pied, tu as la ligne Bleue, le métro Saint Michel-Snowdon, tu es pas loin non plus du centre-ville, si jamais tu prends la voiture et tu veux sortir de Montréal tu es pas loin du métropolitain, donc tu peux aller prendre la 40, tu peux aller prendre le tunnel La Fontaine qui rejoint la Rive-Sud. (Entrevue, N° 2, acteur culturel, 2017)

Un aspect très significatif de l'importance de la proximité soulevé par de nombreux répondants est celui de l'importance de soutenir l'achat local. D'après les entrevues, nous constatons que la consommation locale est très importante pour les habitants du quartier. Il y a des résidents qui affirment avec fierté que leur consommation est 100 % locale, pour d'autres, elle est de 50 % de leurs achats. L'achat local est important pour l'économie du quartier et pour maintenir les emplois, nous disent-ils. « Je ne fais que ça, je ne sors pas du quartier pour faire mes achats ou presque pas, ma consommation se fait sur la rue ». (Entrevue N° 19, résident, 2017) L'objectif de l'achat local, nous disent les répondants, c'est de soutenir les commerçants pour qu'ils puissent continuer à offrir les services de qualité qu'ils ont l'habitude de donner aux clients. Nous constatons aussi, dans les entrevues, l'intérêt d'une consommation responsable, qui d'ailleurs est grandissant au Québec. Un seul résident a manifesté ne pas être un consommateur local.

La proximité relationnelle est aussi évoquée par les répondants qui considèrent qu'il est intéressant de connaître les commerçants et d'échanger avec eux au moment des achats. En même temps les commerçants évoquent aussi l'aspect relationnel la relation de proximité avec leurs clients, pour eux, ça fait partie de leur quotidienneté. À cet égard, un de nos répondants signale :

Comme on est un commerce sur rue, de quartier, souvent il y a des clients qu'on connaît par leur prénom, il y a des choses qu'on connaît de leur vie personnelle, c'est propre aux commerces des quartiers, il y a quand même une proximité entre les commerçants et les résidents du quartier et les citoyens aiment ça. (Entrevue N° 12, commerçant, 2017)

Les commerçants nous indiquent que leur clientèle provient majoritairement du quartier, entre soixante et quatre-vingts pourcents. Le reste, nous disent-ils, est une clientèle externe attirée par la présence du Cinéma Beaubien. Ils précisent aussi que leur clientèle est très variée : des jeunes, des jeunes familles, des parents et des

grands-parents, surtout francophones. Ces commerçants ont remarqué le rajeunissement de leur clientèle avec les nouvelles familles qui viennent habiter le quartier. Ils remarquent aussi qu'une part des nouveaux arrivants est d'origine européenne, soit des Français qui habitaient le Plateau Mont-Royal.

Un de nos répondants donne plus des détails :

Ma clientèle habituelle, je dirais qu'ici il y a toute sorte de monde, des familles avec des enfants, des personnes plus âgées. Ça dépend du jour et des événements qui se passent dans le quartier, je dirais une clientèle de toutes sortes. C'est du monde du quartier, mais j'ai aussi de gens d'ailleurs, à cause du cinéma, beaucoup des jeunes. Il y a aussi le parc Molson, qui est en face, pendant l'été, qui m'apporte les gens de l'extérieur. C'est plus les gens du quartier que des touristes. (Entrevue N° 13, commerçant, 2017)

6.5.3 L'activité commerciale de la rue Beaubien et les effets sur l'emploi local

L'emploi est un des principaux indicateurs pour l'analyse des effets d'une activité économique sur un territoire. Or, ce commerce de proximité engage surtout des résidents du quartier. Sur les 38 employés qu'engagent les 6 commerçants répondants, 78 % sont des résidents du quartier, le reste habite dans les quartiers environnants.

Un des répondants nous signale que pendant la fin de la semaine, ils doivent augmenter le nombre d'employés et pendant la saison d'automne à cause de l'achalandage qui se produit à cette époque de l'année.

Oui, au début on était moins sur le plancher. On a mis une personne de plus à cause de l'achalandage de la fin de semaine, il y a plus de gens. L'été, c'est tranquille, même si on a droit à une terrasse on coupe parce que c'est tranquille. Le plus fort c'est l'automne. Et l'achalandage qui pourrait venir du

cinéma, les gens viennent plus au cinéma, ensuite, il y a les étudiants qui viennent ici pour le Wi-Fi, ça, c'est durant le rush, la mi-session, les fins de session, ça demande quelqu'un de plus. (Entrevue N° 13, commerçant, 2017)

6.5.4 Perceptions des commerçants au sujet de la présence de la culture et du cinéma

Lorsque nous avons posé la question aux commerçants sur la présence de la culture et le développement commercial, la plupart d'entre eux, s'accordait pour dire que dans le quartier tout le monde peut trouver un minimum d'offres culturelles. En général, les résidents aiment cette vie culturelle du quartier et le quartier bouge à cause de la culture. La présence de la culture encourage les commerçants à continuer leur activité. Pour les répondants, la culture fait du bien aux résidents, aux visiteurs et aux commerçants.

Pour les commerçants, la culture est devenue un élément vital du développement. Ils signalent que : plus il y a d'activité culturelle, mieux c'est pour les commerces. Il y a donc tout intérêt à promouvoir les activités culturelles dans le quartier l'été comme l'hiver. Un répondant nous confié, à titre d'exemple, que l'association des commerçants de la rue Beaubien-Est s'est engagée dans les deux dernières années à gérer la présence d'un piano public installé dans le parc Molson, un projet qui se fait en partenariat avec l'arrondissement, qui aide financièrement, et le Cinéma Beaubien, qui s'occupe de la gestion. Cette activité culturelle est devenue très importante pour les résidents. « Depuis que nous avons installé le piano public, tout le monde nous en parle, les gens l'attendent, il y a tout le temps des gens autour du piano, il y a des gens qui se donnent un rendez-vous quotidien au piano. Oui, la culture est importante pour le quartier ». (Entrevue, N° 12, commerçant, 2017)

Étant donné que le Cinéma Beaubien avait été créé pour contribuer à la revitalisation de la rue du même nom, nous avons voulu déterminer jusqu'à quel point le cinéma a

influencé la présence des commerces dans le secteur et quels sont les bénéfices que leur donne la présence du cinéma dans le quartier. Le cinéma produit un achalandage accru dans la rue, lequel est positif pour le commerce. Avant ou après les projections, les cinéphiles vont aller prendre un verre ou acheter quelque chose dans les commerces, nous dit-il (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017) Un restaurateur proche du cinéma raconte l'anecdote suivante :

Il y a certaines journées où on va servir quelqu'un qui va venir s'asseoir et qui va nous dire, il est 16 :19, on a un film à 17 heures au Beaubien, est-ce qu'on peut manger avant ? Les clients viennent, ils mangent et ils s'en vont au cinéma, on nettoie la table et c'est des gens qui étaient dans la séance d'avant au Beaubien qui s'installent à la même table et qui viennent manger. Donc, on a fait deux fois quatre couverts avec cette même table. On a calculé que dans certaines journées il y avait 60 % de la clientèle qui étaient des clients du cinéma. (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017)

Il y a des collaborations et des échanges entre le cinéma et les commerçants à travers la publicité. La revue publiée par le cinéma fait la promotion des commerces. Elle en fait aussi la publicité sur les écrans.

C'est sûr que l'installation des commerces est liée je pense à l'arrivée du Cinéma Beaubien et toute une dynamique qui s'est développée dans le quartier, par exemple, justement il y avait aussi sur la rue Beaubien au coin de De Lorimier, il y avait la buanderie nettoyage La Fortune qui est un coin extraordinaire. Ils utilisent un petit local proche du Cinéma Beaubien. Oui, c'est sûr que le Cinéma Beaubien, l'ensemble de transformations du quartier font que justement la dynamique de la rue commerciale a changé. J'imagine aussi que les prix des loyers ont augmenté pour les commerçants, alors si ça fonctionne bien tant mieux, mais des fois ils réduisent la superficie pour fonctionner il y a en a d'autres qui s'agrandissent, la boulangerie c'est ça. (Entrevue N° 17, résident, 2017)

La rue Beaubien, c'est sûr que je parle de De Lorimier et la 1^{re} et 2^{re} avenue, j'irais même jusqu'à Saint-Michel parce qu'il y a des restaurants. Ça se transforme. Moi au lieu d'aller au Home Dépôt, je vais aller à la quincaillerie, c'est une quincaillerie de quartier, c'est mon quartier, mais c'est limite c'est flou là si mettons que j'alloue un logement ou vend quelque chose moi je vais

préciser que c'est près du Cinéma Beaubien et le parc Molson pour préciser ce secteur-là. (Entrevue N° 17, résident, 2017)

Pour les commerçants, le Cinéma Beaubien est vraiment important, ils signalent : « qu'il n'y a pas beaucoup des cinémas comme ça, ils sont fiers de la façon dans laquelle, il a été repris ». (Entrevue N° 15, commerçant, 2017)

Lorsque les citoyens se sont mobilisés pour sauvegarder le Cinéma Beaubien, en préservant ce centre de diffusion culturelle, l'action communautaire a canalisé cette lutte. La rue Beaubien, qui voyait partir les familles et les commerces, avait besoin d'un nouvel élan pour un nouveau développement. Un de nos répondants nous signale que :

Ça c'est quelque chose qui a changé par exemple au fil du temps, parce que quand on a pris le Cinéma Beaubien dans le temps il y avait quelques locaux vacants, avec ce qu'on a apporté il y a quelques commerces qui ont changé, qui se sont améliorés a causé de l'évolution. Il y a même quelques bons, la rue est commerciale et résidentielle, ce qui fait que même si ce sont des appartements qui sont au rez-de-chaussée ils peuvent en faire du commerce. Il y a au moins quatre appartements qui se sont transformés en commerces, donc, l'artère commerciale s'est enrichie, la boulangerie qui occupait un petit espace, maintenant ils sont en train de prendre presque tout le bloc. Donc, il y a eu une amélioration de la rue. Ça reste des commerces de proximité où les gens ont besoin. Les samedis matin les gens vont aller chercher la litière, après ils vont ramasser les croissants à la boulangerie et après ils vont chercher d'autres produits dans le coin, après... ils vont se retrouver chez soi. (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017)

L'ensemble des commerçants signale que la présence du Cinéma Beaubien dans le secteur est cruciale. Pour cette catégorie de répondants la contribution du Cinéma Beaubien au développement du quartier est claire, voire indispensable.

Le Cinéma Beaubien c'est très important, c'est un point central dans le quartier, il attire une clientèle et il fait vivre notre quartier, c'est comme indispensable. Moi je dirais que c'est grâce au Cinéma Beaubien qu'il y a une belle qualité des commerces dans le secteur. Le Cinéma Beaubien, c'est 100 % nécessaire au quartier, c'est incroyable, c'est le cœur du quartier. (Entrevue N° 11, commerçant, 2017)

L'ensemble des commerçants signale que le Cinéma Beaubien est une référence culturelle du quartier. Il fait partie de l'offre culturelle du secteur et rend le quartier vivant. Ils signalent que le cinéma représente quelque chose d'important pour eux et pour l'ensemble des résidents. Un des commerçants affirme que « la qualité des films qui sont projetés au Cinéma Beaubien fait la différence, c'est du cinéma de répertoire, du cinéma dirigé à une clientèle plus éduquée. Ce n'est pas les blockbusters qui on voit ailleurs ». (Entrevue N° 12, commerçant, 2017).

Pour l'ensemble des commerçants, le Cinéma Beaubien représente très bien le quartier à travers la qualité de ses films et les festivals.

Pour nous, c'est très important parce que ça attire beaucoup de personnes, il y a toujours des gens pas nécessairement du quartier, c'est de gens qui viennent découvrir les boutiques autour. C'est une clientèle éduquée, aisée, qui va au cinéma parce que c'est du cinéma du répertoire, c'est des gens impliqués... (Entrevue, N° 15, commerçant, 2017)

Par rapport à la question sur la promotion du commerce, les répondants signalent qu'ils utilisent les médias pour la promotion de leurs commerces, une page Facebook est le moyen le plus utilisé. Quelques-uns d'entre eux affirment avoir une page web. Deux sur cinq des commerçants interviewés utilisent le journal du quartier, le magazine et les écrans du Cinéma Beaubien.

C'est la qualité des commerces qui se trouvent ici, le Cinéma Beaubien encore, souvent quand les clients viennent ici ils vont faire plusieurs commerces dans le quartier, ils vont avoir un bon échantillonnage des

commerces différents. La tendance est d'avoir des produits locaux et les produits québécois, il y a beaucoup des commerçants ici qui se donnent un peu cette mission, moi-même ici c'est un atelier boutique à 80 % de ce que nous avons ici on le fabrique ici, j'ai mes couturières, c'est ma collection maison, il y a beaucoup de commerçants qui misent sur les produits locaux et le produit québécois. (Entrevue N° 12, commerçant, 2017)

Pour signaler les éléments essentiels évoqués pour l'ensemble des acteurs du quartier sur la revitalisation urbaine intégrée dans la zone d'étude, nous présentons le tableau 6.1.

Tableau 6.1 Opinion des acteurs sur la revitalisation de Beaubien

Acteurs	Indicateurs de revitalisation urbaine		
	Cadre de vie	Culture et revitalisation	Identité locale
Intervenants communautaires et institutionnels	<ul style="list-style-type: none"> • La sécurité • La qualité de vie • La marche à pied • Le parc Molson • Les activités culturelles • La vie des ruelles • La collaboration et la coopération • Le commerce de proximité 	<ul style="list-style-type: none"> • C'est rassemblant • Apporte des clients aux commerces • Attire les gens au quartier • Un médiateur social • La culture est indissociable du développement local • Peut-être un catalyseur de la vie urbaine • Régénérateur des liens sociaux • Assure la sécurité du voisinage • Un vecteur de développement 	<ul style="list-style-type: none"> • Les vieux résidents sont très attachés au quartier et les jeunes aussi
Commerçants	<ul style="list-style-type: none"> • La proximité relationnelle avec les clients • Les activités culturelles 	<ul style="list-style-type: none"> • La culture représente beaucoup des clients • Le quartier bouge par la culture • La culture encourage 	<ul style="list-style-type: none"> • J'aime mon quartier • C'est comme un mini village • Je suis fier des gens engagés du quartier

	<ul style="list-style-type: none"> • La qualité de vie • Les services • Le parc Molson 	<ul style="list-style-type: none"> les commerçants • La culture fait du bien aux résidents et aux visiteurs • La culture c'est vital pour le quartier • La culture est rassembleuse 	<ul style="list-style-type: none"> • Nous avons un esprit de lutte commune • Le cinéma contribue à l'histoire du quartier
Résidents	<ul style="list-style-type: none"> • La vitalité du quartier • La qualité des restaurants • La proximité au travail • Le commerce de proximité • L'atmosphère villageoise du quartier • La tranquillité et le paisible du lieu • Bon pour élever la famille • Vie de proximité • La convivialité • La confiance et la sécurité • Les activités culturelles 	<ul style="list-style-type: none"> • Les gens sont plus intégrés • L'accès à la culture • Le brisement de l'isolement • Le rassemblement des citoyens 	<ul style="list-style-type: none"> • J'aime beaucoup mon quartier • Je suis fier de mon quartier • J'aime la vie de village • J'habite à Rosemont

Source : Élaboré par l'auteur à partir des entrevues 2016-2017

6.6 Gentrification ou revitalisation selon les résidents

L'idée, qui guide cette section est que, dans le territoire d'étude, il y a des signes d'un processus de gentrification, d'une gentrification qui pourrait résulter de la

revitalisation urbaine dans laquelle s'inscrit la sauvegarde et la relance du Cinéma Beaubien. Il est certain que le terme gentrification, ou embourgeoisement, est utilisé souvent dans le discours des acteurs locaux et des résidents. Dans ce sens, nous avons interrogé les résidents du quartier afin d'explorer leurs perceptions sur ce point.

6.6.1 Perceptions des résidents par rapport à la gentrification

Le terme gentrification est utilisé par les répondants à partir de visions différentes et partielles de la réalité.

- Pour certains, la gentrification se manifeste à partir des changements démographiques.
- Pour d'autres, la gentrification est plutôt un problème lié aux augmentations des prix des propriétés dans le secteur.
- Un autre groupe opine que la gentrification est un processus qui a un lien avec les changements au sein de l'activité commerciale.

Il ressort de l'analyse des propos des résidents sur leur perception par rapport aux changements dans le quartier qu'ils n'ont pas de craintes concernant des effets négatifs que cela pourrait entraîner pour eux. En effet, ils se réfèrent aux changements démographiques, économiques et sociaux en cours dans le quartier, mais ils se montrent contents de ces changements. Nos répondants, eux-mêmes ne se sentent pas menacés, et à leur avis, il n'y a pas dans le quartier des personnes se sentant menacés par ces changements.

Pour les résidents, l'arrivée des nouvelles familles propriétaires est vue comme un apport et ils précisent que ce sont des familles qui vont contribuer davantage au quartier. En ce qui concerne les loyers, les résidents trouvent que les coûts mensuels

sont raisonnables. Ils mentionnent que la transformation des duplex et des triplex en maison unifamiliale est faite sans affecter de manière importante le parc locatif du quartier. En même temps, ils signalent qu'il n'y a pas un grand roulement résidentiel, car les propriétaires vont rester longtemps dans leur demeure jusqu'à l'âge de quitter le quartier de façon naturelle. Les résidents sont contents dans le quartier, ils aiment leur quartier, et ils soulignent qu'il n'y a pas d'actes de vandalisme sur les bâtisses ni sur les commerces, comme dans d'autres quartiers où la gentrification est contestée par les citoyens¹⁴. Au contraire, les résidents s'engagent dans les améliorations du quartier.

Concernant l'activité commerciale, elle peut avoir des effets dans le sens qu'un type de commerce de proximité peut être remplacé par des nouveaux commerces qui visent une clientèle différente plus aisée. Nous avons interrogé les commerçants sur cet aspect afin de vérifier s'il y a eu des changements ou des adaptations des commerces à une clientèle différente, dans les dernières années.

Parmi les commerçants interviewés, certains ont fait des rénovations mineures. D'autres ont agrandi et diversifié leur commerce. Mais, et ceci est révélateur, aucun n'a changé de rubrique. Ils regrettent par contre le manque de locaux disponibles et l'augmentation des loyers. Le témoignage d'un des commerçants interviewés illustre l'état de la situation à cet égard : « Il n'y a pas d'espace ici, il n'y a pas des locaux ici dans ce secteur, à part, une petite librairie qui vient de fermer, il n'y a pas de locaux, tout est complet, il n'y a pas des locaux vides ici ». (Entrevue, N° 1, acteur culturel, 2017)

¹⁴ Pour le cas d'Hochelaga-Maisonneuve à Montréal (voir Ménard, R et Roy, M, 2017) la-gentrification-dans-hochelaga-maisonneuve-etat-des-lieux<https://www.ledevoir.com/opinion/libre-opinion/498001/la-gentrification-dans-hochelaga-maisonneuve-etat-des-lieux>

Concernant les augmentations des prix, les commerçants interviewés affirment que celles-ci ont eu lieu et qu'il y a là un danger. La plupart d'entre eux craignent que les loyers commerciaux puissent augmenter plus dans le futur. Pour certains des répondants, l'augmentation des prix des propriétés est un peu exagérée et pour d'autres des augmentations futures pourraient affecter leur viabilité parce qu'ils ne peuvent pas augmenter les prix au public. Il y a là sans doute un aspect qui devrait attirer l'attention des décideurs afin de se prémunir contre les éventuels effets de la hausse des prix de location commerciale.

6.6.2 Les nouveaux arrivants sont-ils des gentrificateurs ?

Selon nos répondants, nous ne pouvons pas considérer les nouveaux arrivants comme des gentrificateurs, car ce sont de gens qui adhèrent à l'identité du quartier, qui connaissent l'histoire du quartier ou qui sont intéressés par elle. On ne constate donc pas le cas classique de remplacement des anciens résidents pour des nouveaux résidents plus aisés qui veulent imposer des nouveaux modes de vie et des valeurs différentes. Les nouveaux arrivants interviewés nous affirment que leur changement résidentiel était motivé par la recherche de conditions pour la vie familiale et par les caractéristiques du quartier tel qu'il est. De la part des anciens résidents, nous n'avons ressenti aucune attitude de refus envers les nouveaux arrivants. Au contraire, ils sont très appréciés pour la valeur qu'ils apportent au quartier, en termes de ressources économiques, professionnelles et de convivialité. On pourrait considérer qu'ils renforcent le capital socio-territorial du quartier.

Il est certain que dans le quartier, comme nous l'avons constaté dans les chapitres précédents, il y a eu de fortes augmentations des prix des propriétés et des terrains. Toutefois, ces augmentations coïncident avec ce qui se passe dans l'ensemble de la

métropole montréalaise. Bien sûr, certaines différences peuvent être attribuables à la présence du cinéma. Nos recherches sur l'évaluation des propriétés et du sol exposées au chapitre 5 nous ont permis de constater l'importance de la présence du Cinéma Beaubien en regard de la valorisation des immeubles. Néanmoins, d'après les entrevues, les résidents ne semblent pas affectés par ces augmentations, et ceci à cause de la part importante des résidents propriétaires. Ceux-ci signalent que, pour eux, cela représente une reprise de la valeur de leur patrimoine immobilier et leur assure des revenus au futur, une plus-value qu'ils ne sont pas prêts à retirer pour le moment, car ils se sentent très bien dans le quartier qu'ils habitent et dont ils ne croient pas pouvoir retrouver les mêmes qualités ailleurs. Mais, par contre, ils ont des craintes concernant la possibilité que leurs enfants puissent acheter une propriété dans le futur et rester dans le quartier.

Si nous nous basons sur les résultats des recensements démographiques, nous remarquons une corrélation positive entre ce que montrent les statistiques et la perception des répondants sur ce sujet. Les répondants nous ont parlé d'un rajeunissement de la population du quartier à cause de l'arrivée de jeunes familles, sans pour autant affecter la population des aînés qui commencent à quitter le quartier après 50 ans de résidence. Les répondants signalent aussi que ça se fait graduellement, sans chasser personne, les aînés continuent ainsi à vivre une vie de quartier qui leur convient très bien. Les répondants ont repris des logements qui avaient été occupés par les mêmes familles depuis 50 ans, au moment de leur départ pour des résidences pour personnes âgées. Cette gradualité du changement générationnel est confirmée par les données statistiques sur la mobilité résidentielle traitées précédemment dans le portrait sociodémographique du quartier. En effet, rappelons que les données analysées révèlent une très grande stabilité résidentielle de la population dans le quartier. Cette constatation est validée par la stabilité de la moyenne d'âge du quartier, qui se maintient depuis 15 ans autour de 39 ans.

6.6.3 Des nouveaux résidents, une nouvelle classe sociale qui débarque à Rosemont?

Les écrits sur la gentrification suggèrent que de façon générale, la figure du gentrifieur est typiquement associée à la présence de nouveaux résidents avec un profil de ce que les Anglo-saxons appellent les *young urban professional*, un groupe social des professionnels, affichant des hauts niveaux d'éducation, avec des patrons de consommation et des revenus élevés. (Diaz-Parra et Rabasco-Pozuelo, 2013). Nos analyses statistiques révèlent que dans le cas de la zone du cinéma, le nombre des diplômés en éducation post-secondaire dans le secteur a augmenté. Le champ occupationnel des résidents est en processus de tertiairisation et la part de l'emploi dans le secteur de la culture et de l'enseignement augmente. Cependant, la documentation existante nous permet de croire que l'évolution des professions des résidents de Rosemont est cohérente avec les changements de l'activité économique de l'ensemble de la ville. Comme dans d'autres quartiers, dans ces territoires qui ont eu un passé ouvrier, l'emploi a évolué vers des secteurs de services plus rémunérateurs (Klein et Shearmur, 2017). Nous assistons donc à un processus de « reconversion » (Fontan *et al.*, 2005), soit de revitalisation d'un quartier qui avait connu un fort déclin lors de la crise des années 1980, plutôt qu'à la formation d'une enclave de nouveaux résidents qui construisent une nouvelle « identité sociale ». (Collet, 2008). Au contraire, d'après les entrevues, les personnes qui arrivent dans le quartier sont de jeunes familles avec des enfants qui souhaitent s'intégrer à la vie du quartier et qui admirent son histoire, plutôt que d'afficher une identité sociale propre et différente de celle déjà existante dans le territoire.

6.6.4 La culture un facteur d'attraction ?

Il existe un consensus de la part des répondants lesquels admettent que les activités culturelles présentes dans le quartier attirent des nouveaux résidents et des visiteurs. Dans ce sens, une résidente précise qu'en général les gens du quartier sont très intéressés par la culture :

Quand on parle aux gens du quartier, ce sont des gens qui vont en consommer de la culture, des gens qui vont aller au cinéma, au théâtre, des gens intéressés par la peinture. Quand j'avais quitté le Plateau depuis les années 2000, j'étais vraiment triste il y avait une offre culturelle plus grande à l'époque. Ici, c'était beaucoup le prix et on voulait avoir une maison unifamiliale dans notre budget, il y avait des quartiers où ce n'était pas possible, moi, je suis né au Plateau Mont-Royal et quand on a cherché à trouver une maison, c'est Rosemont le quartier qui nous semblait le mieux pour habiter avec la famille et les maisons étaient encore abordables dans le quartier, c'est un quartier qui a une belle rue, des parcs, de la verdure pour la famille, c'est idéal. (Entrevue N° 18, résident, 2017)

Les répondants soulignent la présence du Cinéma Beaubien, comme lieu d'intérêt culturel du quartier. Mais, fait intéressant, un de nos répondants pense que ce ne sont pas tant les offres culturelles qui attirent les gens, à part bien sûr le Cinéma Beaubien : « je pense que c'est la vitalité du quartier qui attire les gens ici, ce qui inclut la culture. » (Entrevue N° 18, résident, 2017). Ce répondant fait référence donc à la culture locale plutôt qu'aux activités culturelles.

6.7 Les craintes des intervenants

Les intervenants que nous avons interviewés pour cette partie sont des représentants des institutions et organismes culturels, des représentants communautaires et des représentants institutionnels.

La réponse d'un des intervenants interviewés à la question sur la possible gentrification dans la zone d'étude est que la présence d'un ou deux condos dans un quartier ne change pas grand-chose, par contre une arrivée massive des condos changerait le marché locatif, transformerait le paysage urbain et les rapports entre les résidents. C'est ce qu'il faut éviter.

Les répondants signalent aussi que même si les locataires ne partent pas, l'augmentation du prix du logement peut avoir des conséquences sur leur qualité de vie. Les locataires vont assumer l'augmentation pour ne pas quitter le quartier qu'ils aiment.

Ça se peut que les gens n'aient pas quitté, mais ça se peut que les loyers aient augmenté. Parce que les gens font un calcul : oui ça va me coûter plus cher de loyer, mais j'aime mon quartier. Tout est proche et j'ai mes habitudes et si je déménage est-ce que je vais trouver quelque chose des moins cher et à peu près pareils. Si je m'en vais à Rivière-des-Prairies, c'est comme si je vais m'en aller vers une île déserte. Même si les gens sont bons qui habitent là, tu es un peu perdu. (Entrevue, N° 3 acteur communautaire, 2017)

Pour le répondant communautaire, la gentrification ne veut pas dire nécessairement expulsion automatique des personnes de leur quartier :

Ça veut dire par contre changement du décor et sûrement appauvrissement et ça, c'est un automatisme de la gentrification, parce que si c'était juste qu'il y a des condos qui arrivent et des bons commerces qui arrivent, il n'y a rien qui bouge avec, la critique elle serait différente, sauf que des nouveaux

condos et beaucoup des commerces ça a un effet sur les locataires et surtout les locataires à faibles revenus. (Entrevue, N° 3, acteur communautaire, 2017)

Un autre aspect soulevé par un répondant communautaire, ce sont les changements au niveau des commerces, en disant aussi que la présence de quelques nouveaux commerces n'a pas non plus un impact sur la gentrification à Rosemont. Néanmoins, il affirme que le déplacement des petits commerces à proximité par des magasins avec des nouveaux produits plus chers pourrait avoir une influence sur la gentrification. Le répondant signale aussi que la gentrification augmente la valeur foncière des résidences et les valeurs potentielles des propriétés commerciales, « étant donné que la fruiterie n'était pas propriétaire du bâtiment, et surtout à la rue Masson, la plupart des bâtiments commerciaux appartiennent à un propriétaire et la valeur augmente et les commerçants vont charger ça aux consommateurs. » (Entrevue, N° 3, acteur communautaire, 2017)

6.8 La protection communautaire contre la gentrification

Il faut signaler que dans le quartier il existe des groupes communautaires, soit des comités des logements, des tables de quartier et des regroupements culturels qui font un travail de protection de la communauté face aux possibles menaces au cadre de vie du quartier. Ce sont des organismes communautaires qui ont pour mandat la défense des droits des citoyens. Ils font un travail de veille des menaces et de mobilisation citoyenne quand il y a des droits citoyens à défendre. Ceci protège l'équilibre dans le système d'acteurs du quartier.

Sur le rôle qui peuvent jouer les organismes communautaires dans le développement local un de nos répondants signale :

C'est un rôle essentiel. En fait toutes les organisations communautaires ont un rôle important dans le développement du quartier et le soutien à la population, dans l'animation du quartier, beaucoup. Ça passe par toutes sortes de niveaux. Il y a des liens directs, des services directs à la population, pour les individus, que ce soit pour le logement, pour le soutien alimentaire, pour l'individu, pour la population plus en difficulté souvent économiques, ça va bien au-delà. Parce que tout ce qui est de l'aide à la petite enfance.... Il y a toute une partie de la mission de l'État ou de l'arrondissement qui passe par les groupes communautaires et leur travail quotidien. (Entrevue N° 2, acteur culturel, 2017)

Ces organismes défendent les droits des locataires lorsque c'est nécessaire et sensibilisent les résidents par rapport à leurs droits. Ils luttent aussi pour favoriser le logement social ou les coopératives d'habitation qu'ils considèrent comme un « antidote » efficace contre la gentrification.

Les hausses des loyers dans une coopérative d'habitation c'est les membres qui les décident, donc, on peut dépasser les indices de la régie parce qu'on trouve qu'il y a des travaux à faire dans 3 ou 4 ans, ça prend du cash, mais on peut décider de ne pas augmenter dans les prochains 4 ans parce qu'on a assez de réserves. Il n'y a pas de spéculation même si la taxe foncière est soumise à la spéculation parce que la hausse des taxes des coops est la même. (Entrevue N° 3, acteur communautaire, 2017)

Les acteurs communautaires prennent place au conseil d'arrondissement pour faire valoir les droits et discuter avec les élus. Un des acteurs communautaires nous signale : « qu'ils peuvent aussi intervenir dans d'autres situations dans le quartier qui ne sont pas reliées aux droits des locataires, mais c'est surtout sur le droit au bien-être de la population en général, donc des locataires ». (Entrevue N° 4, acteur communautaire, 2017)

Pour synthétiser les perceptions des acteurs locaux toutes catégories confondues sur la gentrification dans la zone d'étude nous présentons le Tableau 6.2.

Tableau 6.2 La perception des acteurs sur la gentrification

Acteurs	Changements démographiques	Augmentation des prix des propriétés	Changements dans le commerce	Effets positifs	Craintes des résidents
Intervenants communautaires et institutionnels	<ul style="list-style-type: none"> • Les aînés restent dans le quartier. • Le rajeunissement du quartier. 	<ul style="list-style-type: none"> • Il y a plus des propriétaires. • Transformation des duplex et triplex en maisons de familles. • Augmentation de la valeur potentielle des locaux. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les commerces s'adaptent à une nouvelle clientèle. • Les locaux sont très concurrencés • Des appartements ont été convertis en commerces. • Les commerces deviennent plus verts. • Augmentation des chiffres d'affaires. 	<ul style="list-style-type: none"> • Il n'y a n'a pas de remplacement des résidents pour d'autres pour d'autres. • Les nouveaux arrivants apportent de la valeur au quartier. • Intégration sociale. 	<ul style="list-style-type: none"> • Le quartier peut devenir trop bourgeois, plus individualiste. • Il peut y avoir un basculement vers le négatif.
Commerçants	<ul style="list-style-type: none"> • Clientèle variée. • Rajeunissement de la clientèle. 	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de la valeur patrimoniale. • Ce sont les prix normaux des propriétés à Montréal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation du personnel à cause de l'achalandage • Le cinéma apporte beaucoup de clientèle. 	<ul style="list-style-type: none"> • La variété des clients. • Les nouvelles familles sont plus aisées économiquement 	<ul style="list-style-type: none"> • Il y a un danger d'augmentations des taxes. • Augmentations des couts des locaux peu à peu.
Résidents	<ul style="list-style-type: none"> • Il y a une grande stabilité résidentielle • C'est excellent la présence des jeunes familles. • Avec les jeunes familles on se sent accompagné. • Les aînés ils partent tranquillement sans être chassés. 	<ul style="list-style-type: none"> • C'est l'augmentation normale des prix à Montréal. • Reprise de la valeur patrimoniale. • Garantie des revenus pour le futur. • Sont un peu exagérés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Il ne reste pas des locaux commerciaux. • Les commerces sont plus beaux. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les nouveaux arrivants sont de gens qui consomment de la culture. • Les nouveaux résidents améliorent le quartier. • Il n'y a n'a pas de vandalisme. • Nous sommes contents du changement. • Les résidents embellissent plus le quartier. • Les couts des loyers sont raisonnables. • Le parc locatif n'est pas affecté. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'impossibilité d'y acheter une propriété dans le quartier à cause des prix élevés. • Les enfants ne pourront pas continuer à vivre dans le quartier ils ne pourront pas y acheter.

Source : Élaboré par l'auteur à partir des entrevues 2016-2017.

6.9 Conclusion

Les résidents du quartier ne sont pas inquiets pour leur avenir même s'ils sont conscients des possibles menaces qui pourraient nuire à leurs conditions de vie. Le défi, selon eux, est de conserver leurs acquis sociaux et communautaires. Les résidents ne craignent pas l'arrivée d'un processus de gentrification dans leur quartier. Quand ils s'y réfèrent, ils le font en regard d'autres quartiers dans l'arrondissement. Un des répondants signale par rapport à la gentrification : « Dans certains secteurs du quartier oui, dans certains coins du Shop Angus, à cause du type de maisons, ça convient à des familles branchées qui font comme des îlots, mais pas dans le quartier ici, c'est équilibré. » (Entrevue N° 1, acteur culturel, 2017).

Les résultats des entrevues nous montrent que les résidents considèrent que le quartier est stable même s'il traverse un processus de transformation. Il y a de nouvelles familles qui arrivent et apportent un certain rajeunissement au quartier sans bouleverser la structure démographique des lieux. Les résidents considèrent que la présence des nouvelles familles est positive pour le quartier et les voient comme un retour à un équilibre brisé dans les années 1980 et 1990. C'était à ce moment-là qu'il y a eu un départ massif des familles, à cause de la crise économique.

En ce qui concerne les changements économiques récents, les résidents apprécient le regain de l'activité commerciale des lieux, surtout dans la rue Beaubien. Il faut signaler qu'ils perçoivent ces changements comme positifs pour la vitalité économique du quartier. De plus, l'ensemble des acteurs accorde à la présence du Cinéma Beaubien une grande influence sur l'évolution socioéconomique du quartier.

En ce qui concerne les changements relatifs à la perception des acteurs sur le cadre de vie et le niveau de satisfaction d'habiter le quartier, les opinions des résidents sont unanimes : ils sont très contents de leur quartier et de la qualité de vie qu'il leur offre.

Les résidents signalent avec fierté la présence et la contribution du Cinéma Beaubien comme le centre et le moteur de l'activité qui se développe dans le quartier.

Au sujet des perceptions des résidents sur les éléments les plus intangibles, comme l'identité territoriale, les entrevues montrent que l'ensemble des résidents ressent une grande fierté, un attachement très fort au quartier. L'image villageoise du quartier évoquée par les répondants synthétise bien la perception que les résidents du quartier et leur sentiment identitaire à son égard. Il faut dire aussi que le sentiment d'appartenance s'appuie aussi sur une histoire de mobilisations citoyennes pour préserver les acquis culturels, comme le Cinéma Beaubien, ce qui a nourri aussi leur identité.

CHAPITRE VII

LA CONTRIBUTION DU CINÉMA BEAUBIEN À LA REVITALISATION URBAINE À ROSEMONT

7.1 Introduction

Ce dernier chapitre est consacré à la discussion des résultats de la recherche. Le but est d'apporter des éléments de réponse à notre question principale de recherche que se lit comme suit : dans quelle mesure et à quelles conditions, une initiative locale de nature culturelle telle celle du Cinéma Beaubien peut-elle contribuer au développement économique et social d'un quartier dans le cadre d'une métropole comme Montréal ?

Rappelons que notre hypothèse principale soutient que le choix de la culture peut rallier l'ensemble des organismes présents dans un quartier et cela peut favoriser la mise en œuvre de processus de revitalisation inclusifs qui ont un effet positif sur le quartier en termes d'activité économique et de cadre de vie et qui renforcent la participation citoyenne.

Cette thèse vient confirmer le fait que le Cinéma Beaubien consolide de plus en plus son action sur le territoire d'intervention. Dans le chapitre IV, nous avons constaté que le Cinéma, en tant qu'initiative communautaire de développement de type culturel, avait évolué de façon positive. Cette initiative avait fourni un leadership fort dans le quartier Rosemont en élargissant ainsi son action et son rayonnement avec différentes collaborations et alliances. On a aussi montré que le Cinéma Beaubien a su mobiliser de façon créative les ressources humaines et organisationnelles pour atteindre leurs objectifs, ressources tant du milieu local qu'au niveau plus global. Dans son action le Cinéma Beaubien consolide de plus en plus son autonomie financière, son enracinement dans l'identité territoriale et dans le sentiment d'appartenance des résidents. En fin, l'effet positif du cinéma déborde largement le champ du cinéma et de la culture. Nous avons constaté que le Cinéma Beaubien a approfondi et a densifié ses actions dans le territoire d'intervention à travers des nouveaux projets innovateurs. Le cinéma est bénéficié d'une forte reconnaissance auprès des acteurs et des résidents et participe à l'*empowerment* collectif. En résumé, nous avons constaté que le Cinéma Beaubien est devenu un des principaux facteurs du développement local du quartier. Dans le chapitre V les résultats relatifs aux conditions socioéconomiques et démographiques du secteur nous avons constaté l'existence d'un territoire dans un processus de revitalisation urbaine en évolution positive de la plupart des indicateurs : récupération des emplois, amélioration du niveau d'éducation des résidents, des emplois mieux rémunérés, une récupération de la valeur des propriétés résidentielles et la revitalisation commerciale de la rue Beaubien ainsi qu'une forte tendance à la stabilité résidentielle signe d'un attachement des résidents au lieu et son cadre de vie. Bref une augmentation de la richesse sociale et économique du lieu. Les résultats du chapitre VI basés sur les perceptions des acteurs du territoire d'étude nous confirment une satisfaction de la part des résidents qui perçoivent les changements comme positifs et l'importance que ceux-ci accordent au Cinéma Beaubien dans cette transformation.

Ce chapitre est organisé en trois parties : le Cinéma Beaubien vu comme un projet innovant porteur du développement local et les conditions de réussite des initiatives locales, la constatation des effets de la revitalisation urbaine à Rosemont et le constat d'un processus de gentrification perçu positivement par les habitants du secteur d'étude.

7.2 Le Cinéma Beaubien : un projet innovateur porteur de développement local.

En effet, toutes les sources consultées nous mènent à confirmer le rôle important joué par le Cinéma Beaubien en tant qu'initiative communautaire dans la revitalisation du quartier de Rosemont et notamment dans sa zone d'influence, que nous avons délimitée au chapitre IV. Les résultats prouvent aussi que le choix organisationnel du Cinéma, c'est-à-dire d'avoir adopté le statut d'entreprise d'économie sociale, a permis la participation d'un grand nombre d'acteurs à sa relance et à son développement. La gestion du Cinéma, orientée vers l'inclusion sociale, a favorisé une image très positive du cinéma chez les résidents autant du quartier que d'ailleurs.

Selon plusieurs de nos répondants, la réussite du Cinéma Beaubien dans l'accomplissement de sa mission est due premièrement au fait qu'il a été porté par un leadership local et communautaire. Le Cinéma Beaubien est devenu, dans l'arrondissement et en dehors de celui-ci, une référence culturelle importante considérée comme un exemple pour le démarrage de projets culturels de revitalisation urbaine locale. Deuxièmement le Cinéma Beaubien est devenu l'un des principaux acteurs de la gouvernance de la culture de l'arrondissement; il est reconnu par l'ensemble des acteurs du milieu comme un vecteur du dynamisme social qui contribue à générer des retombées socioéconomiques concrètes dans le territoire.

Troisièmement le Cinéma Beaubien a su mobiliser de façon créative les ressources endogènes et exogènes, qui lui ont été accordées initialement pour le démarrage de l'initiative et, à la fois, a su réduire de façon importante la dépendance financière envers le gouvernement en devenant de plus en plus autonome. Quatrièmement le Cinéma Beaubien a fait une contribution importante au renforcement de l'identité locale et du sentiment d'appartenance des résidents, ce qui a permis la création d'une conscience territoriale construite par la convergence d'actions collectives qui ont visé le développement local.

L'analyse des résultats de la recherche nous amène à constater que les projets communautaires de revitalisation urbaine de type culturel tel que le Cinéma Beaubien sont susceptibles de provoquer des effets positifs sur le milieu de vie des résidents de Rosemont, pour autant qu'ils s'inscrivent dans des contextes plus larges, intersectoriels, qui se projettent au-delà de l'action culturelle. Les acteurs qui dirigent le Cinéma Beaubien, fidèles aux principes de l'économie sociale, ont été à l'écoute des citoyens, de leurs besoins et de leurs aspirations.

7.3 Les effets de la revitalisation urbaine à Rosemont, la contribution du Cinéma Beaubien

Rappelons que Montréal a connu deux récessions majeures, la première au début des années 1980 et la deuxième dans les années 1990, lesquelles ont beaucoup affecté plusieurs quartiers de la métropole, dont Rosemont (Fontan *et al.*, 2005; Klein et Shearmur, 2017). Dans cette période, de nombreuses propriétés de l'arrondissement ont perdu une part de leur valeur. Plusieurs commerces ont été obligés de fermer et, par conséquent, de nombreuses familles ont dû quitter le quartier. Ces traits caractérisent la dévitalisation que le territoire a connue à ce moment-là.

Déterminer exactement quelle est la part de la contribution du Cinéma Beaubien dans la revitalisation de Rosemont est impossible. Cependant, à travers les entrevues que nous avons menées, les réponses des acteurs locaux sont claires. Elles mettent en évidence la contribution du Cinéma au développement local dans le quartier, en termes d'apport aux conditions de vie, d'accès à la culture pour l'ensemble des résidents, d'image et de fierté, ainsi que de réussite de la mobilisation citoyenne concernant la sauvegarde du patrimoine culturel.

L'analyse des résultats du chapitre V révèle que la zone d'influence directe du cinéma a pu se relever du processus de dévitalisation. Les données socioéconomiques et les valeurs des propriétés dans la Zone du Cinéma indiquent plutôt une revitalisation. Dans ce sens, nous avons constaté une augmentation du nombre d'emplois, une augmentation de la scolarité des résidents et une tendance à la tertiarisation des emplois. En ce qui concerne les revenus, les familles sont plus riches et mieux rémunérées que dans le passé, signe révélateur de l'augmentation de la richesse économique du lieu. Nous avons remarqué aussi une augmentation de l'accès à la propriété dans le secteur dans un contexte où les couts pour se loger sont demeurés accessibles. De plus, la population montre une grande stabilité résidentielle, ce qui est indicatif du niveau de satisfaction des résidents par rapport au quartier.

Les résultats montrent aussi que depuis 2001 la rue Beaubien, principale artère commerciale de la zone, affiche des évidences claires de revitalisation, en lien avec la réouverture et la restructuration du Cinéma Beaubien. Le commerce de proximité s'est diversifié et s'est amélioré en quantité et en qualité, en contribuant de manière significative à la qualité de vie des résidents du secteur. Rappelons que la récupération de cette artère commerciale faisait partie des enjeux de développement des groupes communautaires dans les années 1990 et que, dans cette perspective, la relance du Cinéma Beaubien a été une des revendications majeures de l'ensemble des acteurs du territoire.

L'ensemble de tous ces indicateurs étudiés suggère une revitalisation urbaine qui a eu comme effet l'amélioration de la qualité de vie des résidents et une revalorisation du quartier. Cette revitalisation n'a pas eu jusqu'à maintenant d'effets négatifs sur la population locale. Bien que l'évolution des indicateurs de la Zone du Cinéma ne soit pas fondamentalement différente de celle de la ville, il est clair que ce territoire présente certaines spécificités. Il faut rappeler que les chiffres pour 1996 montrent que le quartier était plus défavorisé que le reste du territoire. Certes, nous ne pouvons pas affirmer que les changements constatés soient dus uniquement à la présence du cinéma. Il n'en demeure pas moins que celui-ci a eu un rôle dans le processus de revitalisation expérimenté dans le quartier, rôle qui est vu par les acteurs comme significatif.

L'analyse des résultats des entrevues présentés dans le chapitre VI nous a permis de montrer des effets concrets sur le territoire du Cinéma Beaubien. Le quartier est stable sur le plan démographique, tout en traversant un processus de transformation sur le plan social. Sur le plan des changements démographiques, nous avons constaté que la présence des nouvelles familles n'a pas bouleversé la structure démographique du lieu. Au contraire, la présence des nouvelles familles est perçue d'une façon positive et comme un retour à un équilibre brisé dans les années 1980 et 1990, moments où les départs des familles, à cause de la crise économique, étaient fréquents.

En ce qui concerne les changements économiques, notre recherche a pu montrer un regain de l'activité commerciale et une augmentation soutenue de la valeur des propriétés. Il faut signaler que malgré les contraintes que les activités commerciales pourraient signifier pour les résidents, ces changements sont perçus par les résidents comme positifs pour la vitalité économique du quartier. Nous avons constaté que l'ensemble des acteurs du quartier reconnaît que la présence du Cinéma Beaubien a eu une grande influence comme moteur de cette évolution socioéconomique.

Fait très important, le Cinéma Beaubien a été un facteur de revitalisation de la zone, y compris en ce qui concerne la valeur des propriétés, mais cela ne s'est pas traduit pas par l'éviction des résidents de longue date. Bien au contraire, ces résidents se sentent redevables de l'action collective liée à cette entreprise d'économie sociale, dans laquelle ils se voient comme parties prenantes et dont ils sont fiers.

Notre recherche a mis en évidence les perceptions des résidents sur les changements les plus intangibles : l'identité territoriale et le sentiment d'appartenance que l'ensemble des résidents ressent révèle une grande fierté et un sentiment d'attachement très fort au quartier. L'image villageoise du quartier évoquée par les répondants synthétise bien l'ensemble des sentiments qu'attachent les résidents aux lieux. Il faut dire aussi que le sentiment d'appartenance s'appuie sur une histoire de mobilisations citoyennes réussies pour préserver les acquis.

Les différents acteurs du terrain ont mis en exergue la valeur et l'importance de la présence du Cinéma Beaubien dans le quartier Rosemont, comme un cinéma qui diffuse des œuvres québécoises et françaises, ainsi que des films d'auteurs et de primeurs. Il est l'un des rares survivants de l'époque des cinémas de quartier à Montréal. Par ailleurs, l'attraction qu'exerce le cinéma sur une clientèle externe a contribué à dynamiser la vie économique locale.

La recherche a montré l'effet rassembleur du cinéma dans ses différentes activités et les possibilités de rencontres qui sont offertes aux résidents. Ces activités favorisent la réflexion collective et renforcent la cohésion sociale, les valeurs communautaires et la participation active des citoyens.

En revenant sur les concepts théoriques qui supportent notre étude, nous constatons que le Cinéma Beaubien se rapproche des expériences des milieux socialement créatifs étudiés par André *et al.* (2008) et André et Carmo (2010) au Portugal. C'est le type de projet qui se construit de façon ascendante, de façon inclusive et démocratique. Le Cinéma Beaubien traduit aussi bien les effets bénéfiques pour la

communauté de la culture de proximité (Stern et Seifert, 2010) et de la culture décentralisée (Markusen, 2006a). Un projet qui a réduit les inégalités provoquées par l'impossibilité d'accéder à la culture pour une partie des citoyens. Tout ceci nous semble s'inscrire dans ce que Moulaert (2009) a caractérisé comme développement territorial socialement innovateur.

Nous considérons que la façon dont le Cinéma Beaubien a développé son action dans le territoire de Rosemont peut être vue comme une innovation sociale dans le sens qu'il prend la forme d'un arrangement social induit par la mobilisation citoyenne et l'action communautaire. L'innovation sociale a été définie par le Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES) comme :

Des nouveaux arrangements sociaux, organisationnels ou institutionnels ou encore nouveaux produits ou services ayant une finalité sociale explicite résultant, de manière volontaire ou non, d'une action initiée par un individu ou un groupe d'individus pour répondre à une aspiration, subvenir à un besoin, apporter une solution à un problème ou profiter d'une opportunité d'action afin de modifier des relations sociales, de transformer un cadre d'action ou de proposer de nouvelles orientations culturelles (crise.uqam.ca).

Les résultats de la recherche ont mis en évidence qu'il existe un grand intérêt pour le développement de la culture dans le quartier Rosemont. Plusieurs indicateurs le démontrent. Le Cinéma Beaubien tel que nous l'avons signalé auparavant représente un des lieux culturels emblématiques du quartier. Il sert aussi de pivot et de vecteur d'un nombre important d'activités culturelles qui se déroulent dans le quartier, soit à l'intérieur du cinéma (films, expositions, etc.) ou à l'extérieur (projections de films à ciel ouvert, piano de rue et d'autres).

Nous avons constaté que la culture a joué un rôle crucial dans le processus de revitalisation du quartier, les acteurs locaux ont su mobiliser les ressources de façon créative comme moyen de développement territorial dans une perspective d'intégralité (Moulaert *et al.*, 2004 ; Moulaert, 2009). Le développement territorial a

été appliqué dans la perspective d'une gouvernance inclusive et démocratique, à travers un leadership partagé et d'une gouvernance inclusive, ce qui a favorisé la consolidation d'une identité locale et d'un sentiment d'appartenance au quartier.

Sans dire qu'à Rosemont nous sommes en présence d'un cluster culturel comme les prônent Stern et Seifert (2010), Markusen (2008) et Lefevre (2017), à partir de cette étude, nous pouvons affirmer qu'il existe dans la zone étudiée un noyau de vitalité culturelle qui commence à combiner des activités culturelles très diversifiées. Il faut dire aussi qu'il existe un intérêt pour conforter l'attitude des acteurs du quartier face à la culture à travers l'intervention de la maison de la culture, de la politique culturelle qui se déploie dans le secteur, de la participation de l'association des commerçants de la Rue Beaubien-Est et de l'action du Regroupement des artistes et de la culture de Rosemont-La Petite-Patrie (RACRPP). L'ensemble des acteurs du territoire partage une vision de ce que peut représenter la culture pour le développement économique et social du quartier. À Rosemont, nous sommes en présence d'un territoire où la culture a pris une place considérable dans la structuration du cadre de vie des citoyens, avec une tendance à se consolider comme l'axe transversal de son développement économique et social.

Un autre constat significatif concerne la contribution du Cinéma Beaubien comme un facteur important de la cohésion sociale du quartier, comme le prônent Mommaas, (2004), Markusen (2006), Auclair (2011) et Klein *et al.* (2017), où les citoyens se trouvent plus impliqués dans le développement de leur territoire en établissant des liens plus forts de type communautaire. Le renforcement de l'expérience du Cinéma Beaubien, permet de penser à de nouveaux projets innovants de développement où les citoyens ont une place importante en tant que bénéficiaires de cette action, mais aussi dans sa construction, mettant de l'avant leurs besoins et aspirations.

7.4 Le Cinéma Beaubien : un facteur de gentrification?

Un des concepts que nous avons mobilisés dans cette recherche est celui de la gentrification, car nous nous demandions à quel point la revitalisation urbaine dans laquelle s'inscrit le Cinéma Beaubien a pu provoquer un tel effet. Cette interrogation est cohérente avec les avertissements signalés par Belanger (2010, p.143) « Même si certaines interventions de revitalisation ont pour objectif de réduire la dégradation physique ou le déclin socioéconomique d'un secteur de la ville, certains craignent qu'elles induisent la gentrification des quartiers ».

Or, les perceptions des résidents vis-à-vis des changements encourus dans la zone étudiée ne sont pas négatives. Selon eux, ces changements ne les poussent pas à quitter le lieu. Les résultats des entrevues nous ont amenés à affirmer que les résidents du quartier valorisent leur cadre de vie dans lequel ils développent leur quotidienneté et qu'ils ont conservé voire accru leur sentiment d'appartenance au quartier.

Sur le plan démographique, les résultats confirment la stabilité de l'habitat. En effet, les départs des résidents du quartier ne sont pas très fréquents. Au contraire, le témoignage des résidents ainsi que les statistiques démographiques le confirment : la tendance est à rester le plus longtemps possible dans le quartier.

Il est certain que des nouvelles jeunes familles se sont installées dans le quartier, mais cela sans causer un bouleversement de sa structure démographique. Les résidents ne semblent pas se sentir bouleversés ou envahis par les nouveaux arrivants. Au contraire, ils considèrent cette présence comme positive pour le rajeunissement du quartier. Il est important de souligner qu'une des causes principales du déclin du quartier aux années 1990 avait été précisément le départ des familles, départ qui avait provoqué une descente démographique du secteur et qui avait accéléré la dévitalisation commerciale des artères du quartier, dont la rue Beaubien.

Les résidents témoignent, par rapport aux changements économiques, d'un regain de l'activité commerciale du lieu, notamment de la rue Beaubien. Parallèlement, on observe une augmentation soutenue de la valeur des propriétés. Ces changements sont perçus d'une façon positive en vertu de la vitalité économique qu'ils apportent. L'ensemble des acteurs du lieu accorde à la présence du Cinéma Beaubien une influence positive sur cette évolution socioéconomique.

Dans les processus de gentrification, un des changements significatifs est l'influence de celle-ci sur le niveau d'insatisfaction des résidents par rapport à leur lieu de résidence à cause de la dégradation de leur qualité de vie qu'elle entraîne. À partir des entretiens menés, nous pouvons affirmer que ce qui est arrivé à Rosemont est tout à fait le contraire : les résidents sont très contents de leur quartier et de leur cadre de vie. Ils apprécient la vie de famille, la tranquillité, l'offre culturelle, la proximité commerciale, le sentiment de confiance et de sécurité qui y règne. En plus, ils signalent la présence et la contribution du Cinéma Beaubien comme le moteur et le cœur de l'activité qui se développe dans le secteur. La satisfaction des résidents semble expliquer la stabilité résidentielle du quartier.

La vision, assez généralisée à Montréal, qui considère le quartier Rosemont comme un quartier gentrifié, est-elle donc fautive? Cette vision se base sur l'augmentation des prix des propriétés résidentielles et sur l'attractivité existante dans le quartier. Cette perception du quartier mérite d'être discutée dans la mesure où on n'a pas dans la zone proche du cinéma la présence des indices typiques dégagés par les auteurs qui ont étudié et dénoncé la gentrification, soit, surtout, le remplacement de la population résidente par une nouvelle population plus aisée (Glass, 1963 ; Smith, 1996).

En se basant sur Relph (1976), Healy (2010), Sepe et Pitt (2014) et Davidson (2009), Ghaffari (2016) dégage trois variables clés à considérer pour identifier la présence d'un processus de gentrification : le déplacement de la population, la perte de sentiment d'appartenance et la dégradation de la valeur sociale. Or, les données

recueillies nous montrent une certaine stabilité dans l'habitat, un fort sentiment d'appartenance et une forte satisfaction des résidents à l'égard de leur quartier. Les résidents n'ont pas perdu leurs repères. Ils se reconnaissent dans l'offre de services du quartier et ils fréquentent les lieux de sociabilité parce que cela correspond toujours à leurs habitudes.

Nous avons constaté qu'il n'existe pas de crainte de la part des résidents du quartier par rapport à la gentrification. Ils évoquent, tel que signalé dans les chapitres précédents, certaines situations associées à la gentrification, mais qui, à notre avis, correspondent plutôt à un processus de revitalisation urbaine. Ils ne se font pas de soucis à cet égard. Ils perçoivent très bien l'arrivée des nouveaux résidents qui sont vus comme des atouts, car ils s'intègrent à la culture déjà existante tout en enrichissant le quartier. Ce constat nous amène à revoir l'idée même de gentrification. Est-il possible qu'elle ne soit pas toujours négative ? À cet égard, la conclusion d'une étude menée par Ghaffari *et al.* (2017) est que la participation des résidents au processus de transformation provoqué par la revitalisation des quartiers est une condition pour une gentrification socialement acceptable. Dans le cas de Rosemont, le leadership communautaire du processus a permis cette participation.

Les résidents interviewés affirment de façon catégorique qu'ils ne quitteraient jamais le quartier juste pour une captation de la rente que pourrait leur rapporter la vente d'une propriété qui a pris de la valeur. Ils justifient leur désir d'y rester en évoquant surtout la vie du quartier, les conditions de vie, son histoire, leur attachement au lieu, les commerces de proximité ainsi que le type des maisons et la vie culturelle offerte.

Bien que le territoire d'étude traverse un processus de changement, mais sans que celui-ci ait généré les mêmes séquelles négatives de la gentrification comme nous venons d'affirmer, il existe néanmoins certains répondants qui s'inquiètent à cause du futur. Ils craignent la menace *d'une gentrification différée*.

Les résidents sont conscients des bénéfices des changements qui se sont produits dans la zone. Néanmoins, à plus long terme, ils craignent pour leurs enfants qui ne pourront probablement pas se permettre d'acheter une maison, même pas un appartement dans le quartier à cause des grandes augmentations des prix des propriétés. Ils ne pourront donc pas profiter des bonnes conditions de vie du quartier. Ces jeunes résidents finiront par être déplacés du territoire donnant lieu à un remplacement populationnel empêchant la succession normale de rechange démographique. Voici le témoignage d'un résident :

Moi je regarde mes enfants qui ne pourront pas s'acheter ni même vivre dans Rosemont. Même avoir un appartement dans Rosemont, c'est devenu très, très cher ça. Je trouve ça triste parce que ça fait en sorte que la clientèle change aussi, pas toujours pour le mieux, les gens peuvent devenir plus individualistes et l'esprit du quartier peut être menacé. (Entrevue N° 18, résident, 2017)

Au niveau de la mobilité résidentielle, un de nos répondants fait la remarque du départ d'une population âgée comme un signe inquiétant :

C'est un quartier des ouvriers ou les gens habitaient, puis, nos voisins, la propriétaire a 80 ans, elle est née dans cette maison-là, puis les gens restaient-là de générations en génération, ça, c'est en train de disparaître; les jeunes familles qui s'installent puis alors ça, c'est vrai dans tout Rosemont-la Petite Patrie. (Entrevue N° 2, acteur culturel, 2017).

D'autres répondants craignent voir des augmentations dans les coûts des services et des produits des commerces de proximité :

C'est sûr le quartier se transforme, mais par exemple il y a une autre épicerie qui vient s'installer et qui fait les légumes et puis justement pas loin de la boulangerie puis il y avait une fruiterie plus loin plus petite, mais depuis ce que j'entends des amis du quartier les gens disent ok on va continuer à fréquenter

cette fruiterie qui est plus petite, qui est très sympathique, ok on va continuer à soutenir a ces deux commerces locaux finalement, il y a eu un qui est un peu plus épicerie fine, mais qui a quand même de fruits et des légumes. Il y a cette volonté des gens du quartier quand même de continuer à soutenir le commerce local parce que justement il y a un sentiment d'appartenance. (Entrevue N° 2, acteur culturel, 2017).

7.5 Conclusion

Pour conclure ce chapitre, nos analyses nous ont mené à affirmer que le Cinéma Beaubien en tant qu'initiative locale de développement porté par les organismes communautaires est devenu un des principaux facteurs de développement du quartier. Cette initiative, propulsée par la communauté, rallie l'ensemble des organismes et d'acteurs présents dans le territoire autour d'objectifs communs de développement. L'analyse nous permet aussi d'affirmer que ce type d'initiative, pour atteindre les objectifs visés, doit être porté par un leadership fort et inclusif, capable de mobiliser les ressources de façon créative dans une perspective de gouvernance démocratique et inclusive. Le cinéma Beaubien est reconnu par l'ensemble des acteurs du milieu comme un vecteur du dynamisme social qui contribue à générer des retombées socioéconomiques concrètes dans le territoire. Les acteurs qui dirigent le Cinéma Beaubien, ont été fidèles aux principes de l'économie sociale, ont été à l'écoute des citoyens, de leurs besoins et de leurs aspirations.

L'ensemble des indicateurs socioéconomiques et démographiques étudiés indiquent que la zone d'influence directe du cinéma a pu se relever de la situation de dévitalisation dans laquelle elle s'est trouvée dans les années 1980. Aujourd'hui le territoire d'étude affiche une augmentation de la richesse sociale et économique. Bien sûr, nous ne pouvons pas affirmer que les changements constatés soient dus

uniquement à la présence du cinéma, mais les acteurs locaux font consensus concernant la contribution significative du Cinéma Beaubien à cet égard.

Le Cinéma Beaubien est devenu une référence identitaire qui nourrit le sentiment d'appartenance des citoyens qui se sont appropriés cet équipement culturel comme un lieu de rassemblement, d'accès à la culture, d'épanouissement et de fierté qui renforce la cohésion sociale et la participation citoyenne.

Fait très important, le Cinéma Beaubien a été un facteur de revitalisation de la zone, sans provoquer les effets indésirables propres à la gentrification tels l'éviction des résidents et la perte des valeurs identitaires. Bien au contraire, les résidents du quartier se sentent redevables de l'action collective liée à cette entreprise d'économie sociale, dont ils se perçoivent comme parties prenantes et dont ils sont fiers. Tout ceci nous semble s'inscrire dans ce que Moulaert (2009) a caractérisé comme développement territorial socialement innovateur.

Pour finir, il faut signaler que la CDEC de Rosemont-Petite-Patrie, comme la plupart des autres CDEC de Montréal, a été dissoute en 2015 comme résultat des politiques gouvernementales qui ont aboli les Centres locaux d'emploi (CLD) et des réformes réalisées par la Ville de Montréal qui a remplacé les CDEC par une nouvelle structure appelée PME Montréal. Vu l'effet très positif de cet organisme sur le développement social et économique du quartier et son rôle majeur dans la relance du Cinéma Beaubien, il sera intéressant de suivre les effets qu'aura sur le quartier le démantèlement d'un organisme comme la CDEC qui a été capable de rallier la communauté locale et de faciliter l'action commune des acteurs et citoyens.

CONCLUSION

Notre étude a cherché à étudier le rôle de la culture dans les démarches de revitalisation urbaine portées par des organismes communautaires dans le but de vérifier si ce type d'initiatives peut induire le développement des quartiers défavorisés. Nous avons cherché à dégager les effets de ce type d'initiatives à partir d'un cas, celui du Cinéma Beaubien. Ce cas nous a permis de voir les effets d'une initiative culturelle sur les dynamiques foncières, immobilières, commerciales et résidentielles et de les analyser en fonction des changements provoqués sur les acteurs et la population de Rosemont en termes d'identité et d'engagement avec le développement de celui-ci. À ce propos, notre question principale de recherche était : dans quelle mesure et à quelles conditions, une initiative locale de nature culturelle telle celle le Cinéma Beaubien peut-elle contribuer au développement économique et social d'un quartier dans le cadre d'une métropole comme Montréal ?

Nous avons décliné cette question principale en trois questions secondaires :

- 1) Quel type de modifications économiques et sociales les initiatives culturelles engendrent-elles sur les dynamiques du quartier ?
- 2) Dans quelle mesure les initiatives culturelles favorisent-elles l'augmentation de la valeur des sols urbains qui ont perdu leur valeur comme effet de la crise économique ?

En réponse à la question principale, nous avons soutenu que le choix de la culture peut rallier l'ensemble des organismes présents dans un quartier et que cela peut favoriser l'élaboration de processus de revitalisation inclusifs qui ont un effet positif sur le quartier en termes d'activité économique et de cadre de vie et qui renforceront la participation citoyenne.

En réponse aux questions secondaires, nous avons soutenu que les initiatives culturelles peuvent favoriser la mobilisation des différents actifs locaux, ce qui a un effet sur la collectivité locale en général; que les initiatives locales de type culturel peuvent favoriser l'augmentation de la valeur du sol et des propriétés résidentielles; et qu'en ralliant les différents groupes et types d'acteurs locaux, le développement par la culture donne à voir une modalité de développement local qui favorise l'amélioration de la qualité de vie et la participation.

Notre étude a montré le potentiel des initiatives locales de type communautaire d'infléchir les effets négatifs provoqués par les changements économiques globaux qui affectent l'économie locale surtout sur les territoires qui ont vécu longtemps en association avec l'activité industrielle lourdement touchée par la crise du fordisme. Premièrement nous avons montré que les organismes bien enracinés localement comme le Cinéma Beaubien, en mobilisant des ressources multiples endogènes et exogènes, sont capables de générer des effets positifs dans leurs milieux d'intervention. La recherche a permis aussi de voir que le type de gouvernance inclusive et démocratique exercé par un leadership partagé a été essentiel à la réussite des projets. La concertation et le partenariat entre les différents acteurs apparaissent comme incontournables à l'heure de garantir les bons résultats et la pérennité d'un projet. L'examen de la trajectoire de l'initiative locale de développement incarnée par le Cinéma Beaubien montre que l'accomplissement de la mission à la fois culturelle et sociale de cette initiative a été effectué de façon innovante et créative.

L'expérience a évolué dans une spirale de croissance immergée dans un processus de densification organisationnelle, qui se traduit par une référence identitaire positive et porteuse d'une conscience territoriale.

Le Cinéma Beaubien a participé à un processus qui a renversé la tendance au déclin de l'activité commerciale et du milieu de vie du quartier, pour le transformer en un endroit où les résidents sont fiers. Ceux-ci sont conscients du rôle qui a joué le cinéma dans cette revitalisation dont ils bénéficient. Le modèle de développement par l'initiative locale que nous avons appliqué dans notre recherche nous donne à voir que ce lien identitaire est fédérateur d'une diversité d'acteurs locaux et favorise le démarrage de nouveaux projets de développement local. Notre recherche nous permet d'affirmer donc que les projets culturels peuvent aider à revitaliser un quartier lorsqu'ils sont menés par l'action communautaire, comme cela a été le cas du Cinéma Beaubien.

Notre thèse cherche à confirmer le fait que le Cinéma Beaubien consolide de plus en plus son action sur son quartier, soit Rosemont. Nous avons constaté que le Cinéma, en tant qu'initiative communautaire de développement de type culturel, s'inscrit dans un vaste mouvement où interagissent plusieurs acteurs. Cette initiative avait été portée par un leadership fort dans le quartier Rosemont en élargissant ainsi son action et son rayonnement par l'intermédiaire de différentes collaborations et alliances.

Nous avons pu aussi montrer que cette initiative a su mobiliser de façon créative des ressources humaines et organisationnelles pour atteindre ses objectifs, des ressources aussi bien endogènes qu'exogènes. De plus, avec le temps le Cinéma Beaubien a consolidé son enracinement dans l'identité territoriale et renforce le sentiment d'appartenance des résidents. Enfin, l'effet du cinéma déborde largement le champ du cinéma et de la culture. Le cinéma bénéficie ainsi d'une forte reconnaissance auprès des acteurs et des résidents et participe à l'*empowerment* collectif. En résumé, nous

avons constaté que le Cinéma Beaubien est devenu un des principaux facteurs du développement du quartier.

Évidemment, comme toute recherche scientifique, la nôtre a des limites. La première, est liée au fait que notre recherche porte sur un cas ce qui limite les possibilités des généralisations. La deuxième, concerne les sources statistiques, car nous n'avons pas eu accès aux données du recensement de 2016, ce qui nous aurait permis un peu plus de précision concernant les résultats finaux de nos analyses statistiques. Or, la plupart des éléments de nos analyses statistiques ont été validés par les entrevues réalisées avec les acteurs du quartier, ce qui nous rassure concernant les résultats obtenus. Malgré ces limitations, nous pensons que nos résultats sont concluants.

Nous croyons avoir fait une contribution à l'avancement des connaissances tant au niveau théorique qu'empirique. Sur le plan empirique, Nous avons produit une cartographie détaillée de l'évolution des valeurs des propriétés qui n'existait pas avant notre recherche qui peut aider à mieux comprendre les transformations du quartier. Nous avons décrit les effets de la culture sur la revitalisation de Rosemont et sur la perception que les résidents ont du quartier. Nous avons montré que la mobilisation sociale qui a porté la relance du Cinéma Beaubien a renforcé le sentiment d'appartenance au quartier.

D'autre part, sur le plan théorique, nous avons contribué à mieux cerner les conditions de réussite des initiatives communautaires qui visent la revitalisation urbaine en réponse à la dévitalisation des quartiers et à l'exclusion sociale de leurs résidents. La recherche a contribué à l'enrichissement et à la compréhension de l'évolution des initiatives locales de développement territorial de nature culturel. Soulignons que peu d'études empiriques approfondies ont été réalisées en regard des effets socio territoriaux de ce type d'initiative. Nous avons pu montrer l'importance d'un leadership inscrit dans la mobilisation citoyenne. Les acteurs ont mobilisé le capital socioterritorial existant à Rosemont pour viabiliser le projet. De même, le fait

d'avoir utilisé comme stratégie de développement l'économie sociale a favorisé la dimension collective de l'entreprise ainsi que son ancrage dans l'économie locale. L'utilisation des ressources de type exogènes a permis la connexion et l'intégration de l'initiative dans des réseaux plus larges ce qui a donné lieu à des coalitions des acteurs motivés par leur appartenance territoriale.

Mais, de façon plus fondamentale, notre recherche apporte des éclairages nouveaux en regard du phénomène de gentrification. Plusieurs théoriciens (Smith, 1996; Glass, 1963) argumentent que l'augmentation des valeurs foncières est un déclencheur des processus de gentrification, car la rente potentielle stimulerait les investissements immobiliers, ce qui provoquerait l'éviction des résidents de longue date et l'arrivée d'une classe aisée de résidents. Or, les résultats de notre recherche empirique montrent une situation différente. Ainsi, notre recherche ouvre la voie à de nouvelles interprétations. L'augmentation des prix des terrains dans le secteur de Beaubien a été plus lente que celle des immeubles, ce qui décourage la construction de condominiums et encourage la rénovation des résidences. Cela valorise les propriétés des résidents et encourage la stabilité, pour autant que les résidents aient un fort sentiment d'appartenance et apprécient leur lieu de résidence.

Ces observations renforcent l'hypothèse développée par Ghaffari *et al.* (2017) qu'à certaines conditions les processus de gentrification peuvent être positifs pour les résidents. Nous avons montré que la relance du Cinéma Beaubien a généré un processus social de revitalisation mené avec les acteurs locaux. Ce processus a été amorcé par l'action collective et non pas pour le marché. Le fait que cette action collective ait été une partie prenante dans le leadership de l'initiative tout au long du processus protège les résidents des dérives observables dans la plupart des processus de revitalisation associées à la culture. Voilà un aspect dont d'autres expériences pourraient s'inspirer.

ANNEXE A

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Le développement local par l'intervention culturelle. Le cas du cinéma Beaubien à
Rosemont.

Thèse de doctorat en études urbaines

Dans le cadre d'une exigence partielle du département de sciences de la gestion de
l'Université du Québec à Montréal

Cette recherche, menée par Wilfredo Angulo Baudin, étudiant en sciences de la gestion à l'Université du Québec à Montréal, porte sur le cas du Cinéma Beaubien (Rosemont), un projet culturel porté par une coalition d'organisations de la société civile en vue de favoriser la revitalisation d'un quartier qui a été affecté par la crise de la société industrielle des années 1980 et par la dévitalisation des artères commerciales qui s'en est suivi dans les années 1990. Ce cas nous permettra de mieux comprendre l'effet des projets culturels et créatifs sur les quartiers, lesquels sont mis en œuvre par des organisations locales où les organismes communautaires agissent comme des parties prenantes importantes en partenariat avec des acteurs sociaux, des instances publiques et l'entreprise privée. Notre recherche vise à montrer

que les projets communautaires ancrés dans le secteur culturel créatif donnent à voir de nouvelles aspirations et font émerger des utopies qui mobilisent les citoyens qui deviennent ainsi des co-acteurs des transformations sociales de leur quartier. Ils s'inscrivent dans un modèle de développement où se conjuguent l'échelle locale et l'échelle métropolitaine et où se croisent la perspective sectorielle (la création) et la perspective territoriale (milieu de vie). Les résultats de cette recherche permettront de comprendre l'effet des projets ancrés dans les secteurs créatifs et culturels dans la reconstruction des collectivités locales affectées par la crise de la société industrielle.

Le choix des répondants/répondantes s'est fait en fonction de leur rôle en regard de l'objet de la recherche. L'entrevue aura une durée d'entre une et une heure et demie et sera réalisée par l'étudiant, à partir d'un guide d'entretien, dans un lieu fixé en commun accord avec le répondant/la répondante.

La participation du répondant/de la répondante est volontaire, elle n'entraîne aucune rémunération à son endroit et il/elle peut y mettre fin librement sans préjudice pour lui/elle d'aucune forme. Les questionnaires des répondants/répondantes ainsi que les enregistrements audios seront conservés dans les archives du directeur de la recherche. Aucune personne autre que l'étudiant et son directeur n'aura accès à ces informations. Toutes les informations seront regroupées et traitées de façon à assurer la confidentialité des réponses.

Ce projet de recherche a reçu l'approbation de Juan-Luis Klein, superviseur de l'étudiant et professeur titulaire au département de géographie à l'Université du Québec à Montréal.

Wilfredo Angulo-Baudin

Date

Étudiant au 3^e cycle, département de sciences de gestion, Université du Québec à
Montréal

Responsable de la recherche

J'accepte de rencontrer l'étudiant et de répondre à ses questions

Nom et signature du répondant ou de la répondante

Date

ANNEXE B

GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES ACTEURS LOCAUX : COMMUNAUTAIRES ET INSTITUTIONNELS

Nom de la personne organisme ou profession :

Date et lieu :

Introduction

Présentation des objectifs de la recherche et des aspects éthiques.

Questions d'éclaircissement

Signature du formulaire de consentement.

Section 1. Questions sur l'organisation et l'intervenant communautaire présent dans le territoire

Depuis combien de temps avez-vous été créé ?

Quels défis et objectifs continuent à motiver votre travail dans votre organisation ?

Quel type des contraintes avez-vous rencontrées pour développer votre action dans le quartier ?

Quels types d'interrelations entretenez-vous avec les autres organisations culturelles, tables des quartiers, associations, organismes sectoriels du quartier ?

Quel est le rôle qu'ont joué et que continuent à jouer les groupes communautaires dans le développement du quartier ?

Avez-vous eu des rapports avec la CDEC-RPP? Lesquels?

Quelles sont les formes de gouvernance à l'intérieur de l'organisation : prise de décisions, débats à l'interne, structure organisationnelle (conseil d'administration, comités de travail, assemblées, etc.) ?

Quelle importance accordez-vous aux tables de concertation concernant le développement du quartier ?

Quels sont les thèmes qui vous préoccupent le plus et motivent votre participation aux tables ?

Avez-vous des projets en collaboration avec d'autres acteurs locaux ?

Quelle forme prend la participation de la collectivité dans le quartier ?

Quelles sont les menaces que doit affronter votre organisation et les opportunités qui s'offrent à elle dans le futur immédiat ?

Quelles sont vos forces comme institution ou organisme, quelles sont vos réalisations?

Quels sont les ressources mobilisées pour atteindre vos objectifs ?

Section 2. Questions sur la perception des acteurs locaux sur le rôle de la culture dans le développement du quartier

Quel est votre vision de la culture et du développement local ?

Qu'est-ce que représente pour vous la présence du cinéma Beaubien dans le quartier ?

Pensez-vous que le cinéma Beaubien a contribué au développement du secteur ?

Quelles actions réalisez-vous pour développer et consolider la vocation culturelle du quartier ?

Considérez-vous que le cinéma Beaubien exerce un leadership dans le quartier en matière de culture et de développement local? Expliquez.

Quelle est la part de l'influence que peut exercer le cinéma Beaubien dans les orientations culturelles du quartier ?

Quels sont les repères les plus représentatifs du quartier ?

Pensez-vous que les résidents sont fiers d'habiter le quartier ?

D'après vous existe-t-il un sentiment d'appartenance fort dans le quartier ?

Le cinéma Beaubien fait-il une contribution à l'image positive du quartier ?

Section 3. Questions sur la perception des acteurs communautaires sur les conditions socio-économiques du quartier

Êtes-vous satisfait des conditions de vie dans le quartier ?

Quels sont les atouts selon vous qu'offre le quartier pour les nouveaux résidents ?

Quel est le niveau de satisfaction des résidents d'habiter le quartier ?

Est-ce qu'il y a des menaces qui pourraient nuire à la vie du quartier ?

Quels sont les principaux enjeux du quartier ?

Que pensez-vous de la valeur des propriétés résidentielles dans le quartier ?

Pensez-vous que dans le quartier se développe un processus de gentrification ?
Si c'est oui. Pourquoi ? Quelles sont les raisons ?

Il y a de la part de votre organisme des actions pour contrer la gentrification ?

Comment évaluez-vous le dynamisme commercial de la rue Beaubien ?

Section 4. Possible *gentrification*

- Est-ce que le quartier a changé au cours des 15 dernières années ?
- Est-ce que les changements survenus dans le quartier ont modifié vos routines, liens avec les voisins, fréquentations du commerce, la vie associative?
- Que-ce-est que représente pour vous l'augmentation des prix des propriétés ?
- Est-ce que vous avez vu des départs des résidents du quartier en nombre important ?
- D'après vous, les nouveaux résidents qui arrivent, pourquoi sont-ils attirés par le quartier ?
- Quelles sont les principales raisons qui expliquent qu'un ménage décide de s'implanter dans le quartier ?
- Est-ce que la culture est un facteur considéré lors de l'achat d'une propriété ou la location d'un logement ?

ANNEXE C

GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES COMMERÇANTS

Nom de la personne :

Date et lieu :

Introduction

Présentation des objectifs de la recherche et des aspects éthiques.

Questions d'éclaircissement

Signature du formulaire de consentement.

Section 1. Questions pour les commerçants de la rue Beaubien.

Information générale

- Depuis quand votre établissement existe-il ?
- Qu'est-ce qui vous a motivé à vous établir dans le quartier ?
- Habitez-vous dans le quartier ?
- Si non, où habitez-vous ?

Clientèle

- Quelle est votre clientèle habituelle ? Quel type de clientèle ciblez-vous ?
- Est-ce qu'il y eu des changements dans votre clientèle depuis votre implantation dans le quartier ?
- Quel est l'âge moyen de votre clientèle ?
- Comment faites-vous la promotion de votre commerce ? Qu'est-ce que vous faites pour attirer votre clientèle ? Quel moyen utilisez-vous ?
- Vous adaptez-vous à votre clientèle au moment d'offrir vos produits ?

Retombées économiques

- Que pensez-vous de la présence de la culture dans le quartier pour le développement commercial ?

Possible gentrification

- Avez-vous fait des changements dans votre commerce : agrandissements, rénovation, changements d'horaires, augmentations du nombre des employés ?
- Avez-vous de nouveaux projets ? Si oui, qu'est-ce qui motive leur réalisation ?
- Pensez-vous que cette section de la rue Beaubien est un lieu attrayant pour les résidents et les montréalais en général ? Quelle est leur motivation ?
- Quels sont les atouts du quartier pour les résidents ?
- Est-ce que la présence du cinéma Beaubien aide à valoriser le quartier ?
- Que représente pour vous la hausse des prix des propriétés dans le quartier pendant les dernières années ?

Vie associative et cohésion sociale

- Avez-vous des collaborations ou des liens avec d'autres commerces ou des institutions présents dans le quartier. De quel type ?
- Appartenez-vous à une association des commerçants du quartier ?
- Êtes-vous au courant des activités culturelles du cinéma Beaubien dans votre quartier? Y participez-vous? Si oui, à quelles ?

Éléments identitaires

- Que représente pour vous la présence du cinéma Beaubien dans le secteur ?
- Quels sont les atouts, selon vous, que le quartier offre pour les nouveaux résidents ?
- Êtes-vous fier de votre quartier ?
- Quels sont les repères les plus représentatifs du quartier ?

Effets sur la qualité de vie

- Est-ce qu'il y a des problèmes dans le quartier qui pourraient nuire à votre activité commerciale? Expliquez
- Qu'est-ce qui aide à attirer plus de clients dans le quartier ?
- Quel est l'avenir du quartier selon vous ?
- Pensez-vous que dans les dernières années il y eut d'importants changements dans le quartier ?

Effets sur l'emploi local

- Combien d'employés avez-vous dans votre établissement :
Temps plein : Temps partiel : saisonniers :

- Les employés habitent-ils le quartier ?

Avez-vous augmenté ou diminué le nombre d'employés? Expliquez.

Section 2. Possible gentrification

- Est-ce que le quartier a changé au cours des 15 dernières années ?
- Est-ce que les changements survenus dans le quartier ont modifié vos routines, vos liens avec les voisins, la fréquentation du commerce, la vie associative ?
- Qu'est-ce que représente pour vous l'augmentation des prix des propriétés ?
- Est-ce que vous avez vu des départs des résidents du quartier en nombre important ?
- D'après vous, les nouveaux résidents qui arrivent, par quoi sont-ils attirés ?
- Quelles sont les principales raisons qui expliquent qu'un ménage décide de s'implanter dans le quartier ?
- Est-ce que la culture est un facteur considéré lors de l'achat d'une propriété ou de la location d'un logement ?

ANNEXE D

GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES RÉSIDENTS

Section 1. Questions pour les résidents du quartier de la rue Beaubien

Information générale

- Depuis quand résidez-vous dans le quartier ?
- Profession
- Âgé entre 18-24, 25-35, 36-45, 46-65, 65 ans et plus
- Qu'est-ce qui a déterminé le choix de ce quartier pour y habiter ?

Éléments identitaires

- Aimez-vous habiter dans ce quartier ? Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi ?
- Êtes-vous fier du quartier ?
- Qu'est-ce que représente pour vous la présence du cinéma Beaubien dans le quartier ?
- Quels sont les lieux les plus représentatifs du quartier ?

Commerce de proximité et qualité de vie

- L'offre des services dans le secteur est-elle suffisante ?
- Êtes-vous un consommateur fréquent des commerces du quartier ?
- Quel type de commerces préférez-vous avoir dans le quartier ?

Vie associative et cohésion sociale

- Échangez-vous avec d'autres résidentes du quartier ?
- Considérez-vous que dans le quartier il y a des activités qui aident au rassemblement des résidents ?

Section 2. Possible gentrification

- Est-ce que le quartier a changé au cours des 15 dernières années ?
- Est-ce que les changements survenus dans le quartier ont modifié vos routines, vos liens avec les voisins, la fréquentation du commerce, la vie associative ?
- Qu'est-ce que représente pour vous l'augmentation des prix des propriétés ?
- Est-ce que vous avez vu des départs des résidents du quartier en nombre important ?
- D'après vous, pourquoi les nouveaux résidents sont-ils attirés par le quartier ?
- Quelles sont les principales raisons qui expliquent qu'un ménage décide de s'implanter dans le quartier ?
- Est-ce que la culture est un facteur considéré lors de l'achat d'une propriété ou de la location d'un logement ?

ANNEXE E

LISTE D'ACTEURS INTERVIEWÉS

Acteurs interviewés
Directeur de la corporation du Cinéma Beaubien
Directeur du Regroupement art et culture Rosemont-Petite-Patrie. RACRPP
Directeur du Comité de logement de Rosemont
Responsable de la gentrification Comité du logement de Rosemont
Directeur de PME-Montréal Centre-Este
Élu de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie
Agent de développement culturel de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie
Directrice de la Maison de la culture de Rosemont-La Petite-Patrie
Directeur de la Caisse Desjardins de Rosemont-La Petite Patrie
Directeur de la Société de développement Angus-SDA
Commerçants (6)
Résidents (10)

ANNEXE F

DOSSIER CARTOGRAPHIQUE

Dans ce document, nous présentons une annexe cartographique qui expose en détail les données qui nous ont permis d'étudier l'évolution de l'immobilier et du foncier dans la zone d'étude entre les années 1995 et 2016. Les données disponibles ne permettaient pas l'étude du territoire avec une telle précision. Or, l'analyse détaillée, adresse par adresse, s'est avérée nécessaire pour la compréhension de l'évolution de ce territoire et la vérification d'une de nos hypothèses secondaires selon laquelle les initiatives locales de type culturel telles le Cinéma Beaubien favorisent l'augmentation de la valeur du sol et des propriétés résidentielles, mais l'action communautaire favorise l'émergence de mécanismes de protection de la collectivité locale, ce qui permet de contrôler les effets négatifs associés à la gentrification.

Cette facette de la recherche a été longue et ardue. Plusieurs étapes ont été nécessaires pour arriver à l'élaboration des cartes détaillées de la valeur des terrains et des bâtiments sur les principales artères proches du cinéma. Premièrement, il a fallu construire une base des données à partir des fiches de l'évaluation foncière par

adresses civiques établies par la Ville de Montréal, 2700 fiches en total. Il faut remarquer que ces fiches établissent le prix du marché des propriétés. Le calcul de ces prix se fait chaque trois ans. Dans un premier moment nous avons extrait de ces fiches plusieurs informations telles que la variation de la valeur de marché des propriétés entre 1995 et 2016, l'utilisation prédominante des bâtiments, la superficie des propriétés, la valeur du terrain, la valeur du bâtiment et l'année de construction. Pour les années les plus récentes (2009, 2012, 2016) nous avons eu accès à l'information à partir du site web de la Ville. Pour les années plus anciennes, soit 1995 et 2001, la base des données a été montée à partir des microfiches consultées directement dans les archives de la Ville. Ces fiches ont été numérisées et classées.

Deuxièmement, une fois que la base de données a été construite, à l'aide du programme *ArcGIS* et du croisement avec les adresses civiques de la Ville nous avons procédé à la cartographie nécessaire pour saisir les variations de la valeur des propriétés et des terrains dans la période étudiée.

Douze cartes ont été construites, parmi lesquelles dix ont été sélectionnées comme les plus pertinents pour l'étude. Afin de bien montrer la démarche qui a permis la réalisation de cette partie de la recherche et de permettre sa réplique dans d'autres espaces par d'autres chercheurs, nous présenterons la base des données ainsi que les cartes construites à partir de celles-ci. Pour protéger la confidentialité des informations pour chaque bâtiment, les adresses ont été remplacées par un numéro ordinal. Les données sont présentées par rue.

Zone du cinéma. Base des données des valeurs immobilières et foncières-1995-2016

Rue/Avenue		Valeur des propriétés				Variation de prix des propriétés (%)			Valeur du M2 du terrain		Variation (\$)
		1995	2001	2009	2016	1995-2001	2001-2009	2001-2016	2001	2012	2001-2012
1	1re	154300	163600	464100	640500	6	184	292	194	740	547
2	1re		126600	518000	647500		309	411	194	740	547
3	1re	123300	130700	370700	511600	6	184	291	194	740	547
4	1re		128300	448000	560000		249	336	194	740	547
5	1re	117300	124300	352600	486600	6	184	291	194	740	547
6	1re	151833	160900	456500	630000	6	184	292	194	740	547
7	1re				325500					740	
8	1re	183600	194600	397100	548000	6	104	182	194	740	547
9	1re	111200	117900	334600	461700	6	184	292	194	740	547
10	1re	178700	160800	234300	276500	-10	46	72	319	740	421
11	1re	161300	164500	465000	581300	2	183	253	196	740	546
12	1re			444900	556100					740	
13	1re	185400	183500	498400	603100	-1	172	229	194	740	547
14	1re	113500	115800	409300	511600	2	253	342	194	740	547
15	1re	77000	80100	286200	369200	4	257	361	194	740	547
16	1re			188700	228300				224	740	498
17	1re	85900	89300	268500	346400	4	201	288	194	740	547
18	1re	151100	151700	432800	558300	7	168	245	194	740	547
19	1re			469900	606200					740	
20	1re			238000	288000					740	
21	1re	137000	139800	455700	569600	2	226	307	194	740	547
22	1re	168600	172000	486200	607800	2	183	253	194	740	547
23	1re	133100	142400	360600	465200	7	153	227	194	740	547
24	1re	205300	173300	437900	675000	-16	153	289	193	740	547
25	1re	153400	156500	442400	553000	2	183	253	194	740	547
26	1re	143000	150300	455000	587000	5	203	291	194	740	547
27	1re		155100	438500	548100		183	253	194	740	547
28	1re	161600	172900	477800	616400	7	176	257	194	740	546
29	1re	122300	130900	350500	452100	7	168	245	194	740	547

30	lre	117400	119700	390400	488000	2	226	308	194	740	547
31	lre	135000	144400	396800	485500	7	175	236	194	740	547
32	lre	140600	139200	351600	425400	-1	153	206	194	740	547
33	lre	215900	231000	399800	515700	7	73	123	194	740	547
34	lre	169800	173200	564700	705900	2	226	308	192	740	547
35	lre			377000	463400					740	
36	lre	105300	112700	299200	362000	7	165	221	194	741	547
37	lre	150600	156600	489000	630800	4	212	303	194	740	547
38	lre			777800	980000					740	
39	lre	195900	199800	570000	712500	2	185	257		629	
40	lre			591000	738800				194	740	547
41	lre	144400	154500	413500	533400	7	168	245		740	
42	lre	263200	260600	708000	856700	-1	172	229	194	740	547
43	lre	129800	132400	449000	635000	2	239	380	194	740	547
44	lre			369300	476400				194	740	547
45	lre		148100	323800	560000		119	278		740	
46	lre	303500	273100	700400	875500	-10	156	221	194	740	547
47	lre	331200	288100	738700	923400	-13	156	221	445	740	295
48	lre			500400	690600				194	740	547
49	lre	284800	225000	610800	763500	-21	171	239		741	
50	lre	107200	113600	279500	377300	6	146	232	194	740	547
51	lre		180700	593500	741900		228	311	194	740	547
52	lre	164400	174300	416300	574500	6	139	230	194	756	546
53	lre	168100	178200	425600	587300	6	139	230	194	740	547
54	lre		148100	370100	462600		150	212	194	740	547
55	lre	151200	160300	390800	539300	6	144	236	190	740	562
56	lre		175000	175000	661400			278	194	740	547
57	lre			384200	530200					740	
58	lre		78800	435000	543800		452	590		740	
59	lre		181000	452400	565500		150	212	194	740	547
60	lre	160800	170200	406500	561000	6	139	230	194	740	547
61	lre	86000	106000	300700	415000	23	184	292	194	740	547
62	lre	107200	113600	423100	583900	6	272	414	194	742	547
63	lre	128400	127200	322 100	434800	-1	153	242	194	740	547
64	lre	106200	112600	285100	384900	6	153	242	194	740	547

65	lre			305500	412400				194	742	548
66	lre	121000	128300	325000	438800	6	153	242		740	
67	lre	70900	75200	257200	354900	6	242	372	194	740	547
68	lre		134200	400000	540000		198	302	194	742	548
69	lre	143300	151900	431000	594800	6	184	292	194	740	547
70	lre			488200	673700				194	740	547
71	lre	143300	151900	431000	594800	6	184	292		740	
72	lre	143300	151900	431000	594800	6	184	292	194	740	547
73	lre		115200	445000	556300		286	383	196	740	547
74	lre	143300	151900	431000	594800	6	184	292	182	740	558
75	lre		161800	506500	633100		213	291	194	740	547
76	lre	151300	169600	481200	664100	12	184	292	194	740	547
77	lre		128500	514400	643000		300	400	194	740	547
78	lre	143300	151900		370000	6		144	194	740	547
79	lre	227400	197800	553000	713400	-13	180	261	321	740	419
80	lre	143300	151900	431000	594800	6	184	292	193	740	547
81	lre		206700	516700	645900		150	212	194	740	547
82	lre		154200	482800	603500		213	291	193	740	547
83	lre		119400	399500	499400		235	318	194	740	547
84	lre		166200	520400	650500		213	291	194	740	547
85	lre	116500	123500	350300	483400	6	184	291	194	740	547
86	lre	129000	136700	387800	535200	6	184	292	194	740	547
87	lre			503700	695100				194	740	547
88	lre		174700	511000	638800		193	266		740	
89	lre		127100	496500	685200		291	439	194	740	547
90	lre	122500	129800	368200	508100	6	184	291	194	740	547
91	lre	122400	129700	367900	507700	6	184	291	194	740	547
92	lre	145000	153700	367000	506500	6	139	230	194	740	547
93	lre		130800	409600	512000		213	291	194	740	547
94	lre	151300	160400	421200	581300	6	163	262	194	740	547
95	lre			287000	370200				194	740	547
96	2e			287000	370200					740	
97	2e	187400	191100	435600	778600	2	79	128		740	
98	2e			384300	495700				191	741	546
99	2e		149200	399500	515400		168	245		740	

100	2e		161000	431000	556000		168	245	194	740	547
101	2e	161200	172500	461800	595700	7	168	245	194	740	547
102	2e		129900	410000	528900		216	307	194	740	547
103	2e		141700	437400	564200		209	298	194	740	547
104	2e			371500	479200				194	740	547
105	2e		129300	346200	446600	8	168	245		740	
106	2e	125600	128100	417700	522100	2	226	308	194	740	547
107	2e			500500	645600				193	740	546
108	2e		122600	425000	548300		247	347		740	
109	2e		107500	260000	335400		142	212	194	740	547
110	2e			284300	366700				194	740	547
111	2e	177500	175700	477300	577500	-1	172	229		740	
112	2e		171600	459400	592600		168	245	188	741	553
113	2e	205900	227700	618500	748400	11	172	229	194	740	547
114	2e	116700	133700	412800	532500	15	209	298	194	742	548
115	2e	118900	121300	511900	639900	2	322	428	194	740	547
116	2e		155100	371800	479600		140	209	193	740	547
117	2e	188000	191800	625300	781600	2	226	308	194	740	547
118	2e	86900	90400	324000	418000	4	258	362	194	740	547
119	2e		141700	379200	489200	0	168	245	194	740	547
120	2e	137000	139700	394900	493600	2	183	253	194	740	547
121	2e			428600	535800				191	739	548
122	2e		191600	485400	626200	7	153	227		740	
123	2e			472300	571500				194	740	547
124	2e		156600	430000	610000	7	175	290		740	
125	2e			395000	580500		0		192	740	548
126	2e		152400	407900	578800		168	280		740	
127	2e	124933	126600	422700	528400	1	234	317	194	740	547
128	2e	107100	109200	355900	444900	2	226	307	194	740	547
129	2e			474700	612400				194	740	547
130	2e		157500	430000	537500		173	241		740	
131	2e		168900	467000	583800		176	246	187	739	552
132	2e		140800	382300	477900		172	239	194	739	545
133	2e			436000	520000				194	740	547
134	2e	115700	143100	479600	545000	24	235	281		740	

135	2e			404900	506100				193	740	547
136	2e	110200	116800	331200	457100	6	184	291		740	
137	2e		154800	420400	525500		172	239	194	740	547
138	2e	103300	109500	326700	450800	6	198	312	194	740	547
139	2e			433400	541800				194	740	547
140	2e			394600	544500					740	
141	2e	99200	105200	205000	260400	6	95	148		740	
142	2e	109000	115500	366100	505200	6	217	337	387	739	352
143	2e	148500	157400	446500	616200	6	184	291	194	740	547
144	2e		189400	592900	741100		213	291	194	740	547
145	2e		146700	398300	536300		172	266	194	740	547
146	2e	93200	98000	280200	386700	5	186	295	194	740	547
147	2e	132300	140200	397800	549000	6	184	292	194	740	547
148	2e			549100	686400				194	740	547
149	2e	112700	119500	338900	467700	6	184	291		740	
150	2e	120400	127600	362100	499700	6	184	292	194	740	547
151	2e	118500	125600	356400	491800	6	184	292	194	740	547
152	2e	104100	110300	355000	489900	6	222	344	194	740	547
153	2e	110100	116700	331100	456900	6	184	292	194	740	547
154	2e	112600	119400	370000	552000	6	210	362	194	740	547
155	2e	128100	135800	385200	531600	6	184	291	194	740	547
156	2e		124800	450000	562500		261	351	194	740	547
157	2e	127100	134700	382100	527300	6	184	291	194	743	549
158	2e		180200	510000	637500		183	254	194	740	547
159	2e	135800	143900	408200	563300	6	184	291	194	740	546
160	2e			424300	649000				194	740	547
161	2e	86900	92100	226500	305800	6	146	232		740	
162	2e		243900	609600	762000		150	212	194	739	546
163	2e		155800	425000	531300		173	241	194	739	546
164	2e		157700	428200	535300		172	239	193	740	546
165	2e	121800	129100	366100	530200	6	184	311	189	739	550
166	2e	120600	127800	362500	500300	6	184	291	194	740	547
167	2e			448300	618700				194	740	547
168	2e			250000	337500					740	
169	2e	75700	80200	465700	628700	6	481	684		740	

170	2e			420700	560000				194	740	547
171	2e		189600	471200	589000		149	211		740	
172	2e	101400	107500	329600	430000	6	207	300	194	740	547
173	2e			350000	450000				194	740	547
174	2e		174900	474800	593500		171	239		740	
175	2e			245200	331000				194	740	547
176	2e		156700	425400	720000		171	359		740	
177	2e		168000	456100	570100		171	239	194	740	547
178	2e	136000	144200	409200	564700	6	184	292	194	740	547
179	2e		148500	464900	581100		213	291	194	740	547
180	2e			775300	969100				194	740	547
181	3e			368000	585000					740	
182	3e			358500	494700					740	
183	3e	111400	118100	335000	462300	6	184	291		740	
184	3e		141700	425600	587300		200	314	194	740	547
185	3e		120600	310600	388200		158	222	194	740	547
186	3e	132300	140200	334900	462200	6	139	230	194	740	547
187	3e			455100	568900				194	740	547
188	3e			439200	549000					740	
189	3e	115900	122900	348800	519700	6	184	323		740	
190	3e	118600	125700	375300	517900	6	199	312	194	740	547
191	3e		154100	437200	603300		184	291	194	740	547
192	3e			199100	268800				194	740	547
193	3e	110200	116800	331200	457100	6	184	291		740	
194	3e	90400	95800	235700	318200	6	146	232	194	740	547
195	3e		118700	336800	464800		184	292	194	740	547
196	3e	111600	118300	335700	463300	6	184	292	194	740	547
197	3e	111600	118300	335700	463300	6	184	292	194	740	547
198	3e			361500	498900				194	740	547
199	3e	111600	118300	396200	546800	6	235	362		740	
200	3e		148400	421000	581000		184	292	194	740	547
201	3e	125300	132800	376700	519800	6	184	291	194	740	547
202	3e	109800	116400	330100	455500	6	184	291	194	740	547
203	3e			283500	354400				194	740	547
204	3e	111800	119600	445000	574100	7	272	380		741	

205	3e	81400	84700	262700	338900	4	210	300	194	741	546
206	3e			242000	408300				194	741	546
207	3e	74300	77300	232500	299900	4	201	288		741	
208	3e	73500	76400	386100	498100	4	405	552	194	741	546
209	3e	150500	161000	431000	556000	7	168	245	194	741	546
210	3e	123800	126300	357000	446300	2	183	253	194	741	546
211	3e	123700	126200	356600	445800	2	183	253	194	741	546
212	3e			240600	310400				194	741	546
213	3e			285500	345500					741	
214	3e			447100	576800					747	
215	3e	145000	155100	415200	535600	7	168	245		741	
216	3e			458800	591900				194	741	546
217	3e			381200	476500					741	
218	3e	129000	131600	372000	465000	2	183	253		741	
219	3e	129000	131600	372000	465000	2	183	253	194	741	546
220	Bellechasse			355000	443800		25		194	741	546
221	Bellechasse			542400	672600		24			741	
222	Bellechasse	88300	92700	256800	344100	5	34	271		741	
223	Bellechasse			355000	443800		25		215	740	525
224	Bellechasse			813100	1016400		25			741	
225	Bellechasse	262400	254500	560900	701100	-3	25	175		741	
226	Bellechasse	224200	217500	435300	544100	-3	25	150	215	740	525
227	Bellechasse			584600	730900		25		215	740	525
228	Bellechasse	209100	213300	539300	674100	2	25	216		741	
229	Bellechasse				4988400				194	740	547
230	Bellechasse	209100	213300	539300	674100	2	25	153			
231	Bellechasse	140800	143600	468200	585300	2	25	226	194	740	547
232	Bellechasse			754300	950400		26		188	740	552
233	Bellechasse			337500	421900		25			742	
234	Bellechasse			465000	562600		21			740	
235	Bellechasse			364900	456100		25			741	
236	Bellechasse	119200	121600	520000	650000	2	25	435	190	740	550
237	Bellechasse	115300	117600	450500	563100	2	25	379	194	740	547
238	Bellechasse		138900	351800	453800		29	227	194	740	547
239	Bellechasse	162200	165400	428100	535100	2	25	224	194	740	547

240	Bellechasse			395100	493900				194	740	547
241	Bellechasse			178500	210600					737	
242	Bellechasse		267300	523100	633000		21			737	
243	Bellechasse	248800	216500	473300	591600	-13	25	119			
244	Bellechasse	73100	76000	319800	412500	4	29	443	194	740	547
245	Bellechasse	69800	74700	269500	347700	7	29	365	194	740	547
246	Bellechasse	303900	273500	599700	749600	-10	25	119	193	737	544
247	Bellechasse			268200	346000		29		194	740	547
248	Bellechasse			453100	700000		54			740	
249	Bellechasse			283500	354400		25			741	
250	Beaubien			500800	580000					740	
251	Beaubien			315700	394600					623	
252	Beaubien			1355900	1400000					624	
253	Beaubien			355800	444800					623	
254	Beaubien	487500	365600	924100	1210600	-25	153	231		626	
255	Beaubien	340100	306100	978800	1223500	-10	220	300	169	600	431
256	Beaubien	145500	141100	319600	377100	-3	127	167	172	600	428
257	Beaubien	143500	129100	285600	357000	-10	121	177			
258	Beaubien	256900	192700	409400	576300	-25	112	199	150	600	450
259	Beaubien	129200	116300	345000	431600	-10	###	###	172	600	428
260	Beaubien	154800	116100	1344700	1707800	-25	###	###	138	599	461
261	Beaubien	140100	124700	500000	625000	-11	301	401		600	
262	Beaubien	84300	75900	208800	261000	-11	175	244		601	
263	Beaubien	154300	138900	342700	428400	-10	147	208		600	
264	Beaubien	550000	412500	835000	1043800	-25	102	153	172	600	428
265	Beaubien	350000	262500	557700	730600	-25	112	178	338	600	262
266	Beaubien	240900	209600	537400	671800	-13	156	221	194	740	547
267	Beaubien			1827800	2394400				169	600	431
268	Beaubien		319300	1471500	1839400		361	476		600	
269	Beaubien	242600	169800	345700	775000	-30	104	356		601	
270	Beaubien			876400	1050000				161	580	419
271	Beaubien	446900	402200	1506600	1883300	-10	275	368		625	
272	Beaubien	231500	208300	468900	586100	-10	125	181			
273	Beaubien	225300	202800	365200	456500	-10	80	125	165	600	435
274	Beaubien	143000	128700	768000	967700	-10	497	652	172	600	428

275	Beaubien	327300	294600	663300	829100	-10	125	181	172	600	428
276	Beaubien	129800	125900	427600	534500	-3	240	325		547	
277	Beaubien		101900	345000	431300					600	
278	Beaubien			315900	394900					547	
279	Beaubien		101900	399700	487600		292	379	172	600	428
280	Beaubien	160500	144400	500000	625000	-10	246	333	344	600	256
281	Beaubien	162100	145900	287700	359600	-10	97	146	132	600	468
282	Beaubien	320000	300000	618800	761100	-6	106	154	162	580	419
283	Beaubien	160500	144400	398300	497900	-10	176	245	172	600	428
284	Beaubien	212300	191100	545400	681800	-10	185	257		580	
285	Beaubien	234300	130500	386100	482600	-44	196	270		600	
286	Beaubien	159300	143400	297000	371300	-10	107	159	172	600	428
287	Beaubien	140000	126000	258300	322900	-10	105	156	162	601	439
288	Beaubien	147800	133000	299300	374100	-10	125	181	173	601	429
289	Beaubien	443500	395000	1376000	1542000	-11	248	290	172	600	428
290	Beaubien	327300	294600	1565000	1987600	-10	431	507	172	600	428
291	Beaubien	131900	127900	424900	518400	-3	232	305	66	450	384
292	Beaubien	303500	275100	700400	875500	-9	155	218	172	601	428
293	Beaubien	85600	77000	224900	281100	-10	192	265	172	601	429
294	Beaubien	146900	132200	280800	367800	-10	112	178	172	600	428
295	Beaubien	152800	149700	395000	493800	-2	164	230	172	600	428
296	Beaubien	145800	109300	287000	387500	-25	163	255	172	600	428
297	Beaubien	225600	169200	407300	509100	-25	141	201	169	598	428
298	Beaubien	84300	75900	208800	261000	-10	175	244	172	600	427
299	Beaubien	324100	243100	380000	497800	-25	56	105	172	600	427
300	Bordeaux			400200	496200				172	600	428
301	Bordeaux	88800	93200	270700	349200	5	190	275			
302	Bordeaux	191900	186100	542400	672600	-3	191	261	209	740	525
303	Bordeaux	108400	113800	333500	455400	5	193	300	402	740	338
304	Bordeaux			403000	519900				215	740	525
305	Bordeaux	158500	164800	443000	549300	4	169	233		740	
306	Bordeaux	103900	106000	340600	439400	2	221	315	215	740	525
307	Bordeaux	105700	106800	311700	386500	1	192	262	215	740	525
308	Bordeaux	68400	67000	378700	469600	-2	465	601	215	740	525
309	Bordeaux	110000	112200	336700	434300	2	200	287	215	742	525

310	Bordeaux	96900	98800	351000	452800	2	255	358	215	740	525
311	Bordeaux	130000	131300	396300	491400	1	202	274	215	740	525
312	Bordeaux	437500	424400	701500	876900	-3	65	107	212	740	528
313	Bordeaux	83000	84700	326600	421300	2	286	397	215	740	525
314	Bordeaux		253300	496200	615300		96	143	215	740	525
315	Bordeaux	176400	179900	367800	474500	2	104	164	215	740	525
316	Bordeaux			406800	504400				215	740	525
317	Bordeaux		149800	467000	579100		212	287		740	
318	Bordeaux			425700	540920				215	740	525
319	Bordeaux	84900	83200	223200	294600	-2	168	254		740	
320	Bordeaux	137500	136200	397500	492900	-1	192	262	215	740	525
321	Bordeaux	124700	122300	350500	452100	-2	187	270	215	740	525
322	Bordeaux	117600	120000	362400	467500	2	202	290	215	740	525
323	Bordeaux	104700	106800	334500	431500	2	213	304	215	740	525
324	Bordeaux	105700	107800	308900	414000	2	187	284	215	740	525
325	Bordeaux	178700	176900	440300	546000	-1	149	209	215	740	525
326	Bordeaux			275500	363700				215	740	525
327	Bordeaux	133900	136600	391400	504900	2	187	270			
328	Bordeaux			338100	436100				215	740	525
329	Bordeaux	94200	98000	407000	504700	4	315	415			
330	Bordeaux	76100	70000	237000	410000	-8	239	486	215	740	525
331	Bordeaux	123000	127900	373300	462900	4	192	262	215	740	525
332	Bordeaux	121800	126700	452500	561100	4	257	343	215	740	525
333	Bordeaux	157300	152600	336300	420400	-3	120	175	215	740	525
334	Bordeaux	121100	117500	314000	405100	-3	167	245	215	740	525
335	Bordeaux	77000	70800	234100	309000	-8	231	336	215	740	525
336	Bordeaux	89000	91700	225900	273300	3	146	198	215	740	525
337	Bordeaux			222600	293800				216	740	525
338	Bordeaux		135900	396700	491900		192	262		740	
339	Bordeaux	119800	124600	363800	451100	4	192	262	215	740	525
340	Bordeaux	140000	145600	424900	526900	4	192	262	215	740	525
341	Bordeaux	115300	119900	376000	466200	4	192	289	215	740	525
342	Bordeaux			393400	507500				215	740	525
343	Bordeaux	110600	116100	354900	503600	5	214	334		740	
344	Bordeaux	110000	116500	340000	421600	6	206	262	215	740	525

345	Bordeaux	106300	110600	322700	400100	4	192	262	215	740	525	
346	Bordeaux	124400	129400	377700	468300	4	192	262	215	740	525	
347	Bordeaux	101600	105700	356000	442000	4	192	318	215	740	525	
348	Bordeaux	110700	115100	335800	416400	4	237	262	215	740	525	
349	Bordeaux	74200	68300	200800	265100	-8	192	288	215	740	525	
350	Bordeaux	115000	120700	354900	457800	5	194	279	215	740	525	
351	Bordeaux	110100	115600	331000	427000	5	194	269	215	740	525	
352	Bordeaux	135000	140400	409700	508000	4	186	262	215	740	525	
353	Bordeaux	161200	167600	522400	522400	4	192	212	215	740	525	
354	Bordeaux	103700	108900	337500	435400	5	212	300	215	740	525	
355	Bordeaux	103500	108500	335200	432400	5	210	299	215	740	525	
356	Bordeaux			393400	507500				215	740	525	
357	Écores	160600	171800	430300	555100	7	150	223				
358	Écores	113900	121900	326300	480000	7	150	294	184	730	546	
359	Écores			374400	483000				193	730	537	
360	Écores			328500	480000					730		
361	Écores	118700	127000	382700	493700	7	201	289		730		
362	Écores	120400	128800	394000	508300	7	201	295	193	730	537	
363	Écores			394000	508300				193	730	537	
364	Écores			422500	545000					740		
365	Écores	151100	161700	432800	558300	7	168	245		740		
366	Écores		124900	403000	520000			223	316	190	740	549
367	Écores			435000	543800					194	740	547
368	Écores			399000	540000						740	
369	Écores	136500	139200	393500	491900	2	183	253		740		
370	Écores	147500	150400	425200	535000	2	183	256	194	740	547	
371	Écores	136600	139300	393800	492300	2	183	253	190	740	550	
372	Écores	144400	147300	416400	520500	2	183	253	194	740	547	
373	Écores			340800	412400				194	740	547	
374	Écores	147500		416400	530500					740		
375	Écores	135100	133700	337800	408700	-1	153	206		740		
376	Écores			476300	595400				194	740	547	
377	Écores			397100	480500					740		
378	Écores	90700	94300	283500	365700	4	201			740		
379	Écores	169300	172700	488200	610300	2	183	253	194	740	546	

380	Écores	94200	98000	326700	421400	4	233	330	194	740	547
381	Écores	171300	174700	428800	536000	2	145	207	194	740	547
382	Écores	162000	173300	382900	493900	7	121	185	194	740	547
383	Écores	137300	140000	456500	570600	2	226	308	194	740	547
384	Écores	219200	234500	515600	625000	7	120	167	194	740	547
385	Écores	141000	143800	468900	586100	2	226	308	194	740	547
386	Écores			531400	685500				194	740	547
387	Écores	134100	136800	445900	557400	2	226	307		740	
388	Écores	241400	258300	531400	685500	7		165	194	740	547
389	Écores			420000	541800				194	740	547
390	Écores	106300	113700	304300	392500	7	168	245		740	
391	Écores	163300	166600	543000	630000	2	226	278	194	740	547
392	Écores	145900	156100	284000	343600	7	82	120	194	740	547
393	Écores	147200	157500	421600	543900	7	168	245	323	740	418
394	Écores	142900	152900	409200	527900	7	168	245	194	740	547
395	Écores	122000	130500	370500	477900	7	184	266	194	740	547
396	Écores	176600	189000	417000	537900	7	121	185	194	740	547
397	Écores	136800	139500	454900	568600	2	226	308	194	740	547
398	Écores			421600	543900				194	740	547
399	Écores	117000	132600	432300	540400	13	226	308		740	
400	Écores	140800	150700	422900	545500	7	181	262	194	740	547
401	Écores	145700	155900	417300	538300	7	168	245	194	740	547
402	Écores	142400	152400	407900	526200	7	168	245	193	740	546
403	Écores	172200	184300	438000	565000	7	138	207	194	740	547
404	Écores	140800	150700	403400	520400	7	168	245	194	740	547
405	Écores	145200	155400	450000	580500	7	190	274	194	740	547
406	Écores	141300	151200	442000	570200	7	192	277	194	740	547
407	Écores			478900	598600				194	740	547
408	Écores	173900	177400	578300	722900	2	226	307		740	
409	Écores	135800	145300	389000	501800	7	168	245	189	740	551
410	Écores	154000	164800	468000	603700	7	184	266	194	740	547
411	Écores	141900	151800	406400	524300	7	168	245	194	740	547
412	Écores	181300	194000	519400	670000	7	168	245	194	740	547
413	Écores			933600	1264500				185	740	555
414	Écores	161800	171500	486500	671400	6	184	291		740	

415	Écores	120700	127900	369700	510200	6	189	299	195	740	545
416	Écores		170000	482300	680000		184	300	194	740	547
417	Écores	134000	142000	402800	555900	6	184	291	194	740	547
418	Écores		160000	515000	695300		222	335	194	740	547
419	Écores		136100	426000	532500		213	291	194	740	547
420	Écores		125500	351100	484500		180	286	194	740	547
421	Écores	156700	166100	471200	650300	6	184	292	193	740	546
422	Écores			364500	503000				194	740	547
423	Écores	123000	130400	369900	510500	6	184	291		870	
424	Écores	117100	124100	351900	500000	6	184	303	194	740	547
425	Écores	161000	170700	484300	668300	6	184	292	194	740	547
426	Écores	119900	127100	360600	579600	6	184	356	194	740	547
427	Écores		147200	561400	701800		281	377	194	740	547
428	Écores			366100	505200				194	740	547
429	Écores		145700	431200	595000		196	308		740	
430	Écores			505500	631900				194	740	547
431	Écores		139500	436900	590000		213	323		740	
432	Écores		229800	623800	779800		171	239	194	740	547
433	Écores	106600	113000	382000	527200	6	238	367	194	740	547
434	Écores	129200	137000	424400	585700	6	210	415	194	740	547
435	Écores			577500	721900				188	740	553
436	Écores	140000	148400	375700	507200	6	153	242		740	
437	Écores	109500	116100	329300	450440	6	184	288	194	740	547
438	Écores	100000	97000	184900	268100	-3	91	176	194	740	547
439	Écores	99200	105200	382000	527200	6	263	401	300	741	441
440	Écores		164300	446000	557500		171	239	194	740	547
441	Écores		152300	380900	476100		150	213	194	740	547
442	Écores			411600	514500				194	740	547
443	Écores	164400	174300	549800	758700	6	215	335		740	
444	Écores			358100	494200				194	740	547
445	Écores	129700	137500	390000	538200	6	184	291		740	
446	Écores		183300	458300	850000		150	364	194	740	547
447	Écores	122100	129400	326100	506600	6	152	291	194	740	547
448	Écores	115000	121900	380000	524400	6	212	330	194	740	547
449	Écores	173000	195500	554500	765200	13	184	291	194	740	547

450	Écores		127200	398100	497600		213	291	194	740	547
451	Écores	155000	164300	466200	629400	6	184	283	194	740	547
452	Écores	140700	149100	423000	583700	6	184	291	194	740	547
453	Écores	140700	180200	511400	705700	28	184	292	194	740	547
454	Écores		126000	560000	700000		344	456	187	740	553
455	Écores		149100	474400	654700		218	339	257	739	483
456	Écores		159100	379900	524300		139	230	194	740	547
457	Écores		152000	412700	515900		172	239	194	740	547
458	Écores	66000	64000	161200	280000	-3	152	338	194	740	547
459	Écores	142300	150800	427700	590200	6	184	291	193	740	546
460	Écores		101600	145000	187100		43	84	194	740	547
461	Écores	150000	159000	451100	622500	6	184	292	194	740	547
462	Écores	152100	136900	469800	587300	-10	243	329	194	740	547
463	Écores		165400	517800	647300		213	291	194	740	547
464	Écores	146300	155100	370300	511000	6	139	229	194	740	547
465	Écores		176000	439900	549900		150	212	194	740	547
466	Écores			163000	207000				194	740	547
467	Écores			494200	617800					739	
468	Érables			402800	559000					740	
469	Érables	99600	98600	321800	444100	-1	226	350		740	
470	Érables	123200	160000	469000	586300	30	193	266	215	740	525
471	Érables	132500	131200	339500	468500	-1	159	257	215	740	525
472	Érables		145200	454600	586300		213	304	215	740	525
473	Érables	98800	97800	436000	601700	-1	346	515	215	740	525
474	Érables			333200	459800				215	740	525
475	Érables		125900	445000	556300		253	342		740	
476	Érables			482800	603500				193	740	546
477	Érables			435000	543800					740	
478	Érables	99000	98000	359500	485400	-1	267	395		740	
479	Érables		230400	576000	675800		150	193	215	740	525
480	Érables		148300	468600	585800		216	295	191	740	549
481	Érables			472100	590100				194	740	547
482	Érables		142700	453900	567400		218	298		740	
483	Érables		165600	462600	578300		179	249	194	740	547
484	Érables			374300	505300				215	740	525

485	Érables		165600	462600	578300		179	249		740	
486	Érables		118000	470000	587500		298	398	215	740	525
487	Érables	131100	129800	375900	518700	-1	190	300	193	740	546
488	Érables		136400	526200	600000		286	340	215	740	525
489	Érables			383600	529400				193	740	546
490	Érables		125300	470000	587500		275	369		740	
491	Érables		166500	452300	565400		172	240	193	740	546
492	Érables		149100	466900	583600		213	291	215	740	525
493	Érables		186900	507700	634600		172	240	193	740	546
494	Érables		160000	430000	537500		169	236	215	740	525
495	Érables		160600	502900	628600		213	291	215	740	525
496	Érables	170400	180200	430400	594000	6	139	230	193	740	546
497	Érables			333900	394000				193	740	546
498	Érables	140600		607500	759400					740	
499	Érables		149000	355800	491000		139	230		740	
500	Érables			389100	537000				193	740	546
501	Érables			487200	609000					740	
502	Érables		163300	511400	639300		213	291		740	
503	Érables	120100	118900	420500	580300	-1	254	388	193	740	546
504	Érables			275800	500000			0	215	740	525
505	Érables		150300	470500	588100		213	291		740	
506	Érables		157100	491900	614900		213	291	193	740	546
507	Érables			1386100	1742700				193	740	546
508	Elsdale	152500	161600	478000	659600	6	196	308		740	
509	Érables			427400	534300				193	739	546
510	Érables			404100	521300					732	
511	Érables			224700	289900					739	
512	Érables			224700	289900					732	
513	Érables			233500	282500					732	
514	Érables			374800	516000					734	
515	Érables			388100	485100					739	
516	Érables	149400	147900	373800	452300	-1	153	206		739	
517	Érables			461200	576500				193	739	546
518	Érables			392700	490900					732	
519	Érables			369100	461400					732	

520	Érables	209000	217400	614900	793200	4	280	265		739	
521	Érables	124700	127200			2			193	739	546
522	Érables			332400	428800				193	739	546
523	Érables			496400	673400					739	
524	Érables	138100	147800	395700	510500	7	168	245		739	
525	Érables			442900	571300				193	739	546
526	Érables			486200	607800					739	
527	Érables			410500	513100					739	
528	Érables			372700	451000					739	
529	Érables			583600	729500					739	
530	Érables	145700	155900	394800	509300	7	153	227		739	
531	Érables			530300	662900					739	
532	Érables			270500	300300					739	
533	Érables			287700	359600					739	
534	Érables			354900	489800					739	
535	Érables			316500	383000					740	
536	Érables	126400	135200	361900	466900	7	168	245		739	
537	Érables	140000	149800	400900	517200	7	168	245	193	740	547
538	Érables			562900	703600				193	740	547
539	Érables	173100	171400	433100	524100	-1	153	206		740	
540	Érables			428400	535500				193	740	547
541	Érables			404800	522200					740	
542	Érables			345400	445600					740	
543	Érables			267700	345300					740	
544	Érables			390100	503200					740	
545	Érables			346000	422100					740	
546	Érables	111500	113700	370700	463400	2	226	308		740	
547	Elsdale	166100	176100	499600	689400	6	184	291	193	740	547
548	Elsdale		196700		430000			119	194	741	547
549	Elsdale	155000	164300	416000	561600	6	153	242	647	741	94
550	Elsdale	118600	125700	468200	646100	6	272	414	194	739	545
551	Elsdale	123100	130500	390000	495300	6	199	280	193	738	569
552	Elsdale		250400	732500	915600		193	266	319	741	422
553	Elsdale		142400	539800	674800		279	374	194	741	547
554	D'Iberville			206500	249900				193	739	546

555	D'Iberville	251600	249100	465000	562600	-1	87	126		733	
556	D'Iberville	75200	78200	235000	303200	4	201	288	194	741	547
557	D'Iberville	120500	128900	345000	445100	7	168	245	194	741	547
558	D'Iberville	158900	170000	455100	587100	7	168	245	194	741	547
559	D'Iberville			235400	303700			0	194	741	547
560	D'Iberville	79200	82400	247600	319400	4	200	288		741	
561	D'Iberville	88800	87000	200800	247000	-2	131	184	194	741	547
562	D'Iberville			401000	501300				194	742	547
563	D'Iberville	88800	87000	200800	247000	-2	131	184		741	
564	D'Iberville	201300	160000	290000	450000	-21	81	181	187	742	555
565	D'Iberville	201300	160000	517900	668100	-21	224	318	407	741	334
566	D'Iberville			294200	356000				490	738	249
567	D'Iberville	157900	169000	372000	479900	7	120	184		740	
568	D'Iberville			294200	356000				194	741	547
569	D'Iberville	88800	87000	366400	472700	-2	321	443		740	
570	D'Iberville	185700	189400	535400	600000	2	183	217	91	741	650
571	D'Iberville	166900	170200	414200	517800	2	143	204	194	741	547
572	D'Iberville			409100	511400				194	741	547
573	D'Iberville	130000	132600	374900	468600	2	183	253		741	
574	D'Iberville	129500	132100	430600	538300	2	226	307	194	741	547
575	D'Iberville	75000	78000	245000	316100	4	214	305	194	741	547
576	D'Iberville		171200	494500	618100		189	261	194	741	547
577	D'Iberville			688600	890000				194	741	547
578	D'Iberville	148200	146700	370700	700000	-1	153	377		739	
579	D'Iberville	133500	136200	344200	465000	2	153	241	194	741	547
580	D'Iberville			358700	465000				194	741	547
581	D'Iberville	122000	150500	357300	460900	23	137	206		741	
582	D'Iberville	153500	152000	384000	511100	-1	153	236	194	741	547
583	D'Iberville	116100	124200	332400	450000	7	168	262	194	741	547
584	D'Iberville		124200	332400	450000		168	262	194	741	547
585	D'Iberville	188800	164300	372500	465600	-13	127	183	194	741	547
586	D'Iberville	126400	128900	420300	525400	2	226	308	194	739	546
587	D'Iberville	117800	126000	248400	495000	7	97	293	194	741	547
588	D'Iberville			220000	266200				194	741	547
589	D'Iberville			351500	495000					737	

590	D'Iberville	131000	140200	375300	848100	7	168	505		741	
591	D'Iberville	134200	143600	395300	510000	7	175	255	194	741	547
592	D'Iberville		129300	346200	446600		168	245	194	741	547
593	D'Iberville	140200	150000	401600	518100	7	168	245	194	741	547
594	D'Iberville	112100	119900	363200	468500	7	203	291	194	741	547
595	D'Iberville	116500	124700	355700	495000	7	185	297	194	741	547
596	D'Iberville	140000	149800	415000	535400	7	177	257	194	741	547
597	D'Iberville	134100	136800	386600	493000	2	183	260	194	741	547
598	D'Iberville	108600	116200	346300	446700	7	198	284	191	739	548
599	D'Iberville			365400	485000				194	741	547
600	D'Iberville			409000	511300					741	
601	D'Iberville	114100	122100	377800	487400	7	209	299		741	
602	D'Iberville	143100	146000	475900	594900	2	226	307	194	741	547
603	D'Iberville	241300	238900	649000	785300	-1	172	229	194	741	547
604	D'Iberville		116600	274100	342600		135	194	194	741	547
605	D'Iberville	165500	168800	408000	510000	2	142	202	194	741	547
606	D'Iberville	181200	184800	394600	493300	2	114	167	194	741	547
607	D'Iberville	132000	141200	377900	510000	7	168	261	194	741	547
608	D'Iberville	134700	144100	416000	536600	7	189	272	194	741	547
609	D'Iberville			366000	472100				194	741	547
610	D'Iberville	133200	142500	519400	670000	7	264	370		741	
611	D'Iberville	115000	123000	379800	489900	7	209	298	194	741	547
612	D'Iberville	101500	103500	377400	471800	2	265	356	194	741	547
613	D'Iberville	178100	142800	403700	504600	-20	183	253	194	741	547
614	D'Iberville	119000	142800	465600	582000	20	226	308	194	741	547
615	D'Iberville			950000	1158900				194	741	547
616	D'Iberville	104800	102700	279300	365900	-2	172	256		602	
617	D'Iberville		104500	327200	409000		213	291	164	601	437
618	D'Iberville	168000	178100	425300	586900	6	139	230	192	736	544
619	D'Iberville			182900	235900				194	741	547
620	D'Iberville			435000	543800					735	
621	D'Iberville		144300	360700	450900		150	212		742	
622	D'Iberville		145000	433000	541300		199	273	194	741	547
623	D'Iberville			518200	647800				192	741	549
624	D'Iberville		162100	507500	634400		213	291		741	

625	D'Iberville		165300	517500	646900		213	291	194	741	547
626	D'Iberville		162100	507500	634400		213	291	194	741	547
627	D'Iberville			500800	626000				194	741	547
628	D'Iberville			570000	712500					741	
629	D'Iberville		149800	450000	562500		200	276	194	741	547
630	D'Iberville	263200	198000	494900	725000	-25	150	266	194	741	547
631	D'Iberville		160400	528000	660000		229	311	194	741	547
632	D'Iberville	110700	117300	280100	386500	6	139	229	194	741	547
633	D'Iberville		180500	490000	612500		171	239	194	740	546
634	De Lorimier	142900	100000	165000	206000	-30	65	106	193	740	547
635	De Lorimier	328000	310000	813100	1016400	-5	162	228	216	740	525
636	De Lorimier		150400	395000	529300		163	252	215	740	525
637	De Lorimier		156700	397100	532100		153	240	215	740	525
638	De Lorimier	128000	133100	371100	460200	4	179	246	215	740	525
639	De Lorimier		150600	457400	612900		204	307	215	740	525
640	De Lorimier			357000	446300				215	740	525
641	De Lorimier	157200	152500	370800	478300	-3	143	214		740	
642	De Lorimier	121900	126800	353500	438300	4	179	246	215	740	525
643	De Lorimier		160300	486900	610000		204	281	215	740	525
644	De Lorimier		112300	341100	457100		204	307	215	740	525
645	De Lorimier	174500	169300	357000	446300	-3	111	164	215	740	525
646	De Lorimier		150300	456500	611700		204	307			
647	De Lorimier		139500	423700	567800		204	307	215	740	525
648	De Lorimier	66000	64700	202400	261100	-2	213	304	215	740	525
649	De Lorimier	140900	146500	408400	506400	4	179	246	215	740	525
650	De Lorimier	136600	142100	436200	540900	4	207	281	215	740	525
651	De Lorimier	130400	135600	378000	468700	4	179	246	215	740	525
652	De Lorimier	140500	146100	407400	505200	4	179	246	215	740	525
654	De Lorimier	125300	130300	406400	503900	4	212	287	215	740	525
655	De Lorimier	140600	146200	407600	505400	4	179	246	215	740	525
656	De Lorimier	129800	135000	411800	510600	4	205	278	215	740	525
657	De Lorimier	136700	142200	375000	465000	4	164	227	215	740	525
658	De Lorimier		111900	340000	410000		204	266	215	740	525
659	De Lorimier	149300	144800	352000	454100	-3	143	214	213	735	522
660	De Lorimier	150400	156400	390000	483600	4	149	209	215	740	525

661	De Lorimier	128600	133700	401000	497200	4	200	272	215	740	525
662	De Lorimier	161100	167500	462100	619200	4	176	270	215	740	525
663	De Lorimier	132200	137500	383300	475300	4	179	246	215	740	525
664	De Lorimier	130300	135500	401000	497200	4	196	267	215	740	525
665	De Lorimier	151500	157900	440100	545700	4	179	246	215	740	525
666	De Lorimier		160900	400100	470000		149	192	215	740	525
667	De Lorimier		114000	346300	464000		204	307	215	740	525
668	De Lorimier	91500	89700	306900	395900	-2	242	341	215	740	525
669	De Lorimier		124200	377300	505600		204	307	215	740	525
670	De Lorimier		158700	482100	646000		204	307	215	740	525
671	De Lorimier		122200	371300	497500		204	307	215	740	525
672	De Lorimier			463800	575100				215	740	525
673	Louis-Hébert			1144300	1464700					740	
674	Louis-Hébert	179100	182700	595600	744500	2	226	307		1102	
675	Louis-Hébert			489100	660000				194	739	546
676	Louis-Hébert	112400	114600	484200	605300	2	323	428		740	
677	Louis-Hébert	146800	157100	420700	542700	7	168	245	194	740	547
678	Louis-Hébert			469800	606000				194	740	547
679	Louis-Hébert	179000	191500	458800	591900	7	140	209		740	
680	Louis-Hébert	174100	186300	498700	643300	7	168	245	194	740	547
681	Louis-Hébert	168700	180500	520000	670800	7	188	272	194	740	547
682	Louis-Hébert			500000	645000				194	740	547
683	Louis-Hébert	169400	181300	494600	638000	7	173	252		740	
684	Louis-Hébert	171000	183000	520000	670800	7	184	267	194	740	547
685	Louis-Hébert	140000	149000	465800	582300	2	226	307	194	740	547
686	Louis-Hébert	112400	114600	538800	673500	2	370	488	194	740	547
687	Louis-Hébert	132700	135400	471900	589900	2	249	336	194	740	547
688	Louis-Hébert			613500	655000				194	740	547
689	Louis-Hébert			536300	670400					740	
690	Louis-Hébert	120300	122700	561400	950000	2	358	674		740	
691	Louis-Hébert	223100	220900	588800	712400	-1	167	222	194	740	547
692	Louis-Hébert	222500	220300	556700	673600	-1	153	206	191	740	549
693	Louis-Hébert	141200	144000	469500	617000	2	226	328	194	740	546
694	Louis-Hébert			510000	617100				195	740	545
695	Louis-Hébert	143000	153000	387600	500000	7	153	227		740	

696	Louis-Hébert			394800	509300				194	740	547
697	Louis-Hébert	159400	157800	542900	678600	-1	244	330		740	
698	Louis-Hébert			545200	659700				194	740	547
699	Louis-Hébert	136200	145700	444100	573000	7	205	293		740	
700	Louis-Hébert	152000	162600	435200	561400	7	168	245	191	740	549
701	Louis-Hébert	124400	129400	440700	568500	4	241	339	194	740	547
702	Louis-Hébert			384200	495600				194	740	547
703	Louis-Hébert	133400	142700	449000	579200	7	215	306		740	
704	Louis-Hébert	116200	124300	332700	429200	7	168	245	192	734	542
705	Louis-Hébert	180400	184000	460000	575000	2	150	213	194	740	547
706	Louis-Hébert	128600	137600	368400	475200	7	168	245	194	740	547
707	Louis-Hébert	130700	139800	374300	482800	7	168	245	194	740	547
708	Louis-Hébert			428400	552600				194	740	547
709	Louis-Hébert			448900	579100					740	
710	Louis-Hébert	143300	153300	426400	550100	7	178	259		740	
711	Louis-Hébert	182300	195100	400100	580600	7	105	198	189	740	551
712	Louis-Hébert	151100	161700	432800	558300	7	168	245	194	740	547
713	Louis-Hébert			160900	207600				188	740	551
714	Louis-Hébert		160000	500900	626100		213	291		740	
715	Louis-Hébert			343800	443500				194	740	547
716	Louis-Hébert	282800	246000	650700	813000	-13	165	230		740	
717	Louis-Hébert	68400	66300	365000	439900	-3	451	563	194	740	547
718	Louis-Hébert			643100	803900				186	740	554
719	Louis-Hébert	138800	147100	417300	575900	6	184	292		740	
720	Louis-Hébert			442600	640800				194	740	547
721	Louis-Hébert			550000	687500					740	
722	Louis-Hébert	174500	185000	524900	724400	6	184	292		740	
723	Louis-Hébert		167900	575000	718800		242	328	194	740	547
724	Louis-Hébert	123600	131000	371700	512900	6	184	292	194	740	547
725	Louis-Hébert	129600	137400	431800	595900	6	214	334	192	740	548
726	Louis-Hébert	120900	127700	376000	518900	6	194	306	191	740	549
727	Louis-Hébert	110600	117200	420200	579900	6	259	395	194	740	547
728	Louis-Hébert			294300	406100				194	740	547
729	Louis-Hébert			224500	289600					740	
730	Louis-Hémon	108400	116000	363900	469400	7	214	305		740	

731	Louis-Hémon			448900	561100				194	740	547
732	Louis-Hémon	107500	115000	357500	461200	7	211	301	193	740	
733	Louis-Hémon	114700	122700	378000	540000	7	208	340	194	740	547
734	Louis-Hémon		141200	507200	634000		259	349	194	740	547
735	Louis-Hémon	115300	117600	383400	655000	2	226	457	194	740	547
736	Louis-Hémon	140300	143100	404500	505600	2	183	253	193	740	
737	Louis-Hémon	138300	148000	396100	511000	7	168	245	194	740	547
738	Louis-Hémon	145500	148400	419500	524400	2	183	253	194	740	547
739	Louis-Hémon	170100	173500	490400	613000	2	183	253	194	740	547
740	Louis-Hémon	157400	160500	453600	567000	2	183	253	194	740	547
741	Louis-Hémon			345500	445700				194	740	547
742	Louis-Hémon	169100	172500	487600	609500	2	183	253		740	
743	Louis-Hémon	122400	131000	350600	475000	7	168	263	194	740	547
744	Louis-Hémon	144900	147800	417800	522300	2	183	253	194	740	547
745	Louis-Hémon	137500	147100	471900	611700	7	221	316	194	740	547
746	Louis-Hémon	110000	117700	315100	451500	7	168	284	190	728	538
747	Louis-Hémon	130800	133400	435000	635000	2	226	376	194	740	547
748	Louis-Hémon		130400	349200	450500		168	245	194	740	547
749	Louis-Hémon	118500	120900	460600	575800	2	281	376	194	740	547
750	Louis-Hémon	121500	130000	403600	520600	7	210	300	194	740	547
751	Louis-Hémon	126400	135200	361900	466900	7	168	245	194	740	547
752	Louis-Hémon	117200	125400	335700	433100	7	168	245	194	740	547
753	Louis-Hémon	114300	122300	335500	451500	7	174	269	194	740	547
754	Louis-Hémon	106300	113700	337400	435200	7	197	283	194	740	547
755	Louis-Hémon	126800	135700	363400	468800	7	168	245	194	740	547
756	Louis-Hémon			403000	519900				194	740	547
757	Louis-Hémon		109200	337100	434900		209	298		740	
758	Louis-Hémon	125600	134400	398900	515000	7	197	283	194	740	547
759	Louis-Hémon	113367	121700	325800	420300	7	168	245	194	740	547
760	Louis-Hémon			373900	482300				194	740	547
761	Louis-Hémon	136300	173400	585400	731800	27	238	322		740	
762	Louis-Hémon	124000	132700	355300	458300	7	168	245	196	740	544
763	Louis-Hémon	122600	131200	303600	483000	7	131	268	194	740	547
764	Louis-Hémon			417800	539000				195	740	545
765	Louis-Hémon	70000	68600	165100	199800	-2	141	191		740	

766	Louis-Hémon	134400	143800	426800	605700	7	197	321	194	805	612
767	Louis-Hémon	177300	189700	498200	642700	7	163	239	194	740	547
768	Louis-Hémon	117500	122200	367500	474100	4	201	288	194	740	547
769	Louis-Hémon			440000	600000				194	740	547
770	Louis-Hémon			370000	487500						
771	Louis-Hémon	81100	84300	426700	550400	4	406	553		740	
772	Louis-Hémon			365000	470900				194	740	547
773	Louis-Hémon	134800	144400	386600	498700	7	168	245		740	
774	Louis-Hémon	159600	170800	457100	723000	7	168	323	194	740	547
775	Louis-Hémon			382900	493900				194	740	547
776	Louis-Hémon	130100	139200	400000	516000	7	187	271		740	
777	Louis-Hémon	470900	423800	835000	1043800	-10	97	146	194	740	547
778	Louis-Hémon			663300	829100				172	600	428
779	Louis-Hémon	159600	170800	560100	723000	7	228	323		626	
780	Louis-Hémon	138800	147100	238000	302300	6	62	106	187	740	553
781	Louis-Hémon	153500	162700	461600	637000	6	184	292	484	740	256
782	Louis-Hémon			417300	575900				194	740	547
783	Louis-Hémon	157000	166400	521000	790900	6	213	375		740	
784	Louis-Hémon		193000	604200	755300		213	291	194	740	547
785	Louis-Hémon	171100	181400	433100	597700	6	139	229	194	740	547
786	Louis-Hémon			622800	778500				194	740	547
787	Louis-Hémon	189700	180200	397800	549000	-5	121	205		740	
788	Louis-Hémon		164600	515400	680000		213	313	194	740	547
789	Louis-Hémon	185200	196300	397800	549000	6	103	180	194	740	547
790	Louis-Hémon		149000	515000	675000		246	353	194	740	546
791	Louis-Hémon		114300	452000	565000		295	394	194	740	547
792	Louis-Hémon		141600	443300	554100		213	291	202	740	538
793	Louis-Hémon	156200	165600	469800	648300	6	184	291	194	708	515
794	Louis-Hémon		173800	544100	680100		213	291	194	740	547
795	Louis-Hémon	160000	169600	481200	649600	6	184	283	194	740	547
796	Louis-Hémon	128500	136200	400300	552400	6	194	306	194	740	547
797	Louis-Hémon		153400	480200	600300		213	291	194	740	547
798	Louis-Hémon		161300	505100	631400		213	291	197	740	543
799	Louis-Hémon	138100	174900	496200	684800	27	184	292	194	740	547
800	Louis-Hémon			387000	534100				194	740	547

801	Louis-Hémon	104700	86900	232900	340000	-17	168	291		740	
802	Louis-Hémon	111300	118000	334700	461900	6	184	291	194	740	547
803	Louis-Hémon		156700	480000	600000		206	283	194	740	547
804	Louis-Hémon	129400	137200	389300	537200	6	184	292	194	740	547
805	Louis-Hémon	235000	249100	469100	657400	6	88	164	194	740	547
806	Louis-Hémon		135600	495000	618800				194	740	546
807	Louis-Hémon	102000	159000	465700	642700	56	193	304	194	740	547
808	Louis-Hémon		133500	431900	539900				194	740	547
809	Louis-Hémon	103500	109700	360100	496900	6	228	353	194	740	547
810	Louis-Hémon	129700	137500	390000	538200	6	184	291	194	740	547
811	Louis-Hémon	148700	157600	383800	529600	6	144	236	194	740	547
812	Louis-Hémon		177100	554600	693300		213	291	194	740	547
813	Louis-Hémon	85700	90800	223400	301600	6	146	232		737	
814	Louis-Hémon		217800	682000	852500				194	740	547
815	Louis-Hémon		159500	433100	541400		172	239	194	740	546
816	Louis-Hémon		147200	460700	575900				194	740	547
817	Louis-Hémon			377900	472400				194	740	547
818	Louis-Hémon		181400	453400	566800					740	
819	Louis-Hémon		129400	450000	562500		248	335	193	740	547
820	Louis-Hémon		113100	421100	526400		272	365	194	740	547
821	Louis-Hémon	89000	94300	296000	408500	6	214	333	194	740	547
822	Louis-Hémon	118600	125700	356500	492000	6	184	291	193	740	547
823	Louis-Hémon	153700	162900	400000	552000	6	146	239	194	740	547
824	Louis-Hémon			349900	458000				194	740	547
825	Louis-Hémon			630000	787500					740	
826	Louis-Hémon	82300	87200	214400	289400	6	146	232		697	
827	Louis-Hémon		144800	453500	566900				194	740	547
828	Louis-Hémon		190400	517000	646300		172	239	194	740	547
829	Louis-Hémon		145600	432900	597400				194	740	547
830	Louis-Hémon			383200	528800				194	740	547
831	Louis-Hémon	102700	108900	309000	426400	6	184	315		740	
832	Louis-Hémon			430000	580500				194	740	547
833	Louis-Hémon	55100	58400	147900	199700					740	
834	Louis-Hémon			401400	501800				194	740	546
835	Louis-Hémon		146600							740	

836	De Lorimier	100600	101600	319700	428400	1	215	322			
837	De Lorimier			455400	564700				215	740	525
838	De Lorimier	150400	145900	385100	496800	-3	164	241		740	
839	De Lorimier		153600	428300	531100		179	246	215	740	525
840	De Lorimier	96500	97500	340600	456400	1	249	368	215	740	525
841	De Lorimier		153200	427000	529500		179	246	216	741	524
842	De Lorimier	58500	57900	238400	288500	-1	312	398	215	740	525
843	De Lorimier	147500	149000	452600	606500	1	204	307	185	740	556
844	De Lorimier				2539500				215	740	525
845	De Lorimier	184800	179300	457900	590700	-3	155	229			
846	De Lorimier	137400	142900	424800	526800	4	197	269	215	740	525
847	De Lorimier	140300	166400	326900	421700	19	96	153	215	740	525
848	De Lorimier			492000	810600				215	740	525
849	De Lorimier			487100	628400					740	
850	De Lorimier		121300	368700	494100		204	307		740	
851	De Lorimier			437800	564800				215	740	525
852	De Lorimier	121100	125900	363000	450100	4	188	258		737	
853	De Lorimier			437700	564600				215	740	525
854	De Lorimier	263900	256000	622500	803000	-3	143	214		740	
855	De Lorimier			401700	498100				215	740	525
856	De Lorimier	151900	147300	358100	461900	-3	143	214		740	
857	De Lorimier	145000	150800	429000	532000	4	184	253	215	740	525
858	De Lorimier	140200	145800	415800	567200	4	185	289	215	740	525
859	De Lorimier				137000				215	740	525
860	De Lorimier	517700	555000	1355900	1400000	7	144	152			
861	De Lorimier	161300	162900	494800	600000	1	204	268	161	580	419
862	De Lorimier	303600	294500	524600	655800	-3	78	123	215	740	525
863	De Lorimier			475100	636600				215	740	525
864	De Lorimier			515700	639500					740	
865	De Lorimier	122800	124000	376700	504800	1	204	307		740	
866	De Lorimier		137200	382500	474300		179	246	215	740	525
867	De Lorimier			352600	440800				215	742	533
868	De Lorimier	104200	105200	336500	450900	1	220	329		740	
869	De Lorimier	226900	220100	464100	580100	-3	111	164	215	740	525
870	De Lorimier	126600	127900	388500	520600	1	204	307		740	

871	De Lorimier		162900	454100	563100		179	246	215	740	525
872	De Lorimier		147500	411200	509900		179	246	215	740	525
873	De Lorimier		137800	449300	557100		226	304	215	740	525
874	De Lorimier	114000	112100	327600	439000	-2	192	292	215	740	525
875	De Lorimier			304300	392500				215	740	525
876	De Lorimier	126200	122400	354200	456900	-3	189	273		740	
877	De Lorimier		155500	392800	487100		153	213	215	740	525
878	De Lorimier		119800	334000	414200		179	246	215	740	525
879	De Lorimier		132000	437200	542100		231	311	215	740	525
880	De Lorimier		183300	464600	576100		153	214	215	740	525
881	De Lorimier	546500	415000	1128700	1422200	-24	172	243	215	740	525
882	De Lorimier		209800	584800	725200		179	246	215	740	525
883	De Lorimier		184400	514000	637400		179		215	740	525
884	De Lorimier		154700	446200	553300		188	258	215	740	525
885	De Lorimier			242800	308000				215	740	525
886	De Lorimier	112700	113800	242800	308000	1	113	171			
887	De Lorimier	113500	114600	348200	466600	1	204	307	548	740	192
888	Molson	200300	180300	395100	493900	-10	25	174	215	740	525
889	Molson	171000	169300	460000	556600	-1	172	229	194	740	547
890	Molson	131500	140700	471900	608800	7	235	333	193	740	546
891	Molson	171300	169600	460700	557400	-1	172	229	194	740	547
892	Molson	171400	174800	494300	617900	2	183	253	195	740	545
893	Molson	72500	75400	226800	292600	4	201	288	194	740	547
894	Molson	539200	458300	1312000	1653100	-15	186	261	194	740	547
895	Molson	77200	80300	241400	311400	4	201	288	194	740	547
896	Molson	141300	144100	428000	535000	2	197	271	194	740	547
897	Molson	120000	128400	384100	495500	7	199	286	194	740	547
898	Molson		182000	415000	518800		128	185	193	740	547
899	Molson	298800	260000	481800	602300	-13	85	132	194	740	547
900	Molson	119500	121900	397300	496600	2	226	307	194	740	547
901	Molson	123500	132100	353600	456100	7	168	245	194	740	547
902	Molson	108400	116000	356600	460000	7	207	297	194	740	547
903	Molson	134400	143800	436000	562400	7	203	291	194	740	547
904	Molson	113200	121100	356600	460000	7	194	280	194	740	547
905	Molson	133200	135900	478000	590000	2	252	334	194	740	547

906	Molson	116700	124900	370500	541800	7	197	334	194	740	547
907	Molson	123100	125600	409400	511800	2	226	307	194	740	547
908	Molson		166900	446800	576400		168	245	187	739	552
909	Molson	130000	132600	432300	540400	2	226	308	194	740	547
910	Molson	154500	165300	442500	570800	7	168	245	194	740	547
911	Molson	122700	125200	408000	510000	2	226	307	194	740	547
912	Molson	96800	103600	356600	460000	7	244	344	194	740	547
913	Molson	124000	132700	362200	467300	7	173	252	194	740	547
914	Molson	106800	108900	438800	548500	2	303	404	194	740	547
915	Molson	93000	96700	444500	585700	4	360	506	194	740	547
916	Molson		168000	449700	580100		168	245	193	740	547
917	Molson	119200	121600	460800	576000	2	279	374	194	740	547
918	Molson	145200	155400	434000	600000	7	179	286	190	727	536
919	Molson	149700	152700	521800	652300	2	242	327	444	740	296
920	Molson	152200	155200	555800	695000	2	258	348	194	739	546
921	Molson	148600	159000	425800	549300	7	168	245	187	739	552
922	Molson	119200	121600	476800	615100	2	292	406	193	739	545
923	Molson	143100	146000	475900	650000	2	226	345	194	740	546
924	Molson			435200	561400				194	740	546
925	Molson	184700	182900	497000	601400	-1	172	229		740	
926	Molson	125100	132900	397400	512600	7	197	283	194	740	547
927	Molson	141800	151700	406000	523700	7	168	245	194	740	547
928	Molson		215400	585100	840000		172	290	194	740	547
929	Molson	131100	140300	375600	484500	7	168	245	194	739	545
930	Molson	123800	126300	464800	581000	2	268	360	194	740	547
931	Molson			375400	484300				194	740	547
932	Molson	128500	137500	368000	474700	7	168	245		740	
933	Molson	134200	143600	397300	512500	7	177	257	193	726	533
934	Molson	131700	140900	398000	513400	7	182	264	194	740	547
935	Molson		164400	440100	567700		168	245	194	740	547
936	Molson	145000	155100	465000	599900	7	200	287	190	739	549
937	Molson	126800	135700	414800	535100	7	206	294	194	740	547
938	Molson	141200	151100	404600	555000	7	168	267	194	740	547
939	Molson		142200	422500	545000		197	283	194	740	547
940	Molson	158100	161300	668800	836000	2	315	418	194	740	547

941	Molson	107200	109300	439800	549800	2	302	403	194	740	547
942	Molson	175600	173800	439100	600000	-1	153	245	194	740	547
943	Molson	132000	141200	377900	516200	7	168	266	194	740	547
944	Molson	198000	202000	590000	737500	2	192	265	193	743	550
945	Molson			978800	1223500				194	739	546
946	Molson		187500	548500	1000000		193	433		660	
947	Molson		130000	471900	589900		263	341	194	739	545
948	Molson		290500	850000	1062500		193	266	194	741	547
949	Molson	45000	43600	143000	207400	-3	228	376	194	740	547
950	Molson		179500	448800	561000		150	213	191	734	543
951	Molson		125300	446200	557800		256	345	194	740	547
952	Molson	163900	173700	609900	780000	6	251	349	194	740	547
953	Molson	105400	111700	588000	750000	6	426	571	194	740	547
954	Molson		124000	555000	693800		348	460	194	740	547
955	Molson	124599	117900	368000	507800	-5	212	331	194	740	547
956	Molson	125000	121200	350000	451500	-3	189	273	193	738	545
957	Molson		160900	150000	193500		-7	20	194	700	506
958	Molson	132100	140000	520000	680000	6	271	386		740	
959	Molson	39100	72700	248800	321000	86	242	342	193	740	546
960	Molson		244800	716200	895300		193	266	192	734	542
961	Molson		217300	529000	661300		143	204	194	892	699
962	Molson	109400	116000	510000	703800	6	340	507	194	740	547
963	Molson	113000	125400	355700	490900	11	184	291	194	740	547
964	Molson	118600	125700	356500	492000	6	184	291	194	740	547
965	Molson	113300	120100	340700	470200	6	184	292	194	740	547
966	Molson		144400	450400	621600		212	330	194	740	547
967	Molson			502300	627900				194	740	547
968	Molson		190100	522000	652500		175	243		742	
969	Molson		160300	540000	675000		237	321	194	740	547
970	Molson		289900	848300	1060400		193	266	194	740	547
971	Molson		167500	489900	612400		192	266	194	741	547
972	Molson		156300	489300	611600		213	291	190	739	549
973	Molson		161200	471600	589500		193	266	194	740	547
974	Molson		154100	520000	650000		237	322	194	740	547
975	Molson		196200	574100	717600		193	266	194	740	547

976	Molson	124400	131900	377100	520400	6	186	295	194	740	547
977	Molson		152700	478000	597500			291	194	740	547
978	Molson			366700	506000				194	740	547
979	Molson		154400	513000	641300		232	315		740	
980	Molson		122700	384100	480100		213	291	194	739	545
981	Molson	112233	118700	336800	464800	6	184	292	194	740	547
982	Molson	145200	153900	436700	602600	6	184	292	194	740	547
983	Molson	112500		284800	393000	6	139	230	194	740	547
984	Saint-Zotique			391700	489600				194	741	547
985	Saint-Zotique			520000	650000				194	734	540
986	Saint-Zotique			262500	362300					739	
987	Saint-Zotique		180000	488700	610900		172	239		739	
988	Saint-Zotique			601000	751300				194	741	547
989	Saint-Zotique		115000	329000	454000		186	295		741	
990	Saint-Zotique			421900	527400				194	746	552
991	Saint-Zotique	113000	140000	438300	547900	24	213	291		739	
992	Saint-Zotique	123100	130500	370200	510900	6	184	291	194	740	546
993	Saint-Zotique		197500	493700	617100		150	212	194	731	537
994	Saint-Zotique			486800	671800				194	746	552
995	Saint-Zotique			413700	517100					740	
996	Saint-Zotique			411300	538800					734	
997	Saint-Zotique			513400	641800					523	
998	Saint-Zotique			444500	613400					743	
999	Saint-Zotique	147700	180000	494900	618600	22	175	244		745	
1000	Saint-Zotique			455000	586300				194	740	546
1001	Saint-Zotique	140500	148900	363800	502000	6	144	237		742	
1002	Saint-Zotique			404900	506100				194	742	548
1003	Saint-Zotique		146800	398700	498400		172	240		749	
1004	Saint-Zotique		150700	471800	589800		213	291	194	740	547
1005	Saint-Zotique		154100	418300	522900		171	239	194	740	547
1006	Saint-Zotique		152800	488100	610100		219	299	194	740	547
1007	Saint-Zotique		208100	608800	761000		193	266	194	740	547
1008	Saint-Zotique	304700	250000	731400	914300	-18	193	266	194	740	547
1009	Saint-Zotique		144400	539500	741800		274	414	71	636	565
1010	Saint-Zotique	169800	152800	459300	574100	-10	201	276	194	740	547

1011	Saint-Zotique			773900	737700				194	741	547
1012	Saint-Zotique		206200	568300	710400		176	245		740	
1013	Saint-Zotique		105200	390800	488500		271	364	194	740	547
1014	Saint-Zotique		170800	463800	579800		172	239	194	740	547
1015	Saint-Zotique	179400	174000	423600	546400	-3	143	214	194	740	547
1016	Saint-Zotique			578500	717300				215	740	525
1017	Saint-Zotique			333800	430600					740	
1018	Saint-Zotique	167300	169000	492900	670000	1	192	296		740	
1019	Saint-Zotique	156200	153100	450000	594000	-2	194	288	216	740	524
1020	Saint-Zotique			548600	680300				215	740	525
1021	Saint-Zotique	188900	183200	400000	516000	-3	118	182		740	
1022	Saint-Zotique	214400	216500	585200	725600	1	170	235	215	740	525
1023	Saint-Zotique			400100	500100				214	739	525
1024	Saint-Zotique			471800	589800					738	
1025	Saint-Zotique	123000	130400	369900	510500	6	184	291		741	
1026	Saint-Zotique		168200	456700	570900		172	239	194	740	547
1027	Saint-Zotique	121800	129100	366100	470000	6	184	264	194	740	547
1028	Saint-Zotique		129800	368200	508100		184	291	194	740	547
1029	Saint-Zotique	126300	119500	293800	396600	-5	146	232	194	740	547
1030	Saint-Zotique		146000	457200	525000		213	260	194	740	547
1031	Saint-Zotique		218000	637800	797300		193	266	194	740	547
1032	Saint-Zotique		155000	420700	525900		171	239	194	740	547
1033	Saint-Zotique		148900	372100	465100		150	212	194	740	547
1034	Saint-Zotique	126900	134500	340800	470300	6	153	250	189	740	551
1035	Saint-Zotique		112400	486200	607800		333	441	195	741	547
1036	Saint-Zotique	140900	149400	362000	503800	6	142	237	194	740	547
1037	Saint-Zotique	75000	79500	195500	263900	6	146	232	194	740	547
1038	Saint-Zotique	82800	62100	173800	227700	-25	180	267	192	740	548
1039	Saint-Zotique	182000	192900	438300	547900	6	127	184	194	740	547
1040	Saint-Zotique		172700	455000	530000		163	207	261	740	479
1041	Saint-Zotique	137100	145300	412300	569000	6	184	292	191	740	549
1042	Saint-Zotique	131900	139800	336100	463800	6	140	232	194	741	547
1043	Saint-Zotique	101500	107600	349200	481900	6	225	348	191	740	549
1044	Saint-Zotique	204700	184200	418400	523000	-10	127	184	191	740	549
1045	Saint-Zotique		184400	540600	675800				194	740	547

1046	Saint-Zotique		157100	392800	491000		150	213			
1047	Saint-Zotique		213300	400000	500000		88	134	194	740	547
1048	Saint-Zotique			321900	444 200				194	740	547
1049	Saint-Zotique			321900	444200						
1050	Saint-Zotique	91500	97000	213500	271100	6	120	179		740	
1051	Saint-Zotique	133600	141600	338100	466600	6	139	230	469	740	271
1052	Saint-Zotique	134600	142700	404800	558600	6	184	291	193	739	545
1053	Saint-Zotique		151400	473900	592400		213	291	194	740	546
1054	Saint-Zotique		152100	476200	595300		213	291	194	740	546
1055	Saint-Zotique	138700	147000	417000	575500	6	184	291	194	740	547
1056	Saint-Zotique	164600	174500	319600	405900	6	83	133	194	740	546
1057	Saint-Zotique	113400	120200	414600	572100	6	245	376	313	740	427
1058	Saint-Zotique	116100	125100	349200	481900	8	179	285	194	741	547
1059	Saint-Zotique			224400	285000				194	741	547
1060	Saint-Zotique		201700	468100	585100		132	190		740	
1061	Saint-Zotique	259600	225900	650200	812800	-13	188	260	193	740	547
1062	Saint-Zotique	181700	163500	420900	526100	-10	157	222	194	740	546
1063	Saint-Zotique		138100	374900	468600		171	239	194	740	546
1064	Saint-Zotique		138100	374900	468600		171	239	193	743	550
1065	Saint-Zotique		143800	390400	488000		171	239	194	740	546
1066	Saint-Zotique		217600	590700	738400		171	239	194	740	546
1067	Saint-Zotique			364500	503000				194	740	546
1068	Saint-Zotique		236400	598400	748000		153	216		741	
1069	Saint-Zotique		139900	379900	474900		172	239	194	740	546
1070	Saint-Zotique	461000	452000	1206100	1400000	-2	167	239	194	740	546
1071	Saint-Zotique		139000	377300	471600		171	239	175	739	565
1072	Saint-Zotique		119100	372900	466100		213	291	186	740	554
1073	Saint-Zotique	120900	108800	282700	353400	-10	160	225	194	740	546
1074	Saint-Zotique		273300	799700	999600		193	266	194	740	546
1075	Saint-Zotique			775300	969100				194	740	546
1076	Saint-Zotique		196600	533800	667300		172	239		740	740
1077	Saint-Zotique			386800	533800				194	740	546
1078	Saint-Zotique		205000	599700	520000		193	154		740	
1079	Saint-Zotique		150400	408300	510400		171	239	194	740	546
1080	Saint-Zotique			377800	487400				194	740	546

1081	Saint-Zotique	145800	141400	377800	487400	-3	167	245		739	
1082	Saint-Zotique			577200	715700				212	740	528
1083	Saint-Zotique			485100	560000					739	
1084	Saint-Zotique			431200	534700					740	
1086	Saint-Zotique		1739600	2447700	2539600		41	46		740	
1087	Saint-Zotique			455500	564800				215	740	525
1088	Saint-Zotique		165000	460000	570400		179	246		740	
1089	Saint-Zotique		168800	470600	583500		179	246	215	740	525
1090	Saint-Zotique	161900	163500	423900	568000	1	159	247	215	740	525
1091	Saint-Zotique		191600	534100	662300		179	246	215	740	525
1092	Saint-Zotique	151100	152600	419100	561600	1	175	268	215	739	523
1093	Saint-Zotique		232700	594000	736600		155	217	215	739	524
1094	Saint-Zotique	219500	153600	399300	499100	-30	160	225	220	740	521
1095	Saint-Zotique		193400	549800	687300		184	255	215	740	525
1096	Saint-Zotique			413300	516600					194	740
1097	Saint-Zotique		156300	424300	530400		171	239		741	
1098	Saint-Zotique			439800	469200					194	740
1099	Saint-Zotique		148500	403100	503900		171	239		739	
1100	Saint-Zotique		108400	410000	512500		278	373	194	740	547
1101	Saint-Zotique		131100	376000	470000		187	259	194	740	547
1102	Saint-Zotique	692900	668000	1539000	1800000	-4	130	169	194	740	547
1103	Saint-Zotique	132200	140100	334500	461600	6	139	229	194	740	547
1104	Saint-Zotique	120900	128200	328400	453200	6	156	254	194	740	547
1105	Saint-Zotique			314600	434100					194	740
1106	Saint-Zotique	124400	131900	370000	510600	6	181	287		740	
1107	Saint-Zotique		214200	581600	727000		172	239	194	740	547
1108	Saint-Zotique			483100	603900					181	740

**CARTES HISTORIQUES DE L'IMMOBILIER ET DU FONCIER DE LA ZONE
DU CINÉMA 1995-2016**

CARTE 1. Zone du Cinéma. Valeurs des propriétés 1995

CARTE 2. Zone du cinéma. Valeurs des propriétés 2001

CARTE 3. Zone du cinéma. Variation des valeurs des propriétés 1995-2001

CARTE 4. Zone du cinéma. Valeurs des propriétés 2009

CARTE 5. Zone du cinéma. Variation des valeurs des propriétés 2001-2009

CARTE 6. Zone du cinéma. Variation des valeurs des propriétés 2001-2016

CARTE 7. Zone du cinéma. Variation des valeurs des propriétés 2001-2016

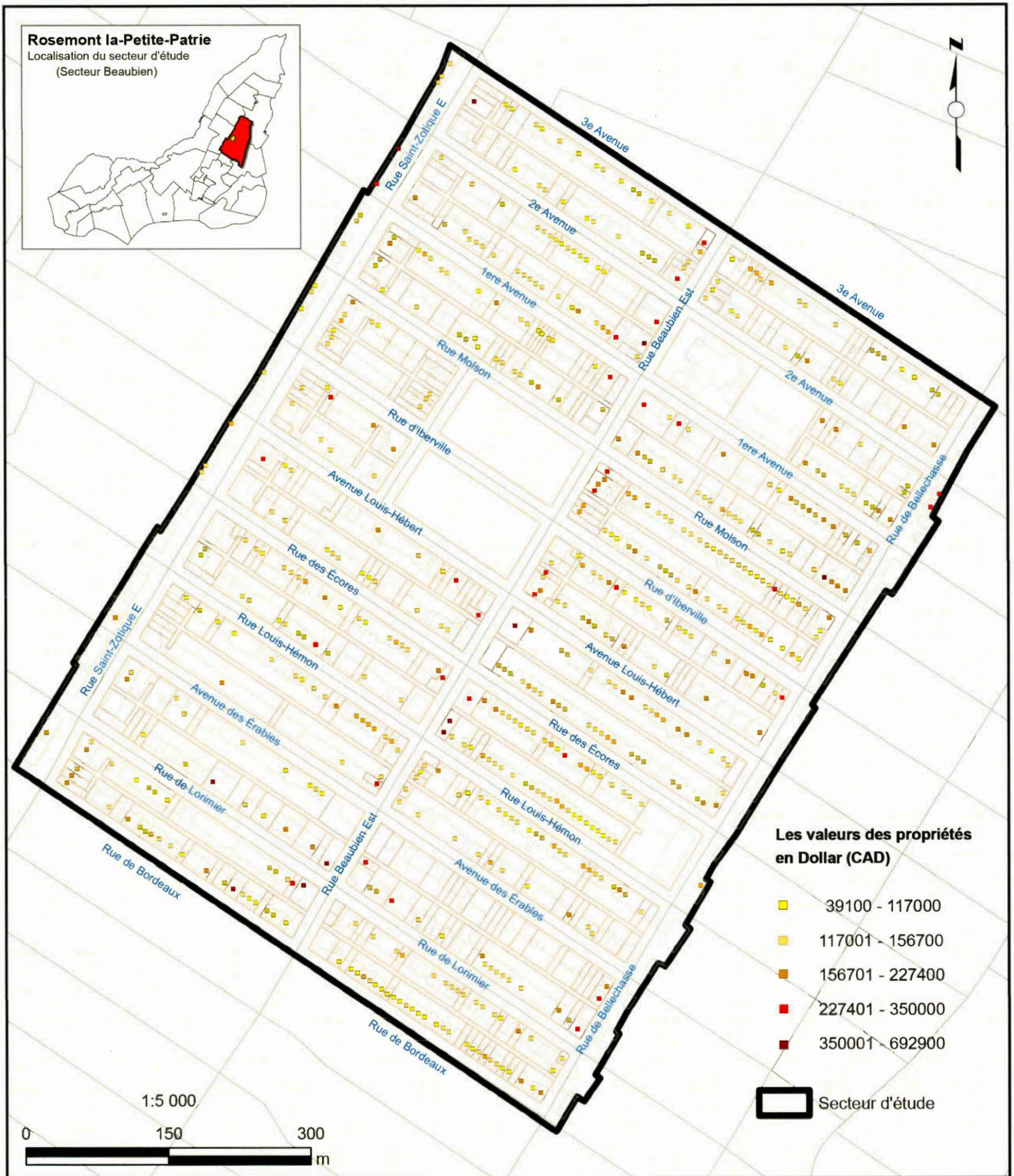
CARTE 8. Zone du cinéma. Valeur du prix du m² du terrain 2001

CARTE 9. Zone du cinéma. Valeurs du prix du m² du terrain 2012

CARTE 10. Zone du cinéma. Variation de la valeur du m² du terrain 2001-2012

CARTE 1. Zone du Cinéma. Valeurs des propriétés 1995

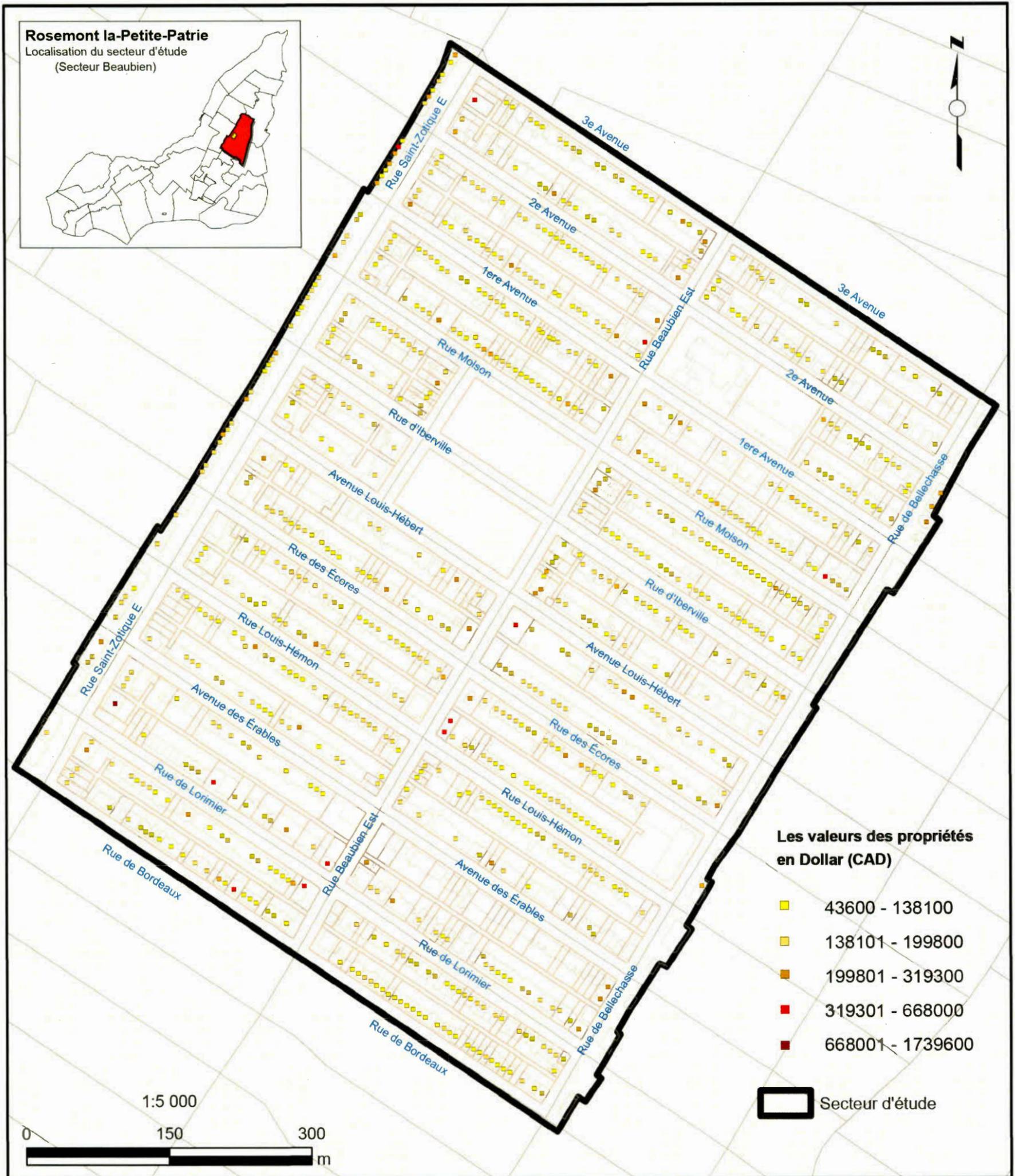
ANNEXE F. CARTE 1. Zone du Cinéma. Valeurs des propriétés en 1995



Source : Données compilés par l'auteur à partir du Rôle d'évaluation foncière de 1995, Archives municipales de la ville de Montréal

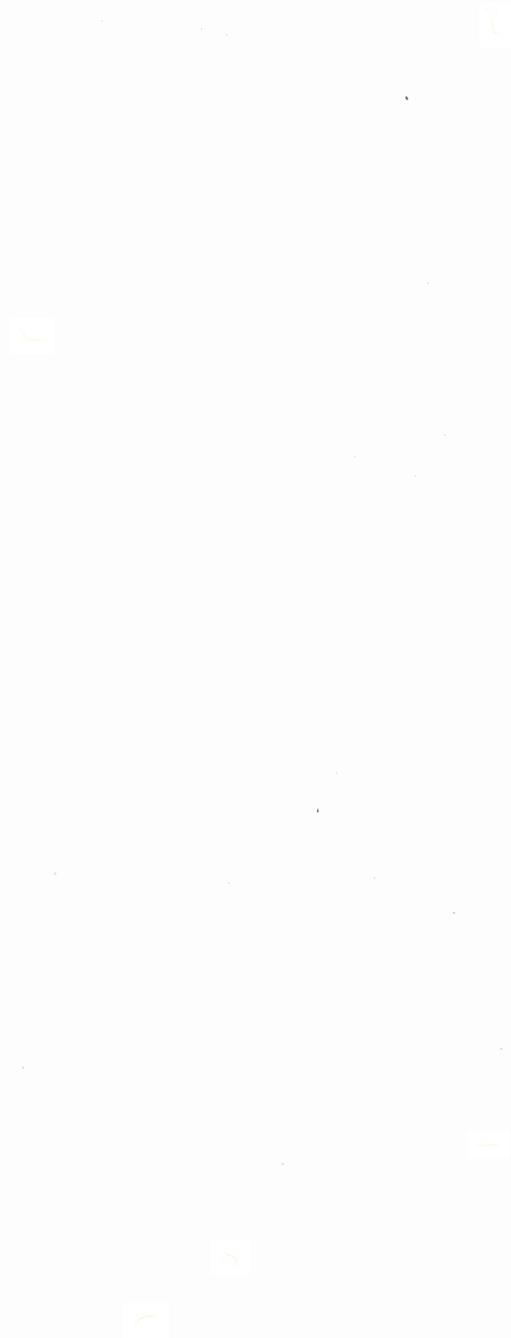
CARTE 2. Zone du cinéma. Valeurs des propriétés 2001

ANNEXE F. CARTE 2. Zone du Cinéma. Valeurs des propriétés en 2001

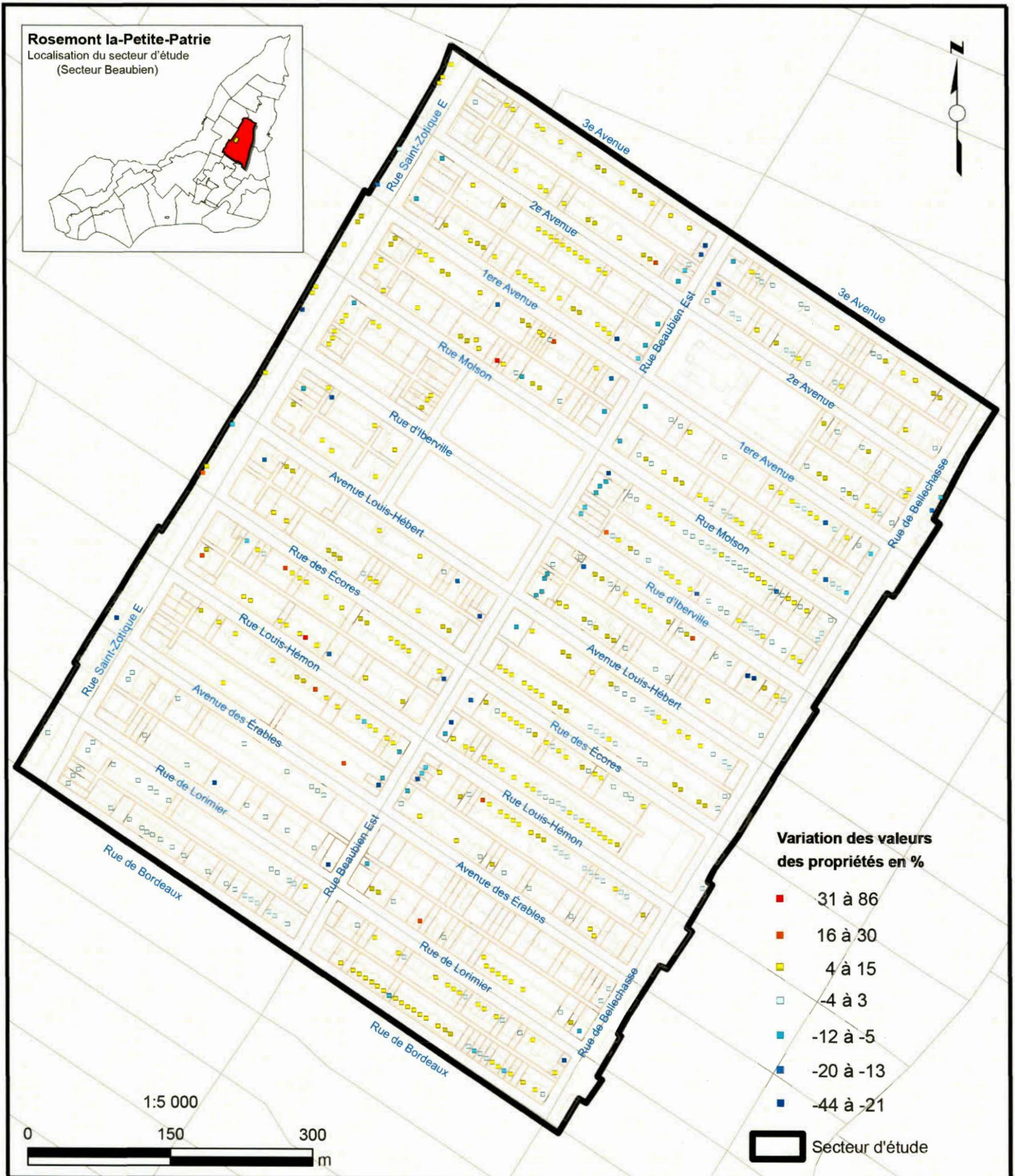


Source : Données compilés par l'auteur à partir du Rôle d'évaluation foncière 2001, Archives municipales de la ville de Montréal

CARTE 3. Zone du cinéma. Variation des valeurs des propriétés 1995-2001



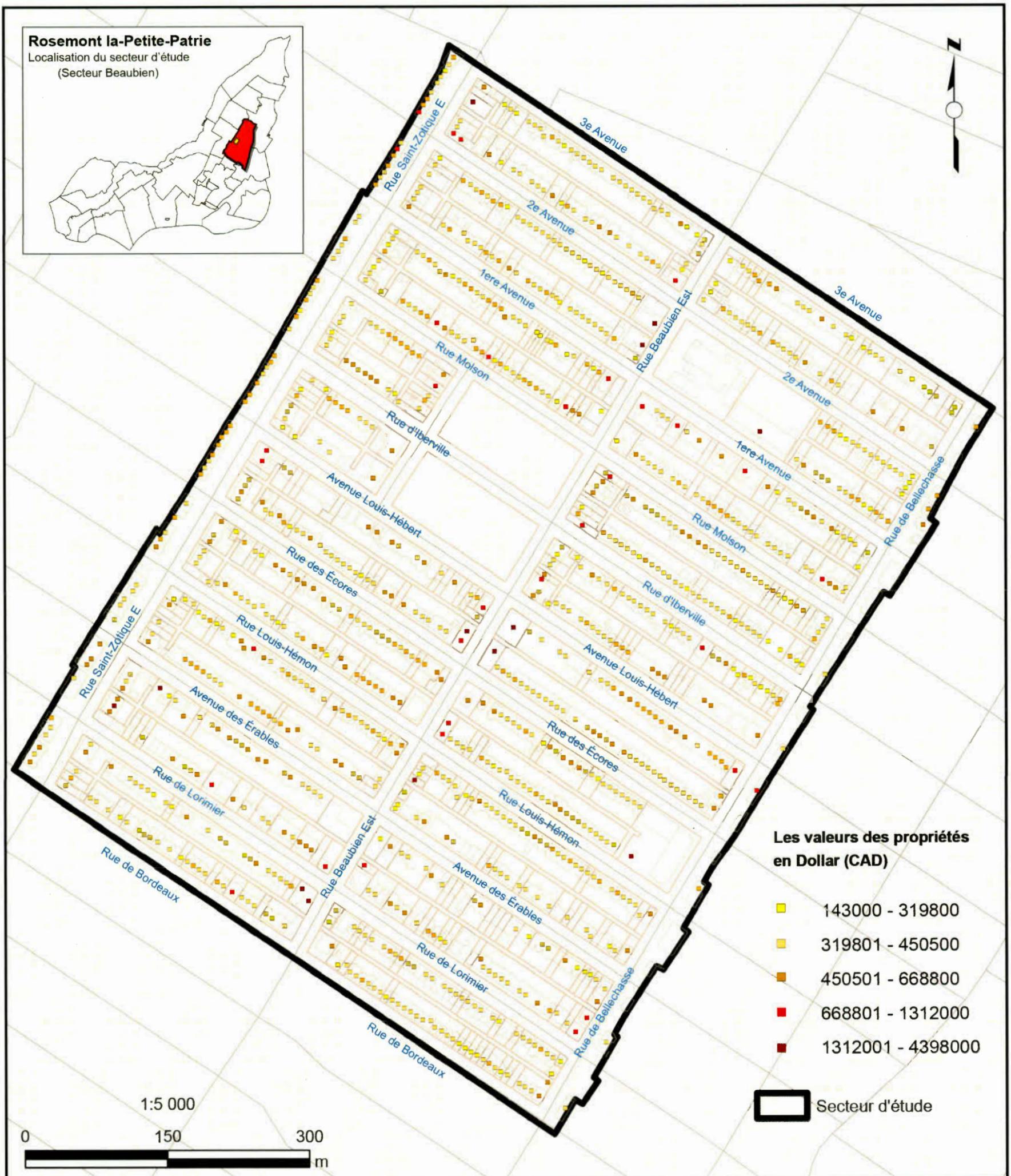
ANNEXE F. CARTE 3. Zone du Cinéma. Variation des valeurs des propriétés entre 1995 et 2001



Source : Données compilés par l'auteur à partir du Rôle d'évaluation foncière de 1995 et 2001, Archives municipales de la ville de Montréal

CARTE 4. Zone du cinéma. Valeurs des propriétés 2009

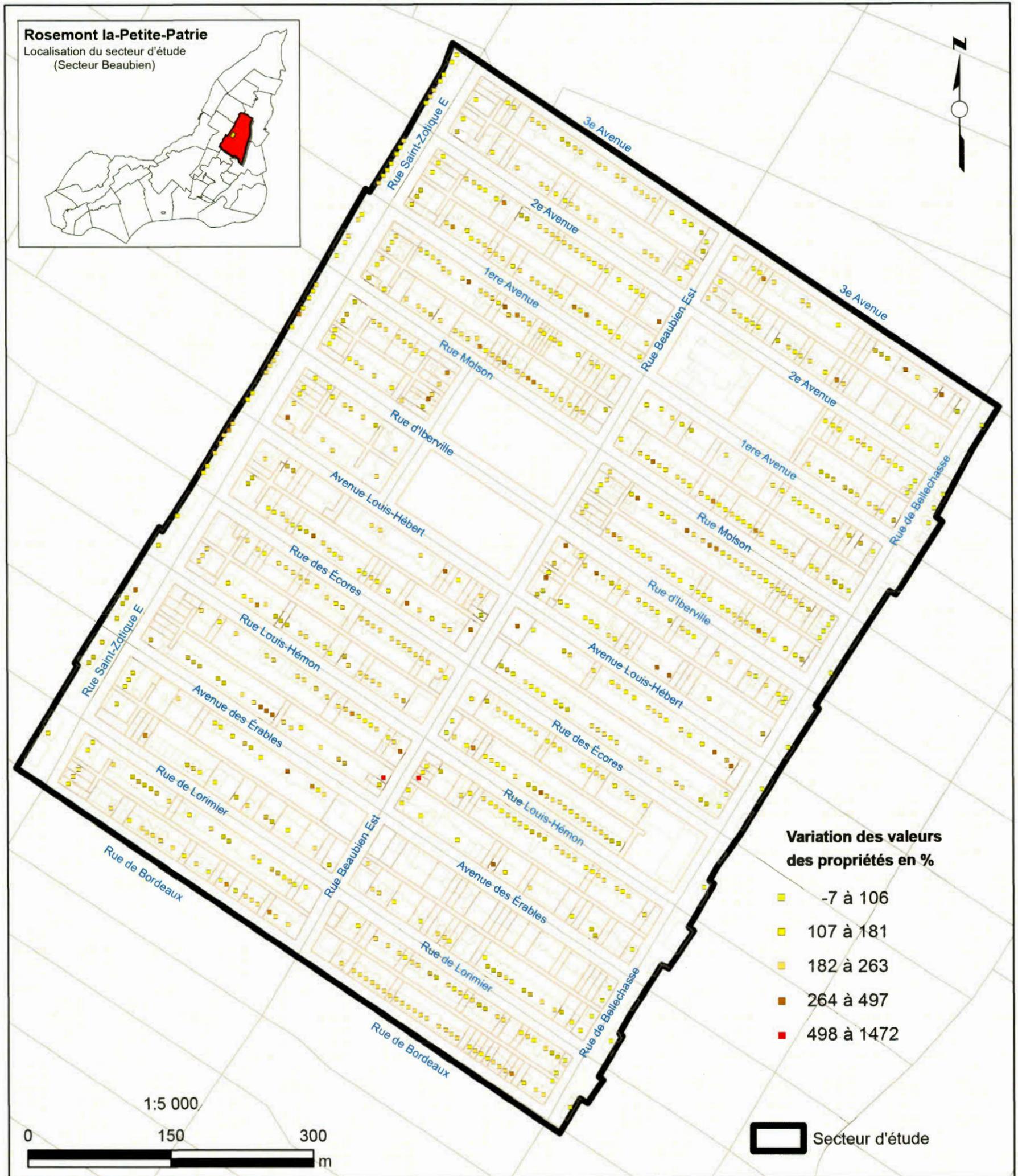
ANNEXE F. CARTE 4. Zone du Cinéma. Valeurs des propriétés en 2009



Source : Données compilés par l'auteur à partir du Rôle d'évaluation foncière de 2009, <https://servicesenligne2.ville.montreal.qc.c>

CARTE 5. Zone du cinéma. Variation des valeurs des propriétés 2001-2009

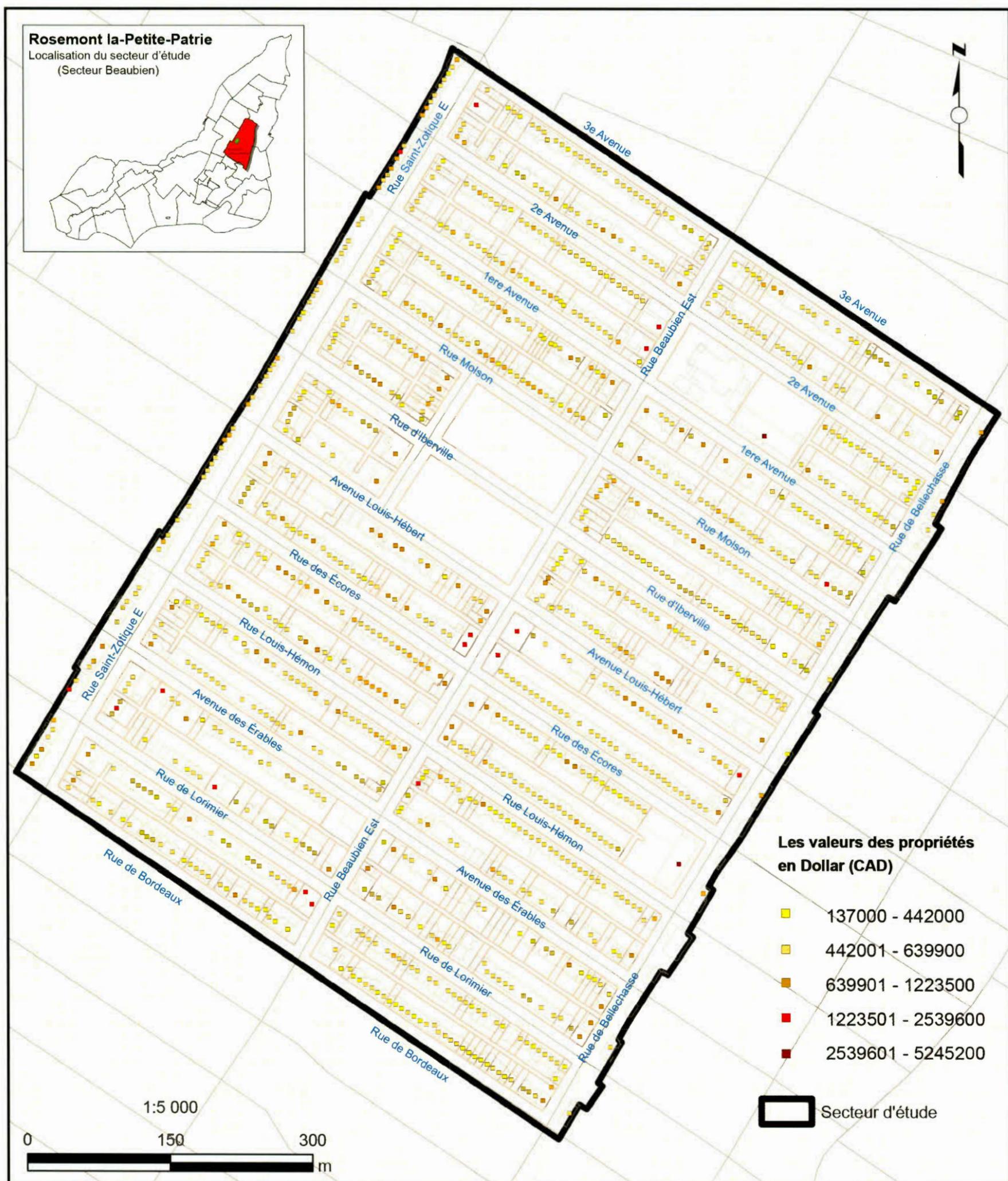
ANNEXE F. CARTE 5. Zone du Cinéma. Variation des prix des propriétés entre 2001 et 2009



Source : Données compilés par l'auteur à partir du Rôle d'évaluation foncière 2001, Archives municipales de la ville de Montréal. Rôle d'évaluation foncière de 2009, <https://servicesenligne2.ville.montreal.qc.c>

CARTE 6. Zone du cinéma. Valeurs des propriétés 2016

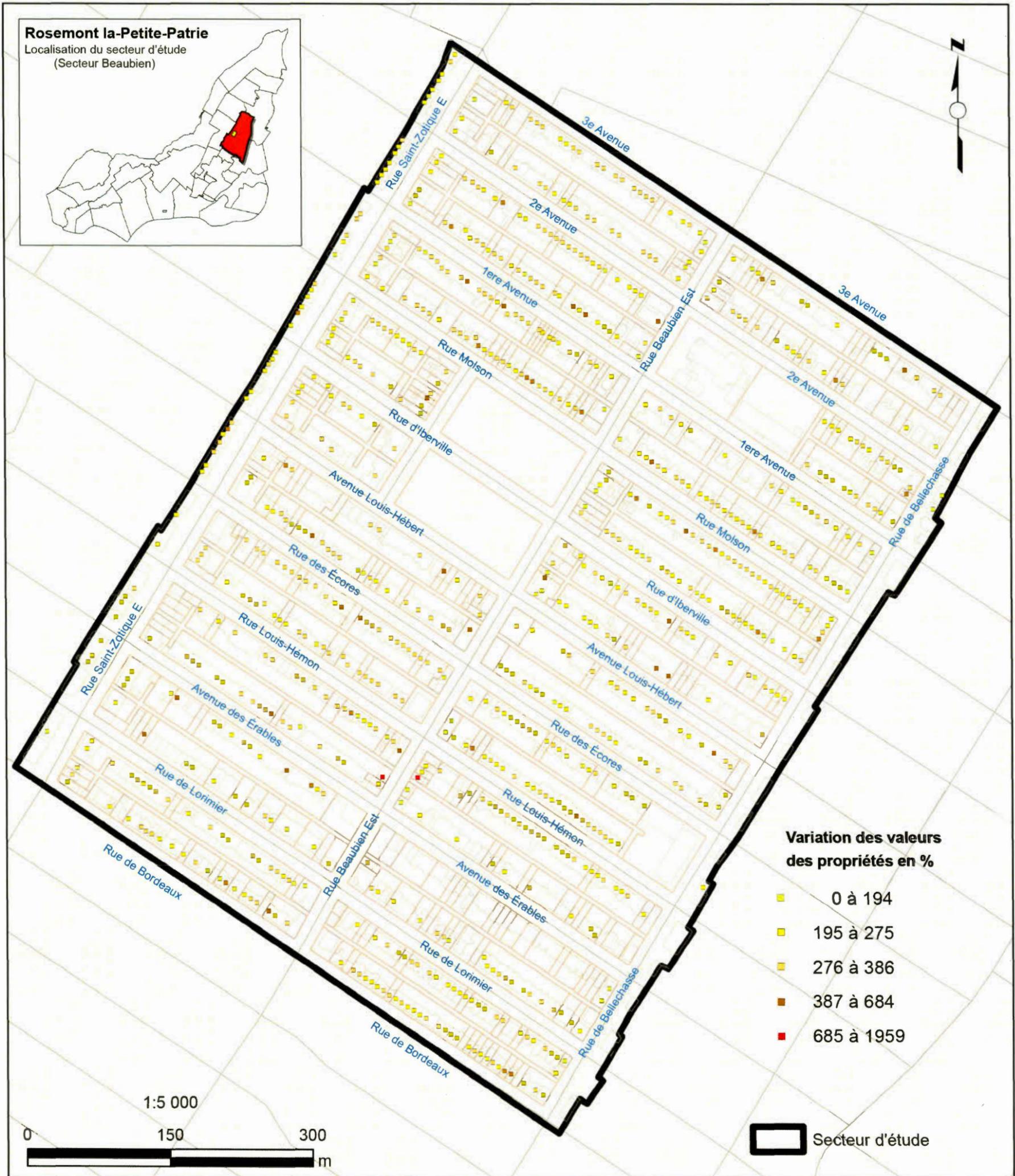
ANNEXE F. CARTE 6. Zone du Cinéma. Valeurs des propriétés en 2016



Source : Données compilés par l'auteur à partir du Rôle d'évaluation foncière. <https://servicesenligne2.ville.montreal.qc>

CARTE 7. Zone du cinéma. Variation des valeurs des propriétés 2001-2016

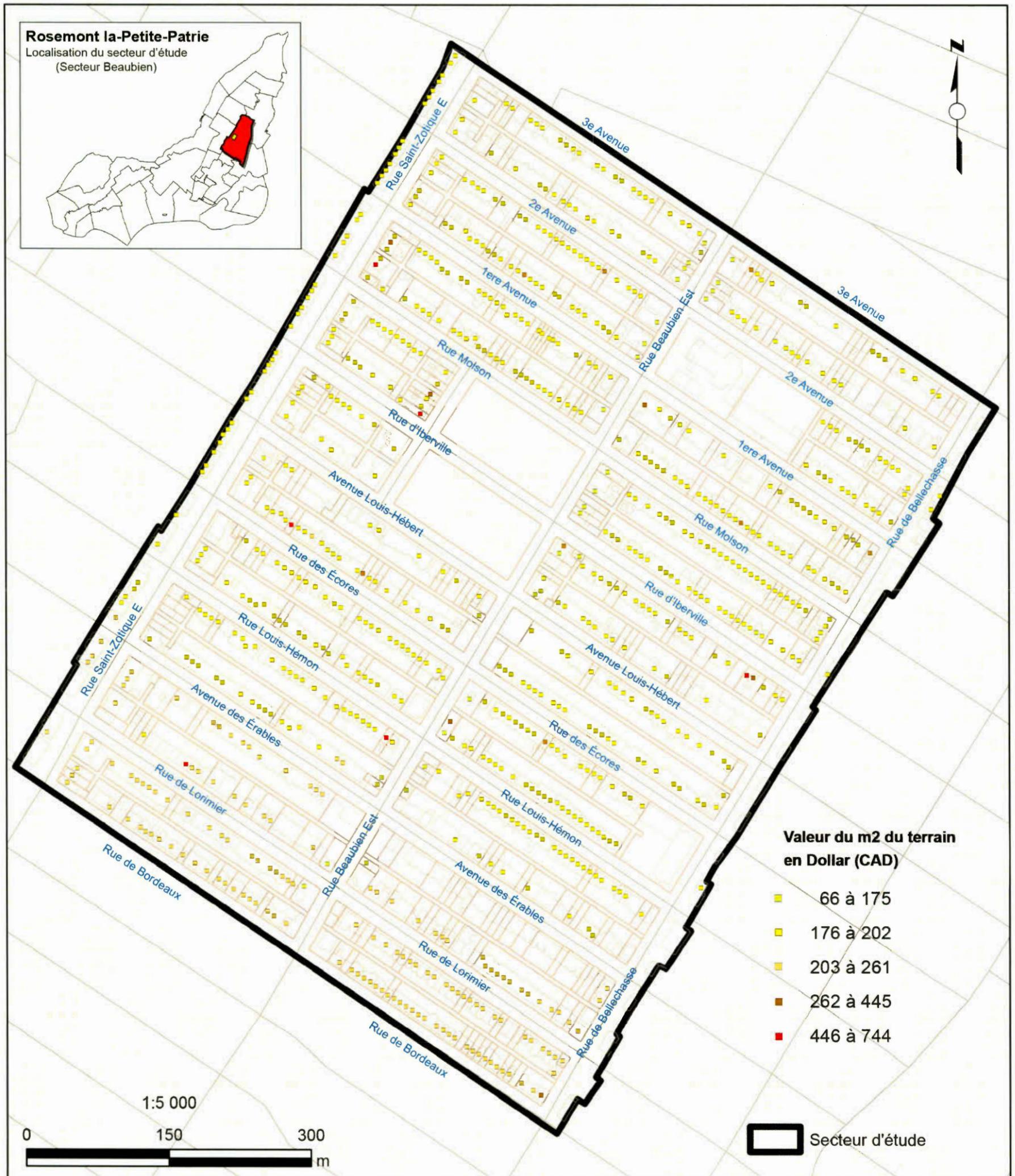
ANNEXE F. CARTE 7. Zone du Cinéma. Variation des prix des propriétés entre 2001 et 2016



Source : Données compilés par l'auteur à partir du Rôle d'évaluation foncière 2001-2016, Archives municipales de la ville de Montréal.

CARTE 8. Zone du cinéma. Valeur du m² du terrain 2001

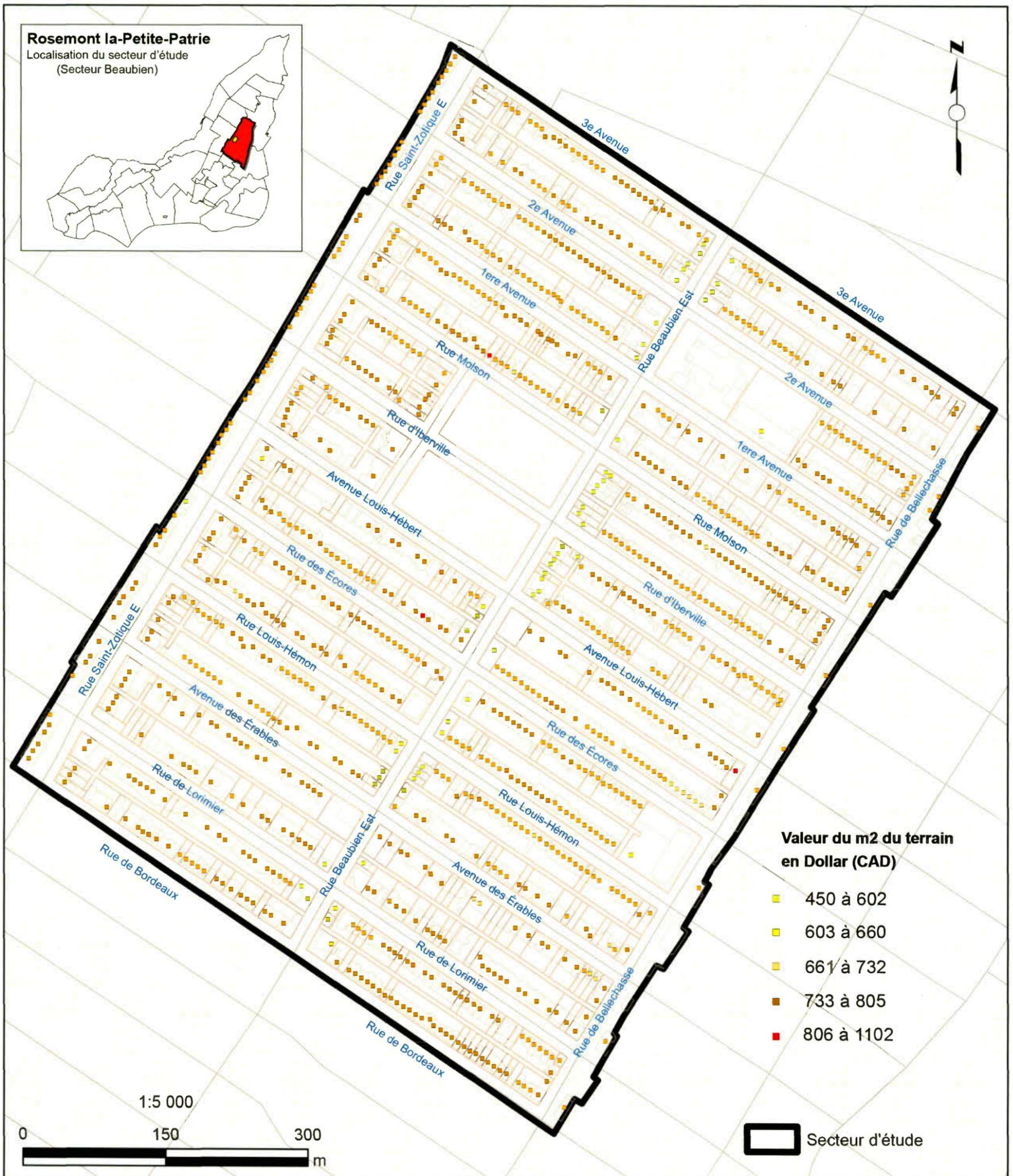
ANNEXE F. CARTE 8. Zone du Cinéma. Valeur du m2 du terrain en 2001



Source : Données compilés par l'auteur à partir du Rôle d'évaluation foncière 2001, Archives municipales de la ville de Montréal

CARTE 9. Zone du cinéma. Valeur du m2 du terrain 2012

ANNEXE F. CARTE 9. Zone du Cinéma. Valeur du m2 du terrain en 2012



Source : Données compilés par l'auteur à partir du Rôle d'évaluation foncière 2012, <https://servicesenligne2.ville.montreal.qc.c>

CARTE 10. Zone du cinéma. Variation de la valeur du m² du terrain 2001-2012

RÉFÉRENCES

- Aglietta, M. (1976). *Régulation et crises du capitalisme*. Éd. Odile Jacob.
- Aktouf, O. (1987). *Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations. Une introduction à la démarche classique et une critique*. Montréal. Les Presses de l'Université du Québec.
- Ambrosino, Ch. et Andres, L. (2008/3). Friches en ville : du temps de veille aux politiques de l'espace. *Espaces et sociétés*, 134, 37-51.
- André, I. et Abreu, A. (2006). Dimensões e espaços da inovação social. *Finisterra*, 81, 121-141.
- André, I. et Abreu, A. (2009). Social creativity and post-rural places: the case of Montemor-o-Novo, Portugal. *Canadian Journal of Regional Science*, XXXII (1), 101-114.
- André, I. et Carmo, A. (2010). Régions et villes socialement créatives. Étude appliquée à la Péninsule Ibérique. *Innovations*, 33(3), 65-84.
- André, I., Brito, E et Malheiros, J. (2008). Inclusive places Arts and Socially Creative Milieux. Dans D. MacCallum; F. Moulaert; J. Hillier et S. Vicari Haddock (dir.) *Social Innovation and Territorial Development* (p. 149-166). Farnham, Ashgate.
- Andres, L. (2010). Reconquête culturo-économique des territoires délaissés : de l'importance du temps de veille et de ses acteurs transitoires, *Méditerranée* Récupéré de [En ligne]. <http://www.cairn.info/revue-mediterranee-2010-1-page-51.htm>
- Andres, L. et Grésillon, B. (2011/1). Les figures de la friche dans les villes culturelles et créatives. Regards croisés européens. *L'Espace géographique*, 40, 15-30.
- Atkinson, R. (2000). The hidden costs of gentrification: displacement in Central London. *Journal of Housing and the Built Environment*, 15(4), 307-326.
- Auclair, E. (2006). Comment les arts et la culture peuvent-ils participer à la lutte contre les phénomènes de ségrégation dans les quartiers en crise? *Hérodote*, 122, (3), 212-220.

- Auclair, E. (2011). Revenir vers les habitants, revenir sur les territoires. *Développement durable et territoires*, 2(2). Récupéré de URL: <http://developpementdurable.revues.org/8946>
- Authier, J. et Bidou-Zachariassen, C. (2008). La question de la gentrification urbaine. *Espaces et sociétés*, 132-133, (1), 13-21. doi:10.3917/esp.132.0013.
- Avilés-Ochoa, E. et Cañizales-Ramírez, P. (2015). Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos. *Revista Economía, Sociedad y Territorio*, 15(47), Récupéré de <http://est.cmq.edu.mx/index.php/est/article/view/558/1062>
- Aydalot, P. (1985). *Économie régionale et urbaine*. Paris, Économica, 487 p.
- Bailey, C; Miles, S. et Stark, P. (2004). Culture-led-urban regeneration and the revitalisation of identities in Newcastle, Gateshead and the North East of England. *International Journal of Cultural Policy*, 10(1), 47-65.
- Battaglia, A. et Tremblay, D-G. (2011). 22@ and the Innovation District in Barcelona and Montreal: A Process of Clustering Development between Urban Regeneration and Economic Competitiveness *Urban Studies Research*, 1-17. doi:10.1155/2011/568159
- Beccatini, G. (1991). « Le District industriel : milieu créatif », *Espaces et Sociétés*, n°66-67, 147-163.
- Beckouche, P. (2017). La révolution numérique est-elle un tournant anthropologique. *Le Débat*, 193(1), 153-166.
- Bédard, M. (2011). *Méthodologie et méthodes de la recherche en géographie*. Université du Québec à Montréal.
- Bélanger, H. (2010). Pour qui et à qui ce parc ? Gentrification et appropriation de l'espace public dans l'arrondissement du Sud-Ouest de Montréal (Canada) 1. *Lien social et Politiques*, 63,143-154.
- Belhedi, A. (2006). Territoires, appartenance et identification. Quelques réflexions à partir du cas tunisien. *L'Espace géographique*, 35(4), 310-316. doi:10.3917/eg.354.0310.
- Bellemare, G. et Klein, J.-L. (2011). La question territoriale des pratiques sociales, des pratiques scientifiques et des savoirs. Dans G. Bellemare. et J.-L. Klein (dir.) *Innovation sociale et territoire. Convergences théoriques et pratiques* (p. 1-16). Québec. Presses universitaires du Québec.

- Ben Hassen, T. (2012). *Le système régional d'innovation de l'aéronautique à Montréal entre dynamiques territoriales et sectorielles*. (Thèse de doctorat en études urbaines). Université du Québec à Montréal. Récupéré de <http://www.archipel.uqam.ca/4684/>
- Benko, G. (1999). Marketing et Territoire. Dans J.-F. Fontan; J.-L. Klein; et D.-G. Tremblay (dir.). *Entre les métropolisations et le village global* (p. 79-122). Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Benko, G. et Lipietz, A. (1992). *Les régions qui gagnent. Districts et réseaux. Les nouveaux paradigmes de la géographie économique*. Paris, Presses universitaires de France.
- Bianchini, F. et Landry, C. (1998). The creative city. UK. *Demos*. [En ligne]. <http://www.demos.co.uk/files/thecreativecity.pdf>
- Bidou-Zachariasen, C. et Poltorak, J.-F. (2008). Le « travail » de gentrification : les transformations sociologiques d'un quartier parisien populaire », *Espaces et sociétés*, 132-133, 107-124.
- Bienaymé, A. (2016). La nature de la firme à l'ère du numérique. *Revue française de gestion*, 258(5), 45-58.
- Boldrini, P. et Malizia, M. (2014). Procesos de gentrificación y contragentrificación. Los mercados de Abasto y del Norte en el Gran San Miguel de Tucumán (noroeste argentino). *Revista INVI*, 29(81), 157-191.
- Borja, J. (2007). Revolución y contrarrevolución en la ciudad global: las expectativas frustradas por la globalización de nuestras ciudades. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos Regionales (EURE)*, 100, 35-50.
- Bourdin, A. (2008). Gentrification : un « concept » à déconstruire. *Espaces et sociétés*, 132-133(1), 23-37.
- Boyer, R. (1986). *La Théorie de la Régulation : Une analyse critique*. La Découverte, Agalma, Paris.
- Butler, T. (2007). For gentrification? *Environment and Planning A*, 39(1), 162-18.
- Cary, P. et Fol, S. (2012). Introduction » Les métropoles face aux dynamiques de ségrégation et de fragmentation. *Géographie, économie, société*, 2(14), 113-126.
- Casgrain, A., et Janoschka, M. (2013). Gentrificación y resistencia en las ciudades latinoamericanas. El ejemplo de Santiago de Chile. Andamios. *Revista de Investigación Social*, 10 (22), 19-44.

- Castel, R. (2009). *La montée des incertitudes. Travail, protections, statut de l'individu*. Seuil.
- Castel, R. (2008). La citoyenneté sociale menacée. *Cités*, (35), 133-141.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*, Oxford, Blackwell Publishers Ltd.
- Castells, M. et Himanen, P. (2002). *The Information Society and the Welfare State: The Finnish Model*. Oxford, Oxford University Press.
- Chantelot, S. (2009). La thèse de la « classe créative »: entre limites et développements. *Géographie, économie, société*, 4 (11), 315-334.
- Chapple, K ; Shannon, J. et Martin, A.-J. (2010). Concentrating creativity: The planning of formal and informal arts districts. *City, Culture and Society*, 1(4), 225-234.
- Checa-Artasu, M.-M. (2011). Gentrificación y cultura: algunas reflexiones. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. 15(914) Récupéré de <http://www.ub.es/geocrit/b3w-914.htm>
- Chevrier, E. et Panet-Raymond, J. (2013). La participation citoyenne pour développer un quartier. *Nouvelles pratiques sociales*, 26(1), 67-83. Récupéré de <https://doi.org/10.7202/1024980ar>
- Collet, A. (2008). « Les “gentrificateurs” du Bas Montreuil : vie résidentielle et vie professionnelle ». *Espaces et sociétés*, 132-133, 125-141.
- Corporation de développement économique et communautaire de Rosemont-La Petite-Patrie. (2010). *Forum sur la contribution des CDEC à la cohésion sociale*. [Présentation PowerPoint].
- Corporation de développement économique et communautaire du Sud-Ouest. RESO. (2007). *Plan d'action local pour l'économie et l'emploi (PALEE) du Sud-Ouest 2007-2010*.
- Cuenya, B. et Corral, M. (2011). Empresarialismo, economía del suelo y grandes proyectos urbanos: el modelo de Puerto Madero en Buenos Aires. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos y Regionales EURE*, 111(34), 25-45.
- Darchen, S. et Tremblay, D.-G. (2013). The local governance of culture-led regeneration projects: A comparative analysis between Montreal and Toronto. *Urban Research & Practice*, 6 (2), 140-157.

- Darchen, S. et Tremblay, D.-G. (2010). « La thèse de la “classe créative” ». Revue des écrits et perspectives de recherche » Dans R. Tremblay et D.G. Tremblay. (dir.). *La classe créative selon Richard Florida. Un paradigme urbain plausible ?* (p.13-36). Sainte-Foy, Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Davidson, M. (2009). Displacement, space and dwelling: Placing gentrification debate. *Ethics, Place and Environment*, 12(2), 219-234.
- Daviet, S. (2007). Economie et culture : regards croisés de la géographie. *Géographie, économie, société*, 9(1), 3-18. doi:10.3166/ges.9.3-18.
- Díaz-Parra, I. et Rabasco-Pozuelo, P. (2013). ¿Revitalización sin gentrificación? *Cuadernos Geográficos*, 52(2), 99-118.
- Divay, G., Hamel, P.-J., Rose, D., Séguin, A.-M., Sénécal, G. et Bernard, P. (2004). *Projet pilote de revitalisation intégrée. Démarche d'évaluation*. Montréal, INRS-UCS.
- Demoustier, D. et Richez-Battesti, N. (2010). Introduction. Les organisations de l'Économie sociale et solidaire : gouvernance, régulation et territoire. *Géographie, économie, société*, vol. 12(1), 5-14. Récupérée de <https://www.cairn.info/revue-geographie-economie-societe-2010-1-page-5.htm>.
- Durand, C. et Blais, A. (2010). La Mesure. Dans Gauthier Benoit. *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* (p. 223-250). Québec. Presses de l'université du Québec.
- Durkheim, É. (1930). *De la division du travail social*. Paris. Presses universitaires de France.
- Feser, E.-J. (2003). What regions do rather than make: À proposed set of knowledge-based occupation clusters. *Urban Studies*, 40(10), 1937-58.
- Florida, R. (2005). *The flight of the creative class: the new global competition for talent*. New York, Happy Business.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Fol, S. et & Cunningham-Sabot, E. (2010). « Déclin urbain » et Shrinking Cities : une évaluation critique des approches de la décroissance urbaine. *Annales de géographie*, 674(4), 359-383. doi:10.3917/ag.674.0359.
- Fontan, J.-M., Klein, J.-L. et Champagne, C. (2014). Les initiatives locales et l'évaluation habilitante. Dans M, Robitaille et M.-U. Proulx (dir). *Sciences du*

- territoire. Défis méthodologiques*, 2 (p.213-247). Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Fontan, J.-M., Klein, J.-L. et Tremblay, D.-G. (2005). *Innovation socioterritoriale et reconversion économique: le cas de Montréal*. Paris : Le Harmattan.
- Freeman, L. (2005). Displacement or succession? Residential mobility in gentrifying neighborhoods, *Urban Affairs Review*, 40(4), 463-491.
- Gagnon, Y.- C. (2005). *L'étude de cas comme méthode de recherche*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Gavilondo-Rodríguez, C.-E. (2017). Cineclub: una experiencia en el barrio Cuba. *INNOVA Research Journal*, 2(1), 7-13.
- Ghaffari, L. (2016). Pour une gentrification socialement acceptable : Importance de la coexistence des initiatives locales et la volonté politique. *Actes du 17eme colloque annuel des étudiants de cycles supérieurs du CRISES*.
- Ghaffari L., Klein, J.-L. et Angulo-Baudin, W. (2018). Toward a socially acceptable gentrification: A review of strategies and practices against displacement. *Geography Compass*. Vol. 12, Num 2, pp: 1-15, e12355. <https://doi.org/10.1111/gec3.12355>
- Glass, R. (1963). *Introduction to London : Aspects of Change*, London, Center for Urban Studies.
- Glon, É. et B. Pecqueur (dir.) (2016). *Au cœur des territoires créatifs. Proximités et ressources territoriales*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- Gomez-Maturano, R.-G. (2016). Gentrificación, fragmentación urbana y mercado inmobiliario. Dans V, Delgadillo; Diaz, I. et Salinas, L. (dir.) *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina* (p.363-412). México. Instituto Politécnico Nacional.
- Gravari Barbas, M. (2010). Culture et requalification de friches : le front pionnier de la conquête des marges urbaines. *Méditerranée*, 114. Récupéré de URL: <http://mediterranee.revues.org/4390>
- Grefte, X. et Pflieger, S. (2005). *La culture et le développement local*. OCDE. Récupéré de www.SourceOCDE.org. <http://browse.oecdbookshop.org/oecd/pdfs/product/8405022e.pdf>
- Guérin-Pace, F. et Guermond, Y. (2006). Identité et rapport au territoire. *L'Espace géographique*, 35(4), 289-290.

- Guétat-Bernard, H. et Lapeyre, N. (2017). Les pratiques contemporaines de l'*empowerment*: Pour une analyse des interactions entre pratiques et théories, individus et collectifs. *Cahiers du Genre*, 63(2), 5-22.
- Halbert, L. (2013/1). Les deux options métropolitaines des politiques de développement territorial. *Annales de géographie*, 689, 108-121.
- Hall, P. (2000). Creative cities and economic development. *Urban Studies*, 37(4), 639-649.
- Hamel, J. (1997). *Étude de cas et sciences sociales*. Paris: L'Harmattan.
- Hamnett, C. (2003). Gentrification and the middle-class remaking of Inner London, 1961-2001, *Urban Studies*, 40(12), 2401-2426.
- Healey, P. (2010). *Making Better Places*. New York: Palgrave Macmillan.
- Huang, P. (2013). *La solidarité numérique. Réponse locale à l'exclusion et redéfinition des stratégies de développement en matière de TIC*. Thèse de doctorat. Montréal Non publiée. Université du Québec à Montréal.
- Hutton, T.-A. (2008). *The new economy of the inner city : restructuring, regeneration and dislocation in the twenty-first century metropolis*. London: Routledge.
- Janoschka, M. et Sequera, J. (2014). Procesos de gentrificación y desplazamiento en América Latina, una perspectiva comparativista. Dans Juan José Michelini (dir.). *Desafíos metropolitanos. Un diálogo entre Europa y América Latina* (p. 82-104). Catarata. Madrid. ISBN: 978-84-8319-887-2.
- Jouve, B. (2006). Éditorial. L'*empowerment* : entre mythe et réalités, entre espoir et désenchantement. *Géographie, économie, société*, 8, (1), 5-15. doi:10.3166/ges.8.5-15.
- Keil, R. et Boudreau, J.-A. (2010/1). Le concept de la ville créative : la création d'une réelle ou imaginaire forme d'action politique dominante, *Pôle Sud*, 32, 165-178.
- Klein, J.-L. (2017). Le territoire dans la construction d'une vision alternative de développement. Pistes de réflexion. *Revue vie économique*. 8(1). Récupéré de <http://www.eve.coop/?a=262>
- Klein, J.-L. (2014). L'innovation sociale et développement territorial. Dans J.-L. Klein, J.-L. Laville et F. Moulaert (dir.) *L'innovation sociale*, (p.115-139). Toulouse, ÉRÈS.

- Klein, J.-L. (2011). Économie sociale et territoire en contexte de mondialisation. Le développement par l'initiative locale, Dans G. Bellemare et J.-L. Klein (dir.) *Innovation sociale et territoire. Convergences théoriques et pratiques* (p. 175-194). Presses universitaires du Québec.
- Klein, J.-L. (2008). Territoire et développement. Du local à la solidarité interterritoriale. Dans G. Massicotte, (dir.) *Sciences du territoire : perspectives québécoises*, (p. 315-333). Sainte-Foy, Qc. Presses de l'Université du Québec.
- Klein, J.-L. (2005). « Vers le développement par l'initiative locale: une perspective opérationnelle ». Dans J. Bruno et D. Lafontaine (dir.), *Territoires et fonctions 2. Des pratiques aux paradigmes: les systèmes régionaux et les dynamiques d'innovation en débat*. 2 (p. 257-266). Rimouski : GRIDEQ.
- Klein, J.-L. (2005). Iniciativa local y desarrollo: respuesta social a la globalización neoliberal. *EURE* (Santiago), 31(94), 25-39. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612005009400002>
- Klein, J.-L. et Champagne, C. (2011). *Initiatives locales et lutte contre la pauvreté et l'exclusion*, PUQ.
- Klein, J.-L., Enriquez, D., Huang, P. et Vega, R.-V. (2012). Le développement économique communautaire et la cohésion sociale à Montréal : un rôle de médiation et d'intermédiation. *Économie et Solidarités*, 42(1-2), 9-35.
- Klein, J.-L., Fontan, J.-M; Harriison, D. et Lévesque, B. (2009). « L'innovation sociale au Québec : un système d'innovation fondé sur la concertation ». *Cahiers du Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES)* no ET0907.
- Klein, J.-L., Fontan, J.-M, C. Saucier, C., Tremblay, D.-G., . Tremblay P.-A. et Simard, M. (2010). « Les conditions de réussite des initiatives locales de lutte contre la pauvreté et l'exclusion qui mobilisent des ressources de l'économie sociale ». *Cahiers du Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES)*, no ET1002.
- Klein, J.-L., Fontan, J.-M. et Tremblay, D.-G. (2011). Les initiatives locales et la lutte contre la pauvreté et l'exclusion. Dans J.-L. Klein et C. Champagne (dir.) *Initiatives locales et Lutte contre la pauvreté et l'exclusion* (p.13-29). Presses universitaires du Québec.
- Klein, J.-L. et Guillaume, R. (2014). *Vers une nouvelle géographie économique. Québec*. Presses de l'Université du Québec.

- Klein, J.L.; Laville, J.-L. et Moulaert, F. (2014). L'innovation sociale : repères introductifs. Dans *L'innovation sociale*. Toulouse, France: ERES.
- Klein, J.-L. et Morrissette, P. (2014). « Le développement économique communautaire et la cohésion sociale à Montréal : une recherche partenariale sur l'apport des CDEC ». *Cahiers du Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES) no ET1303* Récupéré de http://crises.uqam.ca/upload/files/publications/etudes-theoriques/Cahier_CRISES_ET1303.pdf
- Klein, J.-L. et Roy, M. (dir.). (2013). *Pour une nouvelle mondialisation. Le défi d'innover*. Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Klein, J.-L. et Shearmur, R. (dir.). (2017). *Montréal : la cité des cités*. Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Klein, J.-L., Tremblay, D.-G., Sauvage, L., Ghaffari et W. Angulo (2019) Cultural Initiatives and Local Development: A Basis for Inclusive Neighborhood Revitalization. *Urban Planning*. Vol. 4,1,78-90. DOI: 10.17645/up.v4i1.1658
- Klein, J.-L. et Tremblay D.G. (2010a). Créativité et cohésion sociale en milieu urbain : pour une ville créative pour tous. [Chapitre de livre]. Dans R. Tremblay et D.-G Tremblay (dir.) *La classe créative selon Richard Florida*, (p.201-221). Québec/ Rennes, Presses de l'Université du Québec/ Presses Universitaires de Rennes.
- Klein, J.-L. et Tremblay, D.-G. (2010b). Can we have a « Creative City » without forgetting Social Cohesion? Some avenues of reflection. *Plan Canada*. 50(2) 27-29.
- Klein, J.-L. et Tremblay, D.-G. (2010c). Social Actors and their Role in Metropolitan Governance in Montréal: Towards an Inclusive Coalition? *GeoJournal*. Vol. 75, 6, 567-579 (DOI 10.1007/s10708-009-9270-0)
- Kosianski, J. (2011). Territoire, culture et politiques de développement économique local : une approche par les métiers d'art. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 1, 81-111. doi:10.3917/relu.111.0081.
- Kosianski, J. (2004). Les pôles métiers d'art : des démarches empiriques de développement local relevant des réseaux de solidarité territoriale à finalité productive? *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 3, 391-414. doi:10.3917/relu.043.0391.
- Kresl, P.-K. (2012). Urban Competitiveness and US Metropolitan Centres. *Urban Studies* 49(2)2, 239-254.

- Landry, C. (2001). *The creative city, a toolkit for urban innovators*. Earthscan Education Limited, London.
- Lanoir, C. (2011). *La Place de la culture dans un quartier en proie à une proche gentrification. Observations et analyses au sein du quartier de Tophane à Istanbul*. (Mémoire de master). Université Paul Valéry. Montpellier III. Récupéré de <http://oui.hypotheses.org/files/2011/06/M%C3%A9moire-Camille-Lanoir.pdf>
- Laramée, A. et Vallée, B. (2005). *La recherche en communication. Éléments de méthodologie*. Québec. Télé-université Québec.
- Lareau, C. (2016). *L'apport de la culture à la revitalisation urbaine intégrée : le cas du quartier Sainte-Marie à Montréal*. (Mémoire de maîtrise non publié] Université du Québec à Montréal.
- Laville, J.-L. (2008). *Le travail. Une nouvelle question politique*. Paris, Desclée de Brouwer.
- Lavoie, J.-P; Rose, D; Burns, V. et Covanti, V. (2011). La gentrification de La Petite-Patrie. Quelle place et quel pouvoir pour les aînés ? *Diversité urbaine*, 11(1), 59-80.
- Leclerc, P. (2009). Interview avec Mario Fortin. Tous les chemins mènent au Beaubien (Cinéma Beaubien) - *Conférence Régionale des Élus de l'Île-de-Montréal*. <http://cinemabeaubien.com/fr/notre-cinema>
- Lees, L. et Davidson, M. (2010). 'New-build gentrification: Its histories, trajectories, and critical geographies'. *Population, Space, and Place*, 16(5), 395-411.
- Lefèvre, B. (2017). Industries culturelles et identités territoriales. Les *clusters*, espaces de tensions entre action économique et objet de distinction. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 18/1(1), 5-20. Récupéré de <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2017-1-page-5.htm>.
- Lehman-Frisch, S. (2008). « Gentrifieurs, gentrifiés » : cohabiter dans le quartier de la Mission (San Francisco). *Espaces et sociétés*, 132-133(1), 143-160. doi:10.3917/esp.132.0143.
- Leloup, F; Moyart, L. et Pecqueur, B. (2005/4). « La gouvernance territoriale comme nouveau mode de coordination territoriale ? *Géographie, économie, société*, 7, 321-332.

- Leplat, J. (2000). « De l'étude de cas à l'analyse de l'activité », *Perspectives interdisciplinaires sur le travail et la santé*. Récupéré de <http://pistes.revues.org>
- Leriche, F., Daviet, S., Sibertin-Blanc, M. et Zuliani J.-M. (2008). *L'économie culturelle et ses territoires*. Toulouse, Presses Universitaires du Mirail.
- Levine, M. (2010). La « classe créative » et la prospérité urbaine Mythes et réalités. Dans R. Tremblay et D.G. Tremblay (dir.) (2011). *La classe créative selon Richard Florida. Un paradigme urbain plausible?* (p. 87-112). Sainte-Foy, Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Ley, D. (1994). Gentrification and the politics of the new middle class. *Environment and Planning D: Society and Space*, 12(1), 53-74.
- Lipietz, A. et Bronsard, C. (1984). Le fordisme périphérique étranglé par le monétarisme central. *L'Actualité économique*, 60(1), 72-94.
- Loubet des Bayle, J.-L. (2000). *Initiation aux méthodes des sciences sociales*. Paris - Montréal : L'Harmattan.
- Markusen, A. (2008). Les artistes au cœur du développement urbain : une approche par les métiers. Dans F.Leriche., S. Daviet., M. Sibertin-Blanc et J.-M. Zuliani, (dir.) *L'économie culturelle et ses territoires* (p.217-230). Toulouse, Presse universitaires du Mirail.
- Markusen, A. (2006a). Cultural planning and the creative city. *Paper presented at the annual meeting of the American Collegiate Schools of Planning*. Fort Worth, Texas. November 12.
- Markusen, A. (2006 c). Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists. *Environment and Planning A*, 38, 1921-1940.
- Markusen, A. et King, D. (2003). *The artistic dividend: the art's hidden contributions to regional development*. Minneapolis University of Minnesota, Minneapolis [En ligne] <https://www.giarts.org/sites/default/files/The-Artistic-Dividend.pdf>
- Markusen, A. et Schrock, G. (2006). The artistic dividend: Urban artistic specialisation and economic development implications. *Urban studies*, 43(10), 1661-1686.
- Mendell, M. (2006). L'empowerment au Canada et au Québec : enjeux et opportunités. *Géographie, économie, société*, vol. 8(1), 63-85. doi:10.3166/ges.8.63-86.

- Mingione, E. (2016). L'innovation sociale face aux défis de la globalisation : tensions et illusions. Dans Klein *et al.* *La Transformation sociale par l'innovation sociale* (p.35-47). Québec. Presses de l'université du Québec.
- Mingione, E. (2014, 22 mars). L'État social tel qu'on le connaissait est mis à mal. Les mesures adoptées pour résoudre la crise en Europe n'ont fait qu'amplifier l'inégalité et la discrimination. *Le Devoir*. Récupéré de <http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/403062/mondialisation-l-etat-social-tel-qu-on-le-connaissait-est-mis-a-mal>
- Mistral, J. et Boyer, R. (1983). Politiques économiques et sortie de crise : du carré infernal à un nouveau New-Deal? *Futuribles 70*. Récupéré de <https://www.futuribles.com/fr/revue/70/politiques-economiques-et-sortie-de-crise-du-carre/>
- Mommaas, H. (2004). Cultural clusters and the post-industrial city: Towards the Remapping of urban Cultural Policy. *Urban studies*, 41, 507-532.
- Morin, R., Latendresse, A. et Parazelli, M. (1994). *Les corporations de développement économique communautaire en milieu urbain : l'expérience montréalaise*, 5 Montréal. Université du Québec à Montréal.
- Moulaert, F. (2009). Le développement territorial intégré : le rôle des rapports sociaux. *Canadian Journal of Regional Science/Revue canadienne des sciences régionales*, XXXII (1), 43-58.
- Moulaert, F., Demuyneck, H. et Nussbaumer, J. (2004). Urban renaissance: from physical beautification to social empowerment analysis of urban trends, culture, theory, policy, action. *City*, 8(2), 229-235, doi: 10.1080/1360481042000242175.
- Moulaert F., Morlicchio E. et Cavola, L. (2007). Social exclusion and urban policy in European cities: Combining "Northern" and "Southern" European perspectives *International handbook of urban policy*, 1-138-158.
- Moulaert, F et J, Nussbaumer. (2008). *Logique sociale du développement territorial*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Novy, A. (2013). Preliminary reflections on an eco-social civilization model for the 21st century. Dans J-L. Klein et M. Roy (dir.). *Pour une nouvelle mondialisation : le défi d'innover* (p.311-324). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Paugam, S. (2018). Introduction. Dans : Serge Paugam éd., *Le lien social* (pp. 3-6). Paris cedex 14, France: Presses Universitaires de France.

https://www.cairn.info/feuilleter.php?ID_ARTICLE=PUF_PAUGA_2018_01_0003

- Peck, J. (2005). Struggling with Creative Class. *International Journal of urban and regional research*, 29, 740-770.
- Peck, J., Theodore, N., et Brenner, N. (2013). Neoliberal urbanism redux? *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(3), 1091-1099.
- Pecqueur, B. (2014/3). Esquisse d'une géographie économique territoriale. *L'Espace géographique*, 43,198-214.
- Pecqueur, B. (2014, Mars 22.). Développement territorial. De la concertation locale à la mondialisation. *Le Devoir*. Récupéré de <http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/403063/d>
- Pecqueur, B. (2007). L'économie territoriale : une autre analyse de la globalisation. *L'Économie politique*, 33(1), 41-52.
- Pecqueur, B. (2005). Les territoires créateurs de nouvelles ressources productives : le cas de l'agglomération grenobloise. *Géographie, économie, société*, vol. 7(3), 255-268. doi:10.3166/ges.7.255-268.
- Pecqueur, B et Peyrache-Gadeau, V. (2010/4). « Fondements interdisciplinaires et systémiques de l'approche territoriale Introduction ». *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 4, 613-623.
- Pilati et Tremblay, D.-G (2007). Le développement socio-économique de Montréal : La cité créative et la carrière artistique comme facteurs d'attraction? *Canadian Journal of Regional Science/Revue canadienne des sciences régionales*, XXX (3), 475-496.
- Pilon, S. et Tremblay, D.-G. (2013). A cultural Perspective of the Geography of Clusters: The Case of the Video Games Clusters in Montreal and in Los Angeles. *Urban Studies Research*. 2013, 1-9, Récupéré de <http://dx.doi.org/10.1155/2013/957630>
- Porter, M. E. (1996). Competitive advantage, agglomeration economies, and regional policy. *International regional science review*, 19(1-2), 85-90.
- Pratt, A.-C. (1997). « The cultural industries production system: A case study of employment change in Britain, 1984-91 ». *Environment and Planning A*, 29(11), 1953-1974. doi: 10.1068/a291953.

- Precedo, A., Orosa, J. et Miguez, A. (2010). De la planificación estratégica al marketing urbano: hacia la ciudad inmaterial. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos y Regionales. EURE*, 108, 5-27.
- Quentin, I. (2012). *Méthodologie et méthodes de l'étude des cas*. [En ligne] <https://isabellequentin.wordpress.com/2012/04/02/methodologie-et-methodes-de-letude-de-cas/>
- Relph, E. (1976). *Place and Placelessness*. London: Pion.
- Rius-Ulldemolins, J. et Posso-Jiménez, L. (2016). Cultura, transformación urbana y empoderamiento ciudadano frente a la gentrificación: Comparación entre el caso de Getsemaní (Cartagena de Indias) y el Raval (Barcelona). *EURE*, [online]. 42(126), 97-122.
- Rius-Ulldemolins, J. et Sánchez-Belando, M.-V. (2015). Modelo Barcelona y política cultural: usos y abusos de la cultura por parte de un modelo emprendedor de desarrollo local. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos y Regionales. EURE*, 41(122), 103-123.
- Rochman, J. (2012). *La cohésion sociale et les CDEC : Le cas du cinéma Beaubien* [Présentation PowerPoint].
- Rose, D. (1984). Rethinking gentrification: beyond the uneven development of Marxist urban theory. *Environment and Planning D: Society and Space*, 2(1), 47-74.
- Rousselière, D. et Bouchard, M.-J. (2010). *Cité créative et économie sociale culturelle : étude de cas de Montréal. Chaire d'économie sociale*. Cahier de la Chaire de recherche du Canada en économie sociale. No R -2010-02.
- Roy, S.-N. (2009). L'étude de cas. Dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale de la problématique à la collecte de données* (5 e éd., p. 199-225). Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Roy-Valex, M. (2010). Arts, territoires et « nouvelle économie » Quelles perspectives ouvertes par la théorie du capital créatif? Dans R. Tremblay et D.G. Tremblay (dir.). *La classe créative selon Richard Florida. Un paradigme urbain plausible?* (p. 37-86). Sainte-Foy. Presses de l'Université du Québec.
- Sabatini, F; Darella-Roble, M. et Vásquez, H. (2009). Gentrificación sin expulsión, o la ciudad latinoamericana en una encrucijada histórica. *Revista 180*, 24, 18-25.
- Sacco, P.-L. Tavano Blessi, G. (2005 b). Distretto culturale e aree urbane. *Economia della cultura*. 15(2), 153-165.

- Sacco, P.-L., Tavano Blessi, G. et Nuncio, M. (2008). « *Culture as an Engine of Local development processes: System-Widw Cultural districts* ». [En ligne]. http://www.sociologia.unimib.it/DATA/Insegnamenti/14_3680/materiale/wp_2008_05.pdf
- Sagot-Duvaouroux, D. (2011). Comment mesurer la valeur vaporeuse de la culture? *Place publique*, 49-52.
- Sassen, S. (2011, mars). Est-ce la faute de la mondialisation ? Entrevue. *Le Devoir*.
- Sassen, S. (2007). *Deciphering the Global: Its Scales, Spaces and Subjects*, London: Routledge.
- Sassen, S. (2001). *Global cities: New York, London, Tokyo*. Princeton, NJ: Princeton : University Press.
- Sassen, S. (1996). Cities and Communities in the Global Economy. *American Behavioral Scientist*, 39(5), 629-39.
- Savoie-Zajc, L. (2010). L'entrevue semi dirigée. Dans B. Gauthier (dir.) *La recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* (p.337-360). Québec. Presses de l'université du Québec.
- Schlesinger, P. (1990). *L'identité nationale, de l'incantation à l'analyse*. (J. Cheng et D. Dayan, trad.) Hermès, 8-9, 201-239 Royaume-Uni. Université de Stirling.
- Scott, A-J. (2014/3). « Villes et régions du capitalisme cognitif et culturel ». *L'Espace géographique*. 43, 215-226.
- Scott, A. J. (2001), Capitalism, cities, and the production of symbolic forms. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 26, 11-23. doi:10.1111/1475-5661.00003.
- Scott, A-J. (2000). *The Cultural Economy of Citie*. Londres: Sage Publications.
- Scott, A. & Leriche, F. (2005). Les ressorts géographiques de l'économie culturelle : du local au mondial. *L'Espace géographique*, 34 (3), 207-222. doi:10.3917/eg.343.0207.
- Sepe, M. et M. Pitt. (2014). The Character of Place in Urban Design, *Urban Design International*, 19(3), p. 215-227.
- Shearmur, R. (2010). L'aristocratie du savoir et son tapis rouge. Quelques réflexions sur les thèses de Richard Florida. Dans R. Tremblay et D.G. Tremblay, D-G (dir.), *La classe créative selon Richard Florida. Un paradigme urbain*

- plausible?* (p.113-134). Sainte-Foy, Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Smith, N. (1996). *The New Urban Frontier. Gentrification and the Revanchist City*. Oxford, Routledge
- Stern, M-J. et Seifert, S-C. (2010). Cultural Clusters: The Implications of Cultural Assets Agglomeration for Neighborhood Revitalization. *Journal of Planning Education and Research*, 29(3), 262–279.
- Swyngedouw, E. et Kaika, M. (2005/2). La production de modernités urbaines « locales » : explorant les failles dans le miroir. *Géographie, économie, société*, (7), 155-176. doi: 10.3166/ges.7.155-176.
- Swyngedouw, E., Moulaert, F. et Rodriguez, A. (2002). *Neoliberal Urbanization in Europe: Large-Scale. Urban Development. Projects and the New Urban Policy*. Oxford. Editorial Board of Antipode.
- Thompson, W-R. et Thompson, P-R. (1985). From industries to occupations: Rethinking local economic development. *Economic Development Commentary* 9(3), 12-18.
- Tobar, K. (2017). Quatre-vingts ans d'émotions partagées au Beaubien. *Le Devoir*. Récupéré de <https://www.ledevoir.com/culture/cinema/514528/quatre-vingts-ans-d-emotions-partagees-au-beaubien>
- Tremblay, D.-G. (2008a). *L'éclatement de l'emploi*. Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Tremblay, D.-G. (2008b). *Formes de travail et politiques d'emploi : les enjeux*. Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Tremblay, D.-G., Klein, J.-L. et Rochman, J. (2014). Le développement économique communautaire et la cohésion sociale : le cas du cinéma Beaubien à Montréal. *Cahiers du CIRTES hors-série*, 4,21-40.
- Tremblay, R. et Tremblay, D-G. (dir.). (2010). *La classe créative selon Richard Florida*. Québec/Rennes, Presses de l'Université du Québec/ Presses Universitaires de Rennes.
- Tremblay, D.-G, Klein, J.-L. et Fontan J-M. (2009). *Initiatives locales et développement socio-territorial*. Québec, Qc, Télé-université et Presses de l'université du Québec, 370 p.
- Trudelle, C., Fontan, J.-M., Klein, J.-L. et Tremblay, D-G. (2016). Urban Conflicts and Socio-Territorial Cohesion: Consensus-Building and Compromise in the

- Saint-Michel Neighborhood in Montreal. *Canadian Journal of Urban Research*, 24, (2), 138-157.
- Unceta, A.; Castro-Spilla, J. et Fronti, J.-G. (2016). Social innovation indicators. *The European Journal of Social Science Research*, 29, 192-204.
- UNESCO. (2015). *Éducation à la citoyenneté mondiale Préparer les apprenants aux défis du XXIe siècle*. Paris : éditions Unesco. Récupéré de <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002300/230062f.pdf>
- Vallancien, G. (2017). Ecce Homo... artificialis. *Le Débat*, 193(1), 167-181.
- Ville de Montréal. (2013). *Profil des districts électoraux. Rosemont-La Petite-Patrie, Montréal* Récupérée de http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/MTL_STATS_FR/MEDIA/DOCUMENTS/ROSEMONT%96LA%20PETITE-PATRIE_2013.PDF
- Ville de Montréal. (2011). *Profil sociodémographique de Rosemont-La Petite-Patrie, Montréal* Récupéré de http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/MTL_STATS_FR/MEDIA/DOCUMENTS/PROFIL_SOCIODEMO_ROSEMONT.PDF
- Ville de Montréal. (2011). *Profil sociodémographique de la ville de Montréal, Montréal*.
- Ville de Montréal. (2009). *Profil des districts électoraux. Rosemont-La Petite-Patrie, Montréal* Récupérée de http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/MTL_STATS_FR/MEDIA/DOCUMENTS/ROSEMONT%96LA%20PETITE-PATRIE_2009.PDF
- Ville de Montréal. (2006). *Profil sociodémographique de la ville de Montréal, Montréal*.
- Ville de Montréal. (2004). *Profil socioéconomique de Rosemont-La Petite-Patrie, Montréal* Récupéré de http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/page/PES_Publications_FR/Publications/profil_rosemont_2001.pdf
- Ville de Montréal. (2001). *Profil sociodémographique de la ville de Montréal, Montréal*.
- Vivant, E. (2009). *Qu'est-ce que la ville créative?* Paris: Presses Universitaires de France.
- Vivant, E. (2007/4). L'instrumentalisation de la culture dans les politiques urbaines : un modèle d'action transposable ? *Espaces et sociétés*, 131, 49-66.

Yúdice, G. (2003). *The expediency of culture : uses of culture in the global era*.
Duke. University Press.

Sites Internet :

Cinéma Beaubien. www.cinemabeaubien.com

Dupropio: <https://dupropio.com>

Equiterre. equiterre.org Récupéré de :
https://equiterre.org/sites/fichiers/jamq/fiche_acheter_localement.pdf

Google: <https://www.google.ca/maps>

<http://crises.uqam.ca>

<http://ruemasson.com>)

<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002300/230062f.pdf>

<http://ville.montreal.qc.ca>

<http://www.racrpp.org>)

<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-304.htm>

librairie.lireloue.com

<https://www.realtor.ca/>

Regroupement économique et social du Sud-Ouest. <http://www.resomtl.com>

Social Polis. <http://www.socialpolis.eu/>

Statistique Canada. <http://www.statcan.gc.ca/>

Statistiques Québec. <http://www.stat.gouv.qc.ca/>

Ville de Montréal :

<http://ville.montreal.qc.ca/>. www.ledevoir.com/culture/cinema/514528/quatre-vingts-ans-d-emotions-partagees-au-beaubien