

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC EN OUTAOUAIS

LES EXPOSITIONS ITINÉRANTES AU QUÉBEC : CONTEXTE DE
DÉVELOPPEMENT D'UNE PRATIQUE ET ANALYSE DES RESSOURCES

ESSAI PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN MUSÉOLOGIE ET PRATIQUE DES ARTS

PAR
FRÉDÉRIQUE RACINE

LES EXPOSITIONS ITINÉRANTES AU QUÉBEC : CONTEXTE DE
DÉVELOPPEMENT D'UNE PRATIQUE ET ANALYSE DES RESSOURCES

22 JUIN 2022

REMERCIEMENTS

Merci tout spécial à ma famille ainsi qu'à Isabelle, Jacinthe et Sabrina, qui m'ont accompagnée et encouragée à poursuivre mes études à la maîtrise. Sans ces personnes, je ne serais pas rendue où j'en suis aujourd'hui.

Merci à ma directrice d'essai, Mélanie Boucher, qui m'a vue cheminer tout au long de la maîtrise et m'a toujours soutenue et bien encadrée dans la rédaction de cet essai. Et ce, malgré la situation difficile, engendrée par la pandémie, qui nous est tombée dessus au début de notre collaboration.

Merci à tous et à toutes les professeur·es de l'École multidisciplinaire de l'image de l'Université du Québec en Outaouais qui m'ont vu évoluer et qui m'ont outillée et guidée jusqu'à la fin de cette maîtrise.

Merci à Gabrielle, Karol-Ann et Neamat, collègues et compagnes dans ces moments difficiles, qui ont partagé mon cheminement et m'ont appuyée.

Merci au personnel de l'Académie de danse de l'Outaouais et de la Galerie Montcalm, qui m'ont accompagnée lors de mon stage.

Finalement, merci à tous ceux et celles qui ont contribué de près ou de loin à la rédaction de cet essai et m'ont soutenue dans mon parcours.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES	VI
LISTES DES ABRÉVIATIONS.....	VII
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 – REVUE DE LITTÉRATURE : LES EXPOSITIONS ITINÉRANTES	4
1. L’exposition itinérante : définitions et principales caractéristiques.....	4
1.1. Définitions et terminologie	4
1.2. Principales caractéristiques	7
1.3. Notre définition	9
2. L’histoire de l’exposition itinérante des années 1970 aux années 1990 : passage du permanent au temporaire	9
2.1. La crise muséale des années 1970.....	10
2.2. Des solutions à la crise muséale	11
2.3. L’impératif événementiel : une solution, avec des conséquences	13
3. L’exposition itinérante aujourd’hui : avantages et inconvénients.....	15
3.1. Retombées pour les producteur·rices et les lieux d’accueil	16
3.2. Retombées pour les visiteur·euses	18
3.3. Retombées pour les villes et les régions.....	19
CHAPITRE II – LISTE DES RESSOURCES FOURNIES AUX INSTITUTIONS MUSÉALES POUR LA PRODUCTION ET LA MISE EN CIRCULATION D’EXPOSITIONS ITINÉRANTES AU QUÉBEC.....	21
1. Les ressources didactiques	22
1.1. <i>Guide pratique pour réaliser une exposition itinérante</i>	22
1.2. <i>Les expositions itinérantes : guide à l’usage des gestionnaires de tournée</i>	23
2. Les ressources de réseautage.....	24
2.1. Le Marché aux expositions	24
2.2. La section « Produits et services en muséologie » de l’Espace professionnel de la SMQ.....	25
2.3. Les plateformes numériques des producteur·rices	26
3. Les ressources financières	27
3.1. Fédérales	28
3.1.1. Le ministère du Patrimoine canadien	28

3.1.2. Le Conseil des arts du Canada.....	30
3.2. Provinciales.....	31
3.2.1. Le ministère de la Culture et des Communications	31
3.2.2. Le Conseil des arts et des lettres du Québec.....	31
3.2.3. Les partenariats territoriaux.....	32
3.3. Régionales.....	33
3.3.1. Les ententes de développement culturel (EDC)	33
3.3.2. Les partenariats régionaux.....	35
3.4. Municipales.....	36
CHAPITRE III – ANALYSE DES RESSOURCES	38
1. Quantité des ressources	39
1.1. Ressources nombreuses.....	39
1.2. Ressources spécifiques.....	40
2. Qualité du contenu des ressources.....	41
2.1. Actualité du contenu	42
2.2. Exactitude du contenu	42
2.3. Duplication du contenu	43
2.4. Accessibilité du contenu	44
3. Réputation des créateur·rices et des fournisseur·ses des ressources	45
3.1. Objectivité des fournisseur·ses.....	46
3.2. Pluralité des fournisseur·ses.....	47
3.3. Expertise des fournisseur·ses	48
CONCLUSION	50
BIBLIOGRAPHIE.....	53
ANNEXE I – TABLEAU DES PRODUCTEURS D’EXPOSITIONS ITINÉRANTES, PARMI LES 281 MEMBRES DE LA SMQ, CLASSÉS PAR DOMAINE D’EXPERTISE, ET LEUR USAGE DE PLATEFORMES NUMÉRIQUES.....	57
ANNEXE II – OBJECTIFS DES RESSOURCES FINANCIÈRES FÉDÉRALES	69
ANNEXE III – OBJECTIFS DES RESSOURCES FINANCIÈRES PROVINCIALES	72
ANNEXE IV – OBJECTIFS DES RESSOURCES FINANCIÈRES RÉGIONALES	75

**ANNEXE V – ARTICLE 222 DE LA LOI SUR LES COMPÉTENCES
MUNICIPALES DU CHAPITRE VIII DE LA LOI 28 ADOPTÉE LE 20 AVRIL 2015
.....80**

ANNEXE VI – OBJECTIFS DES RESSOURCES FINANCIÈRES MUNICIPALES83

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1. Répartition des ressources selon leurs trois formes répertoriées	39
FIGURE 2. Spécificités des 42 ressources répertoriées.....	41
FIGURE 3. Répartition des créateur·rices et des fournisseur·ses des 40 ressources répertoriées.....	47

LISTES DES ABRÉVIATIONS

CAC	Conseil des arts du Canada
CALQ	Conseil des arts et des lettres du Québec
EDC	Entente de développement culturel
MNS2	Musée de la nature et des sciences de Sherbrooke
SMQ	Société des musées du Québec
SSIM	Service de soutien aux institutions muséales

INTRODUCTION

À partir des années 1990, à l'ère de la communication, un grand changement se fait sentir dans les institutions muséales. Les expositions temporaires deviennent prééminentes dans les programmations des musées et le développement de l'événementiel ne fait qu'accentuer les changements. Les musées sont soumis à l'impératif événementiel, mais cette nouvelle forme de pratique permet de réfléchir les expositions autrement et modifie la temporalité des musées (Boucher et Chevalier, 2018). Une des stratégies de cet impératif événementiel prend la forme des expositions itinérantes. Celles-ci permettent aux collections de circuler sur un territoire très étendu et de rejoindre un plus grand nombre de visiteur·euses, et même de renouveler le public.

L'usage des expositions itinérantes ne date pas d'hier. Nous pouvons remonter jusqu'au milieu du XIX^e siècle, lorsque le Victoria and Albert Museum a établi son Département de Circulation. Cette création a permis à ce musée de louer des expositions aux musées et galeries d'art provinciaux ainsi qu'aux écoles de Grande-Bretagne, qui ne pouvaient accéder aussi facilement à leur patrimoine autrement (Floud, 1950 ; Victoria and Albert Museum, 2019). Nous devons comprendre que l'itinérance fait partie de l'évolution des institutions muséales.

Dans le cadre d'un stage avec le Fonds chorégraphique Fernand Nault (FCFN) et la Galerie Montcalm, de l'été 2020 au printemps 2021, j'ai travaillé à la production et à la mise en circulation de l'exposition itinérante intitulée *Fernand Nault : une passion, un legs*. Ce stage m'a révélé l'intérêt et l'étendue du réseau québécois d'expositions itinérantes et la multitude des ressources et des professionnel·les disponibles pour les producteur·rices et les lieux hôtes. Ainsi, malgré le peu de littérature spécifique à ce sujet, il s'avère intéressant et pertinent d'analyser les ressources mises à la disposition des institutions muséales pour la production et la mise en circulation d'expositions itinérantes au Québec.

L'étude de l'histoire et des pratiques de l'exposition prend de l'importance depuis les années 1990. Les expositions itinérantes ont cependant peu été examinées dans ce cadre, surtout au Québec. À la lumière des écrits recensés, nous pouvons effectuer deux constats. Le premier : les expositions itinérantes sont d'abord des expositions temporaires et elles s'inscrivent dans l'impératif événementiel — elles sont habituellement abordées comme telles dans les écrits (Boucher et Chevalier, 2018). Le deuxième : peu de littérature est spécifique aux expositions itinérantes au Québec. Seulement deux études canadiennes (*Étude concernant les expositions itinérantes au Québec* par Nicole Lemay pour le ministère du Patrimoine canadien en 1997 et *Les échanges d'expositions au Canada : analyser les obstacles et trouver des solutions* pour l'Association des musées canadiens en 1998) et deux guides (*Les expositions itinérantes : guide à l'usage des gestionnaires de tournée*, créé en 2005 et mis à jour régulièrement par la Société des musées du Québec [SMQ] et le *Guide pratique pour réaliser une exposition itinérante*, par le Musée de la nature et des sciences de Sherbrooke [MNS2] en 2017) sont sortis depuis les années 1990 sur le sujet.

Au terme de ces constats, il apparaît pertinent de s'intéresser aux diverses ressources mises à la disposition des institutions muséales québécoises pour la production et la mise en circulation d'expositions itinérantes et de poser la question de recherche suivante : quel état peut-on dresser du réseau des expositions itinérantes au Québec ? L'objectif de cet essai est de comprendre le niveau d'expertise des institutions muséales québécoises en le mettant en contexte sous une perspective historique et terminologique ainsi qu'en analysant les ressources qui sont mises à leur disposition.

Concernant la méthodologie de recherche pour cet essai, nous avons d'abord effectué une collecte de données, sous la forme d'une étude documentaire, qui a permis de récolter des informations sur les expositions itinérantes et de mettre en lumière les pratiques québécoises. Dans le but de comprendre le concept des expositions itinérantes dans le monde francophone, nous avons entrepris une revue de littérature dans le premier chapitre. Les écrits recensés portent sur les expositions, la conception d'expositions, l'événementiel et les expositions itinérantes. La collecte de données s'est poursuivie avec le stage, grâce auquel nous avons réalisé une participation observante, où le ou la chercheur·euse entre dans une

réalité en commettant des actes concrets et réels, plutôt qu'en étant un ou une simple observateur·rice (N'DA, 2015). Cette collecte a permis de prendre des notes réflexives et méthodologiques dans un journal de bord en plus d'aider à la réalisation du projet du FCFN, ce qui a facilité l'exploitation des données recueillies lors du stage et fournies par différentes institutions muséales. Ces notes ont servi, notamment, à réaliser la liste des ressources didactiques, de réseautage et financières du deuxième chapitre. Enfin, le troisième chapitre comprend une analyse majoritairement statistique des données qualitatives du premier chapitre et des données quantitatives recueillies dans le deuxième chapitre. Il s'agit d'un type d'analyse hybride, nommé « quasi qualitative » par Paillé (2009), qui vise essentiellement des objectifs de mesure.

Cet essai se décline en trois chapitres. Dans le premier chapitre, nous présentons des définitions du concept d'exposition itinérante et ses trois caractéristiques principales grâce à la revue de la littérature. Puis, nous exposons brièvement le contexte de la crise muséale des années 1970 afin de comprendre le rôle qu'y jouent des expositions itinérantes. Nous finissons ce chapitre en présentant leurs impacts sur les producteur·rices et les lieux hôtes, les visiteur·euses et les villes et les régions. Dans le deuxième chapitre, nous fournissons une liste des ressources didactiques, de réseautage et financières pour la production et la mise en circulation d'expositions itinérantes au Québec. Dans le troisième chapitre, nous analysons cette liste. En conclusion, nous offrons des pistes de recherches futures et discutons du retour des collections et de leur attachement aux expositions itinérantes.

CHAPITRE 1 – Revue de littérature : les expositions itinérantes

Ce chapitre se divise en trois parties et fait état des connaissances sur le concept d'exposition itinérante. Dans la première partie, nous présentons différentes définitions des expositions itinérantes pour en dégager des caractéristiques principales. Dans la deuxième partie, nous illustrons consécutivement les causes, les approches et une solution pour le passage, dans le milieu muséal, du permanent au temporaire dans les années 1970. Dans la troisième partie, nous présentons les avantages et les inconvénients de la circulation des expositions.

1. L'exposition itinérante : définitions et principales caractéristiques

Dans cette première section, nous exposons d'abord six définitions des expositions itinérantes concernant le monde francophone — deux définitions qui proviennent de références françaises et quatre autres de références québécoises. Deuxièmement, nous dégageons des six définitions précédentes trois caractéristiques essentielles aux expositions itinérantes. Troisièmement, nous proposons une définition du concept d'exposition itinérante qui résume les six définitions et se réapproprie les trois caractéristiques.

1.1. Définitions et terminologie

Dans cette première section, nous listons des définitions pertinentes des expositions itinérantes. Nous avons gardé six définitions, parce qu'elles appartiennent au monde muséal francophone et en mettent en valeur les principaux aspects : nous emploierons d'abord deux références françaises du monde muséal, puis nous nous intéresserons à quatre définitions québécoises. En les comparant brièvement, nous pourrions dégager une hypothèse sur le développement d'une expertise au Québec dans ce type d'exposition.

La première définition, celle du comité national français de l'ICOM, s'inscrit parmi d'autres définitions proposées à l'ICOM. Chaque pays peut y définir à sa manière les expositions itinérantes. Par contre, celle du comité français est un exemple très représentatif. Nous avons choisi cette définition parce que le comité national du Canada n'en a pas fourni.

Cette définition met en évidence le fait que les expositions itinérantes peuvent être produites seules ou en partenariat et qu'elles circulent beaucoup. Elles doivent donc posséder une durabilité conséquente et pouvoir s'adapter à tous types de lieux.

Quant à l'exposition itinérante, elle est issue soit d'une coproduction entre différentes institutions, soit de la volonté d'une institution de démultiplier une action de sensibilisation, soit d'une décision de commercialisation. Sa durée de vie est liée au nombre d'étapes, aux conditions de transport, de montages et de démontages successifs. Sa capacité à se déployer dans des espaces différents doit également être prise en compte. (*Projet d'exposition. Guide des bonnes pratiques*, 2014)

La deuxième définition, française, est celle du *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*. Il s'agit d'une référence dans le milieu muséal francophone et, bien que les principaux directeurs de ce dictionnaire soient français, des muséologues québécois reconnus ont participé à sa rédaction. Nous constatons des idées comparables dans les définitions de l'ICOM et du dictionnaire, notamment l'adaptabilité et le fait que les expositions se retrouvent dans plusieurs lieux consécutifs.

Les expositions itinérantes sont un type d'exposition temporaire conçue d'emblée pour être présentée (moyennant un droit de location) dans plusieurs lieux successivement, où elles sont susceptibles d'être modifiées ou adaptées. (Desvallées, Schärer et Drouguet, 2011)

La troisième définition provient du gouvernement du Québec et permet de justifier les demandes de financement pour des expositions itinérantes qui lui sont soumises. Il s'agit d'une définition simple, mais efficace, qui regroupe plusieurs caractéristiques : mobile, plusieurs lieux d'accueil, légère, robuste, démontable, adaptable. Les quatre dernières caractéristiques permettent de mieux répondre aux exigences des deux premières.

Exposition conçue pour être présentée successivement dans plusieurs lieux d'exposition. Note(s) : Une exposition itinérante est généralement légère, robuste, démontable et adaptable à divers espaces. (Gouvernement du Québec, 2019)

La quatrième définition émane d'un guide pratique réalisé en 2007 pour le Ministère de la Culture et des Communications sur la conception d'expositions. Bien qu'il n'explore pas spécifiquement les expositions itinérantes (mais les expositions en général), il en offre une définition complète — la plus longue jusqu'à présent. Celle-ci confirme le premier

objectif, la circulation, et montre que les expositions itinérantes sont pensées en conséquence. On précise aussi les bénéfices possibles : la création de contacts, l'échange d'expertise, le renouvellement du contenu, la simplification du travail pour le personnel des lieux d'accueil.

L'exposition itinérante est une exposition qu'on offre à une autre institution ou qu'on conçoit dans le but de la faire circuler. Elle constitue une forme d'échange entre les institutions et permet à l'institution muséale qui la conçoit une diffusion plus large de son expertise. Pour les institutions muséales qui reçoivent les expositions itinérantes, elles deviennent une source précieuse de renouvellement. Elles permettent également un répit au personnel qui peut se consacrer à d'autres productions internes à venir. Voir à ce sujet le très bon guide électronique réalisé par la Société des musées québécois [notre version, que nous verrons plus bas, date de 2020, car leurs guides sont mis à jour régulièrement, mais il existait déjà à l'époque]. (Blais et Gagnon, 2007)

La cinquième définition est celle d'un guide du Musée de la nature et des sciences de Sherbrooke (MNS2), conçu en 2017. Il s'agit du plus récent de l'ensemble présenté dans cette section, mais la définition reste similaire à celle du gouvernement du Québec. Dans ce guide, les caractéristiques de l'exposition itinérante sont : polyvalente, légère, adaptable, transportable.

C'est une exposition conçue pour être présentée dans plus d'un lieu. Son design polyvalent et léger lui permet de s'adapter à toutes sortes de salles, d'environnements et de publics, ce qui facilite les assemblages et transports fréquents. (MNS2, 2017)

La sixième définition est proposée dans le guide électronique de la SMQ. Il s'agit de la plus détaillée. Elle représente bien la vision muséale québécoise sur le sujet, puisque l'organisme regroupe une grande partie des musées du Québec. Nous comprenons que les objectifs des expositions itinérantes sont multiples et dépassent les frontières des lieux d'accueil. La rencontre permise par cet outil de communication n'est pas limitée aux visiteur·euses et aux nouveaux partenaires. Elle se fait directement avec toute la région dans laquelle les lieux hôtes se situent. Il s'agit d'une manière pour les producteur·rices d'étendre leur influence, de montrer leur expertise et de diffuser plus largement leur contenu.

Les expositions itinérantes constituent des outils de communication et d'accès au patrimoine. Ces expositions sont souvent au centre des activités de diffusion et d'éducation qui visent à communiquer avec de nouveaux publics et à étendre les activités du musée à de nouveaux lieux d'accueil (bibliothèques, écoles, centres

culturels) et à de nouveaux territoires, qu'il s'agisse de nouvelles régions ou de nouveaux pays. Certains des lieux où elles peuvent être présentées sont davantage accessibles parce qu'ils sont plus familiers pour une partie du public. Les expositions itinérantes permettent aussi aux habitant·es de petites localités de connaître une plus grande diversité culturelle.

La rencontre du musée avec de nouveaux publics permet d'augmenter la diffusion et le partage de la recherche et des contenus élaborés à l'intérieur d'une institution. (SMQ, 2020)

Ces six définitions sont, comme nous l'avons vu, comparables. Elles témoignent du fait que l'emploi du terme « exposition itinérante » est déjà bien fixé au Québec. Cette équivalence dans les définitions rend compte d'une forte expérience dans le domaine, puisque tous s'accordent sur ses caractéristiques principales. Ces définitions sont généralement claires et concises (il semble inutile de s'épandre sur un sujet acquis). De plus, exception faite de celle du comité national français de l'ICOM, l'usage du verbe « concevoir » et la mise en valeur de la fonction (« pour ») y sont mis de l'avant. Ces termes distinguent réellement les expositions itinérantes par le fait qu'elles sont pensées dès le départ en fonction de leur circulation.

1.2. Principales caractéristiques

La section précédente permet de relever trois principales caractéristiques des expositions itinérantes. Elles sont itinérantes, temporaires et conditionnées. Nous analyserons ces trois propriétés les unes après les autres.

Premièrement, l'itinérance. Nous employons habituellement l'adjectif « itinérante », car les expositions se déplacent. Cependant, il s'agit d'une caractéristique qui peut également s'appliquer aux expositions temporaires. Par exemple, une exposition produite en collaboration circulera entre les deux institutions productrices pour être présentée dans chacun des lieux, mais elle n'est pas nécessairement prévue pour être mise en circulation par la suite. L'itinérance, pour les expositions, n'est pas un simple déplacement, il s'agit de tout un parcours, qui peut être prévu ou non. Par imprévu, nous voulons dire qu'un lieu d'accueil peut demander à emprunter l'exposition bien après le début de sa mise en circulation et être ajouté aux présentations. Par exemple, un·e producteur·rice peut laisser l'exposition avec tout son matériel, ses objets et son mobilier en réserve ou en dépôt dans une institution

d'accueil, dans l'attente qu'un autre lieu d'accueil la prenne. Les expositions itinérantes ne sont pas conçues pour un ou des espaces d'expositions pré-déterminés, mais ne se trouvent pas toujours sur la route.

Deuxièmement, les expositions itinérantes font partie de la catégorie des expositions temporaires, plus précisément de la sous-catégorie des semi-temporaires ou temporaires de longue durée (Gob, Drouguet et Bergeron, 2014). On parle souvent de leur courte durée, mais cette périodicité courte est celle de chaque présentation, plutôt que leur durée de vie. En effet, les expositions peuvent circuler pendant des années, mais elles ne restent pas plus de quelques mois dans chaque lieu. Elles touchent des sujets qui n'ont pas le potentiel d'évoluer considérablement pour la durée de la mise en circulation de l'exposition. Par exemple, pour un itinéraire qui peut s'étendre sur cinq ans, le sujet ne doit pas tomber en désuétude après les deux premières années et devenir non pertinent pour les trois autres. Ce problème est particulièrement présent dans le monde de la science et des technologies, avec des avancées constantes et où une technologie peut rapidement devenir obsolète.

Troisièmement, les expositions itinérantes sont conditionnées, car il s'agit d'une marchandise. On doit les préparer pour l'expédition. Conformément à leur caractère itinérant et temporaire, les producteur·rices doivent en prendre compte à compter de la phase de conception. Les choix du sujet, des œuvres, des objets, du design, des dispositifs de communication, des mécanismes de surveillance, du format, de l'accompagnement offert, du transporteur, de l'emballage sont cruciaux (SMQ, 2005 [2020]). Tous ces choix doivent être pris par les institutions dès cette première étape, car les expositions sont présentées dans des lieux très différents les uns des autres. En ne réfléchissant pas à ces possibles obstacles dès la conception, les producteur·rices risquent de se heurter à un mur, d'être dans l'obligation d'augmenter les coûts et le temps de production ou encore de se trouver dans l'impossibilité de prêter l'exposition. Par exemple, un problème assez commun concerne la taille des portes d'accès aux lieux, ce qui demande du mobilier assez petit et démontable pour passer partout et des caisses de transport adaptées (MNS2, 2017). La distinction se fait donc à cette étape cruciale où la plupart des décisions sont prises afin que les expositions puissent se déplacer en tout lieu. Dans un monde idéal, l'itinérance est incluse dès le départ, parce qu'elle peut

modifier l'expographie, le design du mobilier et le choix des œuvres selon la mobilité et l'adaptabilité (MNS², 2017 ; SMQ, 2020). Une production optimale passe également par un sujet qui correspond aux valeurs et à la mission des producteur·rices, puisque les expositions les représentent. Elles agissent comme une signature, une image de marque. Le sujet doit être assez universel, attrayant et pertinent — sans devenir redondant — pour voyager un peu partout (SMQ, 2020). Les institutions doivent aussi se concerter avec l'Institut de conservation pour que l'état des objets demeure le même avant, pendant et après la circulation. Cette règle vaut également avec le mobilier, qui doit pouvoir entrer dans n'importe quel type de lieu. Enfin, le scénario doit être malléable, d'où l'importance de zones autonomes (MNS2, 2017). Les expositions doivent être en tous points adaptables, afin qu'elles « survivent » au transport, au temps, aux visiteur·euses, aux contraintes de toutes sortes et qu'elles demeurent vendables.

1.3. Notre définition

Dans cette troisième section, nous fournissons une définition du concept d'exposition itinérante qui s'approprie ses trois principales caractéristiques dégagées dans la deuxième section, c'est-à-dire itinérante, temporaire et conditionnée. Cette définition résulte de la consultation des six définitions que nous observerons subséquemment dans ce premier chapitre.

Une exposition itinérante se déplace dans différents lieux d'accueil, selon un itinéraire qui n'est pas nécessairement planifié, d'où l'importance de son adaptabilité — notamment grâce à un mobilier flexible, durable et léger. Une exposition itinérante est également temporaire, ce qui pousse souvent les concepteur·rices vers la simplicité. Enfin, une exposition itinérante est conditionnée, car dès la conception les producteur·rices l'équipent en fonction des qualités nécessaires à son caractère itinérant et temporaire.

2. L'histoire de l'exposition itinérante des années 1970 aux années 1990 : passage du permanent au temporaire

Dans cette deuxième section, nous examinerons le contexte ayant mené à un usage accru des expositions itinérantes dans les institutions muséales. Dans la première sous-section, nous explorerons les deux causes principales de la crise des musées dans les

années 1970 : les problèmes de financement et la remise en question de l'identité des institutions muséales (Allard, 2012 ; Harrison, 2005). Dans la deuxième sous-section, nous observerons deux approches complémentaires aux causes de la crise : les démarches économique et sociale. Dans la troisième sous-section, nous considérerons la solution que représente l'impératif événementiel, dont font partie les expositions itinérantes, et ses trois grandes conséquences sur le monde des musées. Ces conséquences, que nous traiterons consécutivement, sont l'accélération du rythme des musées, l'apport d'un financement alternatif et un rapprochement entre les institutions et les visiteur·euses.

2.1. La crise muséale des années 1970

Dans la deuxième moitié du XX^e siècle, le monde vit plusieurs crises sociales et économiques et les musées n'y échappent pas. Les institutions ressentent un besoin de redéfinition de leurs valeurs et de leur mission, ce qui montre qu'elles subissent une période de grands bouleversements (Harrison, 2005). Le Québec n'est pas épargné. Dans les années 1970, les musées assument leur rôle de communicateurs, prêts à changer les mentalités, mais perdent en même temps une grosse part du soutien financier de l'État (Boucher et Chevalier, 2018 ; SMQ, 2020).

La première cause de la crise muséale est donc le manque de financement. Du point de vue économique, les musées ont de la difficulté à trouver un financement conséquent et régulier dans les années 1970. Cependant, on peut constater qu'au début des années 2000, les problèmes de financement sont toujours présents (Harrison, 2005). Au Québec, comme ailleurs, les nombreux changements au sein des gouvernements n'aident pas à créer un climat propice à un financement optimal du secteur public. Encore aujourd'hui, il peut s'avérer difficile de trouver du financement auprès du gouvernement dans le domaine culturel.

Le financement n'est donc pas un problème exclusif aux années 1970. L'apport de capital fluctue constamment et, d'une année à l'autre, les institutions ne peuvent pas toujours le prévoir (Harrison, 2005 ; Alexander et Alexander, 2008 [1979]). Cependant, il reste que dans les années 1970, en ajoutant ce problème à la crise identitaire, les musées sentent le besoin de se réinventer et de pallier ces difficultés devenues trop incommodes.

La deuxième cause de la crise muséale est une introspection à laquelle certains musées se livrent et nous pouvons deviner un tournant mondial à ce questionnement dans les années 1970-80. En effet, comme le remarque Bennet (1995), les musées étaient autrefois réservés à une certaine élite, qui utilisait les collections comme leviers du pouvoir. Cet élitisme, bien que théoriquement effacé à la fin du 19^e siècle, a pu repousser encore certaines classes, qui ne se sentaient pas à leur place ou soutenues lors de leur visite (Bennet, 1995). Avec la désertion de certains types de visiteur·euses, les musées se demandent quel est leur rôle dans la société. De fait, s'il est vrai que concevoir des musées sans collection est difficile, des musées sans visiteur·euse le sont davantage. Les missions des musées passent ainsi dans les années 1970-90 de la conservation, la recherche et la diffusion à l'éducation, avec une réelle participation à la mutation des sociétés (Allard, 2012). Les musées veulent s'impliquer auprès de leurs visiteur·euses et des communautés dans lesquelles ils sont implantés.

2.2. Des solutions à la crise muséale

Nous observerons deux approches pour régler cette crise muséale. La première est économique, par la hausse du tourisme culturel : les musées doivent s'inscrire dans l'industrie et modifier leur structure selon une base commerciale (Allard, 2012). La deuxième est sociale, grâce aux institutions qui, en tant qu'agents de transformation, s'engagent politiquement et socialement (Allard, 2012). Nous allons étudier successivement les exemples des États-Unis et de l'Europe, qui illustrent respectivement les deux approches (économique, sociale) mentionnées.

La première approche veut permettre aux musées d'avoir un financement en continu. Du côté des États-Unis, le modèle d'affaires est imposé aux musées pour les faire entrer dans l'industrie touristique (Harrison, 2005). Les activités commerciales (surtout les boutiques) sont de plus en plus importantes dans les musées et sont la source de revenus principale des musées américains (Tobelem, 1990 ; Wireman, 1997). Le pays est reconnu pour son efficacité dans le domaine du financement et pour son succès auprès du public (Tobelem, 1990).

Cette réputation vient du fait que les musées aux États-Unis ont su adapter les meilleures techniques de gestion pour leur propre administration (Tobelem, 1990). Ce type de gérance s'applique d'ailleurs à la plupart de leurs institutions culturelles (Tobelem, 1990). Les États-Unis fonctionnent sur un mode d'administration des musées (*charitable trust*) qui remonte à une méthode plusieurs fois centenaire (Tobelem, 1990). Dans ce pays, le financement privé demeure le plus actif et le plus fonctionnel. Il est donc normal que leur type de gestion financière semble aussi efficace. En revanche, ce mode de financement est plutôt instable (Tobelem, 1990) et ne constitue donc pas une solution miracle. L'administration est d'ailleurs plus professionnalisée aux États-Unis qu'en Europe. Par exemple, dans un musée donné, en plus du ou de la directeur·rice, on peut retrouver un ou une gestionnaire (*manager*) qui s'occupe de tout le côté bureaucratique (Tobelem, 1990). L'arrivée de ce ou cette dernier·ère dans les musées américains permet vraiment d'enclencher un tournant commercial à partir des années 1970, puisqu'il ou elle apporte de nouvelles techniques de gestion (Mairesse, 2010).

La deuxième approche veut centrer davantage les musées sur leurs visiteur·euses pour s'en rapprocher (Mairesse, 2021). Du côté de l'Europe, les musées expérimentent plusieurs méthodes et se tournent davantage vers les communautés et leurs besoins. L'accent est alors mis sur l'identité des institutions, pour permettre ce recentrement (Harrison, 2005). De plus, pour les institutions européennes, il peut être plus difficile de voir les musées comme des entreprises, notamment si nous pensons aux collections en tant que produits. Par exemple, le processus de désaccession ou désadhésion (*deaccessioning*) est particulièrement redouté par les musées européens. Plus populaire aux États-Unis, il donne la possibilité aux institutions de céder ou vendre certains objets (Tobelem, 1990 ; Alexander et Alexander, 2008 [1979]). En fait, ce processus peut sembler négatif pour certains. Les collections deviennent de simples produits, du « stock » comme Mairesse (2021) l'indique, qu'on peut vendre, louer, prêter et qui permettent de créer toute une économie de marché autour des institutions muséales (Tobelem, 2011). Ce procédé est totalement contradictoire avec l'inaliénabilité des œuvres et l'identité muséale, où les objets perdent leur valeur d'échange et d'usage en entrant au musée (Mairesse, 2010).

Ces profils, états-uniens et européens, ne reflètent pas la réalité d'ensemble des institutions américaines et européennes — chaque musée à ses propres méthodes de fonctionnement. Cependant, nous sentons généralement une tendance qui permet de diviser leurs modes de pensée (Alexander et Alexander, 2008 [1979]). Dans les deux cas, le but est de servir le public, en plus de l'attirer pour générer du profit. Seulement, on ne part pas des mêmes préoccupations. Finalement, les deux approches sont compatibles et des solutions efficaces se trouvent souvent en combinant les approches : sans financement, les musées n'augmentent pas la fréquentation des visiteur·euses (car ils n'ont pas les moyens de répondre à leurs attentes et leurs besoins) ; sans visiteur·euses, ils n'ont pas non plus de financement. Pour prouver à leurs partenaires financiers que leur investissement demeure utile, les institutions doivent montrer leur efficacité et le meilleur marqueur est l'augmentation du nombre de visiteur·euses.

2.3. L'impératif événementiel : une solution, avec des conséquences

Dans les années 1990, les mentalités états-uniennes et européennes se rencontrent. L'Europe tente de s'adapter un peu plus au modèle américain — dans le style de Disneyland, tel que le soulève Harrison (2005). Dans cette association des approches, l'impératif événementiel prend toute son importance (Lamoureux, Boucher et Fraser, 2017 ; Boucher et Chevalier, 2018).

Dans cette sous-section, nous verrons tour à tour les trois grandes conséquences qu'a l'événementiel pour attirer les visiteur·euses dans les musées (Boucher et Chevalier, 2018). La première est une accélération du rythme, au point où certains musées s'essouffent et ne peuvent plus suivre la cadence accrue des activités attendues. Les deuxième et troisième conséquences sont plus positives. L'événementiel permet aux institutions d'accéder à un mode de financement plus alternatif et de se recentrer sur leurs visiteur·euses.

La première conséquence, qu'est l'accélération du rythme, est rattachée à une multiplication des expositions et des moyens pour les produire (Armaos, 2000 ; Tobelem, 2011 ; Luckerhoff, 2012). Cette accélération se ressent beaucoup au sein des équipes muséales. Luckerhoff (2012, p.67) explique facilement ce problème d'accélération : « Cette

accélération donne assez rapidement lieu à un paradoxe. Il faut accueillir plus d'expositions-vedettes afin d'avoir les moyens d'accueillir plus d'expositions-vedettes [...]» Elle est coûteuse et modifie la logique de fonctionnement. Ainsi, à peine une équipe monte-t-elle une exposition qu'elle pense déjà à la prochaine (Armaos, 2000 ; Tobelem, 2011). Il s'agit d'un cycle qui semble sans fin. Les musées et leurs collections sont censés devenir intouchables et intemporels mais, avec ce rythme (considéré par certains être « fou »), garder cette image de stabilité semble difficile, ce qui se voit dans le passage du permanent au temporaire, puis à l'événementiel, où tout change rapidement et où les objets peuvent facilement être remplacés au sein d'une exposition (Tobelem, 2011).

Ce phénomène se confirme dans les musées québécois. Au vu de la popularité des expositions temporaires et itinérantes, les institutions dédient certaines salles à celles-ci, quitte à enlever de la surface aux expositions permanentes (Tobelem, 2011 ; Luckerhoff, 2012). En effet, comme la demande augmente, il devient inutile de démonter et remonter chaque fois une partie des expositions permanentes et il est plus aisé de relayer sans cesse des expositions de type temporaire (Luckerhoff, 2012). Il s'agit d'un besoin créé par l'attractivité, qui est à réitérer en permanence, afin de toujours augmenter le nombre de visiteur·euses (Luckerhoff, 2012). Ce besoin fait l'effet d'un couteau à double tranchant, cependant. D'un côté, l'accélération permet de renouveler le public plus rapidement, d'assurer le roulement des collections et d'améliorer l'expertise des équipes muséales. De l'autre, elle peut faire en sorte que les institutions muséales perdent de vue leurs objectifs (Wireman, 1997).

La deuxième conséquence, liée aux nouvelles sources de financement, s'inscrit dans les enjeux de la société de consommation, à laquelle les musées participent. Dans cette optique, ils doivent toujours proposer plus de produits et offrir une variété et une accessibilité. Le principal produit, ici l'exposition, devient de plus en plus important pour les musées. De fait, il y a eu en tout temps des musées profitables économiquement, particulièrement aux États-Unis, mais pas en aussi grand nombre qu'aujourd'hui (Mairesse, 2010). Les choix de produits offerts aux visiteur·euses et autres clientèles rendent en grande partie cette mouvance possible, ce qui nous ramène à l'événementiel et, par association, aux expositions

itinérantes. Pour émerger, soit les musées diminuent leurs dépenses, soit ils augmentent et varient leurs recettes, mais la première option ne permet pas souvent de s'en sortir (Mairesse, 2010).

En variant leurs recettes, les musées peuvent perdre la stabilité qu'apporte un financement continu du secteur public. S'ils doivent toujours redoubler d'efforts pour trouver du financement de sources variées, les résultats ne sont jamais certains (Tobelem, 1990 ; Tobelem, 2011). Cependant, la stabilité du domaine public ne demeure pas à toute épreuve, ce qui doit être mentionné. Entre un financement presque entièrement public, qui crée un certain sentiment de stabilité, et une dépendance, ou un financement de type « marché », qui marchandise les collections et les musées, les institutions doivent choisir (Mairesse, 2010). Dans ce sens, en Europe, certains croient que si l'État veut pouvoir bénéficier des services des musées, il doit investir davantage (Mairesse, 2010). Mais tous les gouvernements ne voient pas le problème de cette manière.

La troisième conséquence, du recentrement sur les visiteur·euses, rend ceux·celles-ci essentiel·les, encore plus qu'ils ou elles ne l'étaient. De fait, sans des visiteur·euses, nombreux·ses, les institutions muséales peuvent difficilement justifier leur utilité sociale. Les collections seraient toujours préservées et étudiées, mais il n'y aurait personne pour les voir et en profiter, d'où l'importance de renouveler le type de visiteur·euses présent·es en ces lieux. Aussi, les institutions muséales n'ont « plus le choix » de les considérer grandement dans tous leurs processus de décisions et même de les mettre en leur centre. Les règles du marché obligent les musées à être plus ouverts au public, car il s'agit des consommateur·rices (Mairesse, 2010 ; Tobelem, 2011). Les musées doivent axer leurs stratégies institutionnelles en fonction de leurs attentes (Soichot, 2011).

3. L'exposition itinérante aujourd'hui : avantages et inconvénients

Dans cette troisième section, nous examinerons successivement les impacts des expositions itinérantes sur différent·es acteur·rices du milieu muséal. Les expositions itinérantes sont efficaces et bénéfiques pour les producteur·rices et les lieux d'accueil, qui sont évidemment les premier·ères affecté·es par leur circulation. Les visiteur·euses et les

villes et régions en retirent également des avantages. Pour la plupart des avantages présentés, il existe cependant des inconvénients. Cette section permet de refléter la pertinence des expositions itinérantes en tant que solution à la crise muséale des années 1970, étudiée dans la deuxième partie de ce chapitre, sans toutefois omettre leurs inconvénients.

3.1. Retombées pour les producteur·rices et les lieux d'accueil

Les expositions itinérantes ont quatre avantages pour les producteur·rices et/ou les lieux d'accueil : faire voir les collections, étendre le réseau, améliorer la visibilité auprès des visiteur·euses, réduire les coûts de production et de présentation.

Premièrement, des producteur·rices qui possèdent des expositions en circulation peuvent effectuer un meilleur roulement de leurs collections et les faire voir un peu partout. Les collections sont les meilleurs « produits » que les musées peuvent offrir aux visiteur·euses. Comme le fait remarquer Wireman (1997, p.33) : « Museums house collections with treasures that can fascinate people. Some have outstanding examples of world-famous masters, such as the paintings by El Greco in the Toledo Art Museum, Ohio. Even without such treasures, a museum's collections properly exhibited will help people understand themselves and their culture. » Et quel musée ne souhaite pas sortir un maximum d'objets simultanément, avec de multiples expositions itinérantes, pour permettre aux visiteur·euses d'entrer en relation avec leur patrimoine ! Évidemment, les déplacements viennent avec quelques risques et inconvénients techniques, notamment au niveau de la préservation (Wireman, 1997 ; SMQ, 2005 [2020]). Avec un bon suivi et un plan de maintenance établi dès la conception, les institutions diminuent grandement les risques.

Le deuxième avantage est le suivant. Grâce à la circulation de leurs expositions, les producteur·rices peuvent étendre leurs réseaux de collaborateur·rices, que ce soient des partenaires ou des lieux d'accueil. Le contraire est aussi vrai, les lieux d'accueil peuvent également tisser des relations avec les institutions productrices ou encore avec d'autres lieux d'accueil. Avec le temps, des réseaux se forment et, quand les producteur·rices commencent à concevoir une exposition, ils ou elles peuvent déjà la promouvoir dans leurs réseaux et commencer à remplir leur calendrier de circulation. Ces réseaux permettent de gagner du

temps et, sur le long terme, de rendre le financement plus facile. Si le musée a planifié un itinéraire d'au moins un an pour l'exposition, elle devient alors plus attrayante pour les partenaires financiers, qui sont certains de sa pérennité (SMQ, 2020 [2005]). Aussi, avec la création d'un réseau, les lieux d'accueil peuvent recevoir des expositions en primeur.

Le troisième avantage des expositions itinérantes est la visibilité qu'elles génèrent pour les institutions productrices auprès de groupes qui n'auraient pas nécessairement été rejoints autrement. Sans avoir à se déplacer dans les musées producteurs des expositions, les visiteur·euses sont amené·es à en apprendre plus sur leur mission, le type de collections qu'ils possèdent, leur expertise, etc. En allant chercher les visiteur·euses dans des lieux plus près de chez eux, plus accessibles et aussi plus nombreux, les musées résolvent le problème du renouvellement tout en permettant aux collections de se faire apprécier par davantage de gens. Dans cet ordre d'idées, la circulation des expositions accroît également la fréquentation des lieux d'accueil. Non seulement auprès des visiteur·euses régulier·ères, qui reviennent plus souvent, mais également auprès de nouveaux types de visiteur·euses, qui ne visitent ordinairement jamais ou rarement un musée. Les producteur·rices et les lieux d'accueil peuvent ainsi utiliser les expositions itinérantes dans une stratégie plus globale de communication. Toute cette visibilité permet d'attirer les visiteur·euses inexpérimenté·es sur le long terme (Wireman, 1997 ; Barré, 2000 ; Tobelem, 2011).

Le quatrième avantage est financier. Avec la circulation des expositions, les lieux d'accueil peuvent diviser les coûts de production des expositions itinérantes entre eux et les producteur·rices peuvent en récupérer une partie, voire la totalité. De cette manière, plus on compte de lieux hôtes, plus l'exposition devient abordable et il ne reste à payer, pour les emprunteur·ses, que les coûts de transport, assurance et maintenance (SMQ, 2020 ; Gob et Drouget, 2014). Produire une exposition peut s'avérer dispendieux, il peut être plus profitable et moins coûteux pour les lieux hôtes d'en louer une que de la créer par soi-même et d'assumer tous les coûts. Le fait de pouvoir diviser le coût de production les rend plus économiques. Même les lieux d'accueil avec un budget réduit peuvent y avoir accès. Par ailleurs, avec le temps, les expositions itinérantes sont devenues plus spécialisées et, par conséquent, encore plus coûteuses. Pour que des producteur·rices puissent amortir les

dépenses de la production, il doit toujours y avoir davantage de lieux hôtes. Les producteur·rices doivent donc s'assurer, avant de concevoir, que l'exposition ne représente pas une perte pour eux ou elles, ce qui freine la liberté en amplifiant l'imputabilité auprès des partenaires financiers (Wireman, 1997). De plus, les expositions itinérantes doivent se distinguer non seulement d'autres types d'activités, mais également des autres expositions proposées, qui créent de la concurrence, pouvant devenir néfaste pour les institutions moins expérimentées et moins préparées (Barré, 2000).

3.2. Retombées pour les visiteur·euses

Les expositions itinérantes ont deux avantages pour les visiteur·euses : elles apportent des expositions d'un peu partout plus près de chez eux ou elles et donnent à voir un contenu plus varié. Le premier avantage est l'accessibilité physique, en termes de lieux à proximité des visiteur·euses. Comme les expositions peuvent circuler sur de longues distances, elles peuvent rejoindre les personnes plus éloignées, notamment en régions. « La population du milieu rural est particulièrement éloignée du musée : par la distance, par les rythmes du travail et de la vie quotidienne, par les préoccupations, par le langage. Or le musée seul présente la caractéristique de détenir et de présenter des objets, des choses réelles, éléments authentiques de notre patrimoine culturel. » (De Varine, 1979, p.3) L'itinérance peut servir à réunir des collections dispersées d'ordinaire à proximité des visiteur·euses. Les visiteur·euses peuvent ainsi communiquer avec les musées et entrer en contact avec leur patrimoine plus facilement (SMQ, 2020).

Le deuxième avantage est l'accessibilité intellectuelle. Avec un prix de location habituellement peu élevé, les lieux hôtes peuvent avoir un roulement plus grand de leurs expositions temporaires. Et les visiteur·euses bénéficient ainsi d'expositions qui touchent des sujets très variés et s'adressent à des types de visiteur·euses tout aussi variés. Les institutions peuvent ainsi fidéliser plus de visiteur·euses et acquérir de nouveaux adhérent·es (Tobelem, 2011). Les expositions permanentes ou temporaires le font aussi, mais les producteur·rices peuvent se permettre un peu plus de liberté avec les expositions itinérantes. Elles n'ont pas besoin d'être conçues avec les mêmes contraintes au niveau de la thématique et des dispositifs de communication que les expositions qui seraient présentées exclusivement en

leur sein. Par exemple, un musée de sciences et technologies pourrait toucher un peu plus à une thématique liée à l'art. Cette exemption est très positive pour les visiteur·euses, qui peuvent être amené·es à voir une autre facette des institutions productrices. Et, comme il y a généralement un roulement plus rapide des expositions, les visiteur·euses peuvent accéder à plus de contenus. Cependant, les expositions itinérantes remplacées en permanence créent une attente chez les visiteur·euses, qui, si cette dernière n'est pas atteinte, risque de diminuer leurs visites au musée (Tobelem, 2011). De plus, en cherchant à faire des expositions itinérantes « populaires » et à se trouver un nouveau public (qu'elles ne sont pas certaines de fidéliser), les institutions risquent de perdre de vue l'intérêt de leurs visiteur·euses régulier·ères (Tobelem, 2011).

3.3. Retombées pour les villes et les régions

Les expositions itinérantes ont deux avantages pour les villes et les régions : un achalandage touristique augmenté et la création ou la modification de l'image de marque. Le premier avantage est lié à l'industrie du tourisme, notamment le tourisme culturel, qui est l'une des plus grandes industries mondiales (Richter, 2005). Avec l'augmentation constante de la population mondiale, le tourisme fleurit généralement. Cette industrie compte des milliers d'activités en tous genres et est profitable, il est donc normal que, dans une visée économique, les musées s'y inscrivent (Wireman, 1997 ; Richter, 2005). Un plus grand nombre de visiteur·euses dans un musée équivaut à plus de touristes dans une ville ou une région. Ce phénomène est particulièrement vrai quant aux expositions de type superproduction (*blockbuster*) (Tobelem, 2011 ; Gorchakova, 2017). Les touristes dépensent, pour la nourriture, les billets d'événements en tous genres, les cadeaux, les souvenirs, les nuitées à l'hôtel (Wireman, 1997). « Exhibitions may be an efficient means for cities to enhance the experiential dimension of a city's tourism offering. » (Gorchakova, 2017, p.4) Les expositions itinérantes peuvent donc faire office de valeur ajoutée pour une ville et lui permettre de construire une offre qui lui est particulière (Wireman, 1997 ; Tobelem, 2011 ; Lefort, 2015 ; Piriou, Ananian et Clergeau, 2017).

Le deuxième avantage est l'image de marque, que peuvent participer à changer les expositions itinérantes. Nous pouvons comparer les expositions itinérantes à des spectacles

en tournée. Plus l'artiste est connu·e et valorisé·e, plus les villes et les régions le sont, même si ce n'est que le temps d'une fin de semaine (Wireman, 1997 ; Barré, 2000 ; Tobelem, 2011). Cet attrait peut aussi mener à la création ou la modification de leur identité nationale (Dean, 1994 ; Lefort, 2015 ; Piriou, Ananian et Clergeau, 2017 ; Gorchakova, 2017). Les villes et régions peuvent utiliser les expositions dans une stratégie de marketing. « [C]apitalizing on an exhibition that has the potential for creating a great deal of interest and attracting new audiences is wise. Such opportunities may occur only once or twice a year, or less. It is very important to make the most of these "local blockbusters." » (Dean, 1994, p.83)

CHAPITRE II – Liste des ressources fournies aux institutions muséales pour la production et la mise en circulation d'expositions itinérantes au Québec

Ce chapitre porte sur les ressources didactiques, de réseautage et financières spécifiques aux expositions itinérantes, à la circulation et à l'événementiel, que nous avons listé à la fin de l'année 2020. Le chapitre se compose de trois sections. La première section liste les ressources didactiques, regroupant deux guides d'accompagnements produits pour soutenir la production d'expositions itinérantes. Ces ressources donnent la possibilité aux acteur·rices principaux·les des expositions itinérantes d'acquérir ou d'améliorer leur savoir-faire en la matière. La deuxième section énumère les ressources de réseautage, sous la forme d'un marché aux expositions et de plateformes numériques (sites Internet). Les sites Internet rassemblent les institutions muséales afin qu'elles partagent leurs connaissances et leurs projets. La troisième section détaille les ressources financières, classées selon le palier de gouvernement qui les offre. Elles aident à la réalisation des expositions itinérantes et à leur mise en circulation.

Les ressources considérées dans ce chapitre ont été circonscrites selon certains paramètres qu'il faut reconnaître, car elles répondent spécifiquement à l'une ou plusieurs de ces trois problématiques : exposition itinérante, circulation ou événementiel. La circulation est liée aux expositions itinérantes, puisqu'elles se déplacent fréquemment. De plus, les expositions itinérantes font partie de l'événementiel, donc peuvent utiliser la plupart de ses ressources. Il est à noter que toutes les ressources qui ont trait à la conception d'expositions en général pourraient être pertinentes pour les expositions itinérantes. Cependant, considérer ici ces ressources nombreuses qui adressent avant tout la conceptualisation et les besoins pour la diffusion des musées producteurs nous éloignerait considérablement du propos. Seules les ressources québécoises ont été prises en compte, puisqu'elles sont le sujet de cet essai, à l'exception des ressources financières, où nous incluons les aides canadiennes fédérales, auxquelles les institutions québécoises ont accès. Pour ces ressources, le choix est

également limité aux programmes de financement qui sont annuels et proposés plus d'une fois dans les quinze dernières années et, donc, qui ont été ou sont récurrents.

1. Les ressources didactiques

Dans cette première partie, nous nous intéresserons à deux guides qui ont chacun une vision et une logique qui leur sont propres. Les deux guides mettent de l'avant les étapes de production et de mise en circulation des expositions itinérantes. L'un s'adresse avant tout aux spécialistes tandis que l'autre cible un lectorat plus général. Tous deux couvrent les aspects des expositions itinérantes, autant pour les producteur·rices que pour les emprunteur·ses. Nous allons observer successivement les deux guides qui sont propres aux expositions itinérantes et voir ce qu'ils apportent aux institutions muséales.

1.1. *Guide pratique pour réaliser une exposition itinérante*

Le premier, le plus récent, *Guide pratique pour réaliser une exposition itinérante* (2017), provient du Musée de la nature et des sciences de Sherbrooke (MNS2). Ce musée est le plus productif en termes de conception et de mise en circulation d'expositions itinérantes au Québec. Il compte présentement 13 expositions actives, c'est-à-dire actuellement en circulation (se référer à l'ANNEXE I). En comparaison, les autres producteur·rices les plus actif·ves sont le Musée canadien de l'histoire, avec 10 expositions, et le Musée d'art de Joliette, avec 6 expositions. Ce sont les trois seul·es producteur·rices membres de la SMQ qui ont plus de 4 expositions actives. Le MNS2 est donc tout désigné pour produire un guide efficace sur les expositions itinérantes.

Ce premier guide est produit pour les professionnel·les en muséologie et contient des trucs et astuces plutôt qu'une méthode couvrant chacune des étapes de la production et de la mise en circulation d'expositions itinérantes. Il se divise tout de même en cinq moments importants, pour reprendre leur formulation, pour la production et la circulation : la sécurité des objets, la conception et les choix à faire, la mise en circulation et la maintenance, la tournée à l'étranger et le démantèlement (MNS2, 2017). Le guide comprend leur définition des expositions itinérantes citée plus haut, en plus de nombreuses illustrations suivies d'exemples de situations pouvant être rencontrées lors de la réalisation d'expositions itinérantes. L'annexe réunit également des documents de référence, totalisant un peu moins

de la moitié du guide (cahier des caisses, liste des adaptations électriques, liste du matériel de surplus, échancier type, calendrier de production et de tournée, plan d'entreposage des caisses, liste d'aménagement du conteneur/remorque, fiche de transport, liste du matériel éducatif, rapport de présentation, rapport sur le programme éducatif, constat d'état des pièces de collection, cahier de montage, cahier des procédures, carnet ATA pour douanes, cahier de réalisation [MNS2, 2017, pp.38-70]).

1.2. *Les expositions itinérantes : guide à l'usage des gestionnaires de tournée*

Le deuxième guide, *Les expositions itinérantes : guide à l'usage des gestionnaires de tournée*, fait partie de la collection des guides électroniques de la SMQ. Publié pour la première fois en 2005, ce guide est actualisé régulièrement, avec une dernière mise à jour en date de décembre 2020. La SMQ fournissant la plupart des ressources didactiques et de réseautage du milieu muséal québécois, elle est tout indiquée pour mettre à la disposition des producteur·rices et lieux hôtes des renseignements importants sur les expositions itinérantes.

Ce deuxième guide s'adresse à un public plus général, bien qu'il cible en premier les professionnel·les, et est mieux adapté aux producteur·rices débutant·es. Il adopte une méthode étape par étape très détaillée, en plus d'offrir un petit historique et une définition de l'exposition itinérante. Ce guide comporte cinq sections (mais seulement quatre étapes de réalisation), qui se déploient chacune en plusieurs sous-sections, à des fins d'approfondissement. Les cinq sections sont les suivantes : les fonctions, la planification, la production, la tournée et le démantèlement. Ce deuxième guide fournit plusieurs illustrations et exemples de documents (rapport de condition, convention d'emprunt, grille de suivi des interventions, rapport sur la condition de l'exposition, budget général, budget par élément, échancier, formulaire d'intérêt, vérification des espaces et des services, fiche des prêteurs, liste du contenu des caisses, contrat de location d'exposition, rapport d'incident, lettre d'accompagnement, scénario de montage, sondage, rapport sur la publicité et la fréquentation [SMQ, 2005 (2020)]). Il rapporte également de nombreuses questions fréquentes auxquelles il apporte des réponses. Voici quelques exemples : Sur quel territoire l'exposition circulera-t-elle ? Quelle est la superficie de l'exposition ? Utilisera-t-on un transport spécialisé ou

régulier ? De plus, à la fin de chaque section, la SMQ procure une liste « à cocher » des étapes à compléter.

2. Les ressources de réseautage

Cette section liste les ressources de réseautage, essentielles pour structurer le milieu muséal dans son ensemble. Des ressources spécifiques ont été développées pour mettre en relation tous les acteur·rices de la production et de la mise en circulation des expositions itinérantes. La plupart sont des ressources en ligne. L'usage d'Internet comme moyen de communication, de réseautage et d'accès à l'information remonte au début des années 1960, bien que popularisé dans les années 1990. Il s'agit du meilleur moyen de créer des réseaux, les utilisateur·rices pouvant rejoindre des gens partout dans le monde. Nous allons considérer successivement trois ressources de réseautage québécoises : le Marché aux expositions, le site internet de la SMQ et les plateformes numériques des producteur·rices qui supportent le réseautage entre les producteur·rices d'expositions itinérantes et les lieux d'accueil.

2.1. Le Marché aux expositions

Chaque année a lieu le Marché aux expositions lors du Congrès annuel de la SMQ. Ce congrès se déroule depuis 1977 et permet, en soi, le rassemblement annuel de la communauté muséale. Le Marché a été mis en place pour permettre aux producteur·rices de présenter leurs projets et leurs expositions itinérantes. Cet événement est accessible seulement aux membres de la SMQ, mais la location de tables pour présenter les expositions est disponible pour tous. Réserver une table représente une dépense minime pour la promotion, mais peut s'avérer très rentable. En effet, le prix de la table est inclus dans le prix de participation au Congrès pour les membres et pour ceux ou celles qui ne le sont pas, le coût de location est de 60 \$. Ce Marché, jumelé à la liste d'expositions itinérantes, à laquelle les organismes peuvent ajouter leurs projets sur le site de la SMQ, permet une visibilité accrue.

Comme le rapport réalisé pour la SMQ (Raymond Chabot Grant Thornton, mars 2021, p.10) l'indique, 68 % des institutions muséales membres de la SMQ ont un budget de fonctionnement de moins de 300 000 \$. La cotisation annuelle des institutions muséales à la SMQ est déterminée par leur budget de fonctionnement annuel. Les musées qui ont un budget

entre 200 000 \$ et 300 000 \$ paient 450 \$ et la plus petite cotisation est de 100 \$, pour un budget de 0 à 50 000 \$ (SMQ, n. d. a). Ainsi, environ 7 institutions sur 10 paient entre 100 \$ et 450 \$ annuellement en cotisation à la SMQ pour avoir accès à de nombreux avantages (SMQ, n. d. a). Ceux-ci incluent la diffusion des activités de l'institution sur Facebook et Twitter et un rabais sur les frais d'inscription au congrès annuel pour les employé·es (SMQ, n. d. a). Ce montant forfaitaire procure plusieurs avantages pour ses membres. Par exemple, l'accès aux formations et à un accompagnement professionnel, la participation à des comités de travail, une place dans le Guide des musées, la diffusion des actualités de l'institution.

2.2. La section « Produits et services en muséologie » de l'Espace professionnel de la SMQ

La plateforme numérique de la SMQ se divise en deux sections. L'une, pour le grand public, s'intitule « Les musées du Québec ». L'autre, qui nous intéresse, se nomme « Espace professionnel » et s'adresse aux membres institutionnels de la SMQ (bien que n'importe qui puisse y accéder). Sa sous-section « Produits et services en muséologie » permet aux institutions membres d'y promouvoir leurs expositions itinérantes (entre autres produits) et favorise l'obtention de services. Cette sous-section vient simplifier le réseautage entre les producteur·rices, les lieux hôtes, les professionnel·les et même les visiteur·euses. Les cinq produits et services fournis par la SMQ à ses membres sont présentés dans l'ordre suivant : Assurances, Babillard, Expositions itinérantes, Firmes et travailleurs en muséologie et Publicité.

La première section, « Assurances », offre aux membres des assurances muséales exclusives auprès de Lussier Dale Parizeau, via leur programme Œuvres d'art. Ces assurances, développées en partenariat avec la SMQ, permettent de réduire l'impact des risques rattachés à la circulation des expositions itinérantes et aux montages et démontages successifs. Le programme couvre notamment les objets et les œuvres, même lors d'un prêt à court et moyen termes partout dans le monde.

La deuxième section, le « Babillard », permet aux institutions de se débarrasser de leur mobilier et autres objets, particulièrement lors de l'étape du démantèlement. Le Babillard permet de rejoindre efficacement et en grand nombre les professionnel·les qui pourraient

profiter de ce mobilier. Les institutions, à petit budget comme à plus grand, peuvent accéder à du mobilier de seconde main, mais en très bon état. Cette initiative écologique permet aux acquéreur·ses de réduire les dépenses pour la réalisation d'expositions et aux donneur·ses de réduire la somme des déchets générés par le mobilier des expositions démantelées.

La troisième section, « Expositions itinérantes », offre aux producteur·rices de mettre en avant leurs expositions, non seulement auprès des membres, mais également auprès des institutions non-membres, puisque tout le monde y a accès. Ainsi, pour chaque exposition itinérante listée, les visiteur·euses du site Internet ont accès à une brève description, une fiche concept, une fiche technique et aux coordonnées de la personne-ressource.

La quatrième section, « Firmes et travailleurs en muséologie », fonctionne de la même manière que le « Babillard », puisqu'elle permet aux institutions d'afficher leurs profils institutionnels et leurs informations de contact. Elle donne également un accès aux travailleur·ses lié·es à la muséologie, mais qui ne travaillent pas nécessairement dans les musées. Par exemple il y a des expert·es en architecture ou en design qui peuvent aider à concevoir du mobilier adapté. Cette section permet d'entrer en relation avec des professionnel·les reconnu·es par la SMQ et qui ont déjà fait affaire dans le monde muséal — donc connaissant les enjeux et préoccupations de ce milieu.

La cinquième et dernière section, « Publicité », touche directement les potentiels lieux hôtes et visiteur·euses. Elle va un peu plus loin dans la promotion que la section « Expositions itinérantes ». Selon la stratégie d'affichage choisie, les producteur·rices peuvent mettre en avant leurs expositions sur la page d'accueil de la SMQ ou encore dans une série de courriels auprès des professionnel·les (2 550) ou des membres individuel·les (1 800) de la SMQ (SMQ, n. d. b). Pour les membres, seul·es ayant le droit d'afficher, un investissement de 50 \$ à 320 \$ est impliqué (en plus des frais annuels d'adhésion).

2.3. Les plateformes numériques des producteur·rices

Le moyen le plus direct pour les producteur·rices de promouvoir leurs expositions itinérantes est de l'afficher sur leur site officiel. Sur 66 producteur·rices d'expositions itinérantes membres de la SMQ, 37 utilisent une plateforme numérique pour promouvoir

leurs expositions itinérantes (se référer à l'ANNEXE I pour tous les nombres). De ces 37 producteur·rices, 27 (ce qui représente 41 % des 66) ont une section dédiée aux expositions itinérantes sur leur propre site Internet, même si trois n'ont aucune exposition active au moment de la recherche, en 2020. Les autres utilisent le site de la SMQ. À partir de leur plateforme numérique, les producteur·rices peuvent se créer tout un réseau d'emprunteur·ses et présenter rapidement, sans intermédiaire, leurs expositions itinérantes.

En considérant que seuls trois grands producteur·rices existent parmi les membres institutionnels de la SMQ (MNS2, Musée canadien de l'histoire et Musée d'art de Joliette), nous pouvons assumer qu'il y a davantage de petits producteur·rices ou des producteur·rices occasionnel·les, ce qui ne les empêche pas d'utiliser des plateformes en ligne pour la promotion, notamment sur leur propre site. Les lieux hôtes peuvent aller chercher les informations sur les expositions itinérantes qui se trouvent sur les sites de ces producteur·rices. Repérer une nouvelle exposition à emprunter est alors facilité. Après une ou plusieurs collaborations, les emprunteur·ses connaissent les produits offerts par les producteur·rices, ce qui permet de consolider les relations entre les institutions prêteuses et emprunteuses.

3. Les ressources financières

Cette troisième section répertorie les ressources financières offertes aux fins des expositions itinérantes, de la circulation et des événements. Plusieurs ressources financières existent pour les producteur·rices d'expositions itinérantes et les lieux hôtes qui veulent en accueillir. Elles sont importantes pour le renforcement du savoir-faire des institutions muséales et le développement de l'offre culturelle et touristique québécoise. Le financement peut venir du privé ou du public. Le financement public sera listé ici, puisque les sources au privé exigeraient un processus de recherche trop avancé dans le cadre d'un essai et elles se distinguent énormément d'un musée à un autre. L'objectif est de mettre de l'avant la compréhension de l'apport des différentes instances du gouvernement sur les expositions itinérantes. Les ressources financières sont divisées en quatre groupes, considérées consécutivement, en fonction du palier de gouvernement qui les fournit : fédéral, provincial, régional et municipal.

3.1. Fédérales

Dans cette première sous-section, nous observerons le financement qui provient de deux instances fédérales : le ministère du Patrimoine canadien et le Conseil des arts du Canada (CAC). Ces deux organismes possèdent une autorité en matière de patrimoine et de culture et sont en bonne position pour offrir du financement aux institutions muséales. Ils proposent six programmes (se référer à l'ANNEXE II pour les objectifs de ces programmes).

3.1.1. Le ministère du Patrimoine canadien

Le ministère du Patrimoine canadien du gouvernement du Canada offre deux programmes d'aide financière (une indemnisation et une subvention/contribution) spécifiques aux expositions itinérantes. Les deux programmes sont le *Programme d'indemnisation pour les expositions itinérantes au Canada* et le *Fonds des expositions itinérantes* du *Programme d'aide aux musées*.

Le premier, le *Programme d'indemnisation pour les expositions itinérantes au Canada*, existe depuis 1999 (gouvernement du Canada, 2021). Ce programme d'indemnisation est le premier propre aux expositions itinérantes à avoir été mis en place au Canada. Considérant que l'itinérance est devenue populaire dans les années 1990, le Canada a alors su générer un effet levier en fournissant une aide aux institutions muséales afin de favoriser la circulation des expositions. Disponible depuis plus de 20 ans, sa longévité parle pour elle-même et montre l'efficacité et la pertinence de ce programme, mais également des expositions itinérantes.

Le deuxième programme, *Fonds des expositions itinérantes*, prend la forme d'une subvention complète ou d'une contribution (selon la décision finale du comité) et permet la réalisation d'expositions itinérantes canadiennes. Par ce fonds, le gouvernement veut permettre aux collections canadiennes d'être accessibles pour tous et toutes et, surtout, de sortir des réserves. Les deux premiers objectifs et les deuxième et troisième résultats attendus du fonds le mentionnent clairement.

Les deux programmes s'adressent chacun à un type différent d'institution responsable, soit de la production, soit de la réception de l'exposition. De ce fait, le

gouvernement canadien reconnaît par la même occasion l'importance des deux pôles dans la tournée de l'exposition, en plus des avantages possibles pour ceux-ci. Le programme d'indemnisation, comme nous pouvons le constater avec son deuxième objectif, permet aux lieux d'accueil de se « mesurer » aux institutions internationales. En effet, en assurant aux producteur·rices qu'ils n'ont pas à assumer les risques financiers d'un éventuel endommagement ou préjudice, les institutions canadiennes sont attrayantes pour les producteur·rices de superproductions. Quant au *Fonds des expositions itinérantes*, il donne la possibilité aux producteur·rices de faire circuler leurs expositions plus facilement, tel que le décrit le premier résultat attendu de ce fonds.

Les deux programmes font écho aux bénéfices attendus des expositions itinérantes, identifiés au premier chapitre. Pour les producteur·rices et les lieux hôtes, on peut souligner le deuxième objectif du *Programme d'indemnisation pour les expositions itinérantes au Canada* (fournir un avantage concurrentiel) et le troisième objectif du *Fonds des expositions itinérantes* du *Programme d'aide aux musées* (favoriser l'acquisition de connaissances et compétences professionnelles). Pour les visiteur·euses, il s'agit de l'accès au patrimoine qui est mis en avant dans le premier objectif des deux programmes fédéraux. L'ordonnancement des objectifs indique d'ailleurs une priorisation du gouvernement du Canada pour l'accès aux expositions de la population canadienne. En revanche, rien n'indique un quelconque avantage pour les villes et les régions — bien que ce soit intrinsèque à la venue de superproductions ou à la circulation d'expositions à travers le Canada.

Par ces deux programmes, le gouvernement du Canada reconnaît que les expositions itinérantes font partie d'une offre culturelle qui permet, entre autres, aux institutions de faire rayonner le savoir canadien. Le deuxième objectif du programme d'indemnisation le met en évidence, il souligne vouloir « fournir un avantage concurrentiel ». On comprend ainsi que les expositions itinérantes s'inscrivent dans un marché culturel et touristique compétitif et que les institutions et le gouvernement doivent y adhérer pour suivre les tendances et maintenir un intérêt touristique. D'ailleurs, les touristes culturels, comme l'indique le rapport de la SMQ (RCGT, mars 2021), représentent entre 15 et 30 % des 34 millions de touristes au

Québec. Ce fait n'est pas négligeable pour l'économie régionale et même nationale, sans compter les retombées pour les organismes producteurs et les lieux hôtes.

3.1.2. Le Conseil des arts du Canada

Le CAC, sous la gouvernance du ministère du Patrimoine canadien, soutient la circulation des expositions par quatre avenues, via deux programmes, *Rayonner à l'international* et *Rayonner au Canada*, qui se divisent chacun en deux composantes, *Circulation et tournée* et *Déplacements*. Au total, nous avons quatre subventions. Aucune subvention du CAC n'est particulière aux expositions itinérantes mais, en offrant la possibilité de se déplacer aux artistes, commissaires et œuvres, elles facilitent leur circulation. Les deux programmes ciblent donc une caractéristique essentielle des expositions itinérantes, la circulation.

Le premier objectif des subventions *Rayonner à l'international – Circulation et tournée* et *Rayonner au Canada – Circulation et tournée* porte sur la circulation et les retombées qui suivent la tournée. Les troisième et quatrième subventions, *Rayonner à l'international – Déplacements* et *Rayonner au Canada – Déplacements*, apportent une nuance intéressante, car elles ne soutiennent que le déplacement des personnes, et non des objets et œuvres. Elles mettent de l'avant la création de réseaux, particulièrement dans les premier et quatrième objectifs du programme *Rayonner à l'international* et les premier et cinquième du programme *Rayonner au Canada*. Le CAC comprend que les relations sont une part importante de l'organisation d'événements et d'expositions. Les réseaux n'existent souvent pas au départ, notamment pour les petites institutions ou celles débutantes, et doivent être bâtis.

Le CAC offre donc une chance aux producteur·rices d'entrer sur le marché des expositions itinérantes. D'ailleurs, l'emploi du verbe « rayonner » dans le titre des deux subventions renvoie aux bénéfices évidents qui ressortent pour les producteur·rices, de faire sentir leur influence un peu partout, mais il fait aussi écho aux deux programmes de financement du ministère du Patrimoine canadien, qui utilisent ce même verbe dans leurs objectifs. En effet, le CAC ne proposerait pas ces subventions si elles n'aidaient pas à

développer l'offre culturelle et touristique nationale et ainsi étendre le rayonnement des institutions muséales canadiennes à leur communauté.

3.2. Provinciales

Dans cette deuxième sous-section, nous explorons le financement fourni par deux instances provinciales : le ministère de la Culture et des Communications et le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ). Ils offrent, en tout, dix subventions et deux bourses (se référer à l'ANNEXE III pour les objectifs de ces programmes).

3.2.1. Le ministère de la Culture et des Communications

Le ministère de la Culture et des Communications du gouvernement du Québec offre une seule subvention en soutien aux expositions itinérantes, intitulée *Soutien des expositions permanentes et itinérantes*, dont le deuxième axe vise les expositions itinérantes. La subvention s'adresse aux producteur·rices, pour la réalisation et la circulation de leurs expositions. Cette subvention ne rejette pas pour autant les avantages pour les autres acteurs du monde muséal.

La subvention vise, elle aussi, l'atteinte de bénéficiaires pour les organismes prêteurs et emprunteurs de même que pour les visiteur·euses. Par ailleurs, elle cible une composante qui était absente des programmes fédéraux : l'accroissement de la « vitalité régionale ». De fait, elle est la première subvention considérée jusqu'à présent à formuler clairement l'importance du développement des régions. En soulignant que les expositions itinérantes (et permanentes) peuvent jouer sur la vitalité d'une région, le gouvernement du Québec souligne leur importance pour l'économie liée au tourisme et favorise l'intégration de ces expositions à la programmation d'un organisme culturel.

3.2.2. Le Conseil des arts et des lettres du Québec

Le CALQ, sous la gouvernance du ministère de la Culture et des Communications, fournit deux bourses pour la circulation des artistes, des œuvres et des expositions. La première est *Circulation d'œuvres hors Québec* et la deuxième est *Circulation d'œuvres au Québec*.

Ces deux bourses ne sont pas spécifiques aux expositions itinérantes, ce qui ne veut pas dire qu'elles ne sont pas utilisées aux fins de l'itinérance. Elles poursuivent des objectifs similaires aux subventions du CAC, tournées vers la présentation (premier objectif) et la diffusion (deuxième et troisième objectifs). La présentation et la diffusion se rapportent aux producteur·rices. Cependant, ces deux bourses, comme toutes les aides financières du CALQ et du CAC, relèvent du monde des arts, tel que nous pouvons le remarquer avec l'utilisation du mot « œuvres » plutôt qu'« artéfacts » ou « objets ». Les expositions d'art itinérantes ne sont pas rares, et sont même les plus actives sur le marché québécois, représentant 51 % à 54 % des expositions empruntées selon la SMQ (2005 [2020]). Ce n'est donc pas parce que les bourses et subventions s'adressent à une discipline en particulier qu'elles excluent pour autant une part importante des producteur·rices.

Les deux bourses engendrent des bénéfices pour les producteur·rices d'expositions d'art itinérantes et, par prolongement, pour les lieux hôtes. Les bénéfices attendus ne sont pas aussi explicites pour les visiteur·euses. Ces bourses facilitent toutefois la rencontre de la population avec le patrimoine en permettant aux expositions de circuler (deuxième objectif de chacune des bourses) sur plusieurs territoires. Quant aux avantages pour les régions, on ne peut que les supposer. Il en est de même quant à l'intégration des expositions itinérantes dans une quelconque offre culturelle ou touristique. Les bourses ne précisent rien, mais elles ont été créées pour inclure le plus d'activités possibles. En effet, elles peuvent tout aussi bien être utiles pour des expositions, des marchés, des foires, des salons, des lectures publiques, des symposiums, des spectacles, etc. Ces bourses, qui servent au déplacement des personnes et des œuvres, se concentrent avant tout sur les bienfaits pour les organismes et la carrière des artistes et des commissaires.

3.2.3. Les partenariats territoriaux

Le CALQ a mis en place des partenariats territoriaux avec presque toutes les régions administratives ou municipalités régionales de comté (MRC) du Québec. Nous nous intéressons ici au volet *Mobilité* de ces partenariats provinciaux. Les partenaires des programmes de subventions sont les régions administratives de la Côte-Nord, de Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine, de Lanaudière, du Nord-du-Québec et de l'Outaouais et les MRC de la

Capitale-Nationale, du Centre-du-Québec, des Laurentides et de Laval. Bien que les noms des subventions diffèrent légèrement les uns des autres, les objectifs sont les mêmes pour tous. De plus, les MRC ne sont que partenaires, il s'agit du CALQ qui fournit les subventions dans une logique régionale qui n'est forcément pas limitative, vu le mandat du CALQ.

Ici, l'objectif qui nous intéresse le plus est le premier — encourager la circulation des artistes et des créations artistiques et littéraires à l'intérieur d'une MRC ou sur plusieurs territoires de MRC (diffusion) — Le deuxième objectif se concentre sur la création et le ressourcement. Il n'est pas utile aux expositions itinérantes. Encore une fois, bien que toujours avantageux pour les lieux hôtes, les objectifs ne mentionnent pas ces derniers.

Ces programmes de subventions adoptent une logique régionale qui n'est pas forcément limitative et qui n'exclut pas la circulation hors des MRC d'origine. Le CALQ et les MRC comprennent certainement l'importance, pour le rayonnement des régions, de toucher des publics variés sur plusieurs territoires. Ces subventions reprennent les points énoncés dans la troisième section du second chapitre : les expositions itinérantes sont bénéfiques pour l'ensemble de la communauté locale.

3.3. Régionales

Dans cette troisième sous-section, nous nous intéressons à dix programmes de financement offerts par différentes MRC (se référer à l'ANNEXE IV pour les objectifs de ces subventions). Ces subventions se divisent en deux catégories. La première catégorie comprend les huit Ententes de développement culturel (EDC) mises en place à la suite de l'adoption de la Loi 28 en 2015. La deuxième comprend les deux partenariats régionaux mis en place entre des MRC et des organismes touristiques régionaux.

3.3.1. Les ententes de développement culturel (EDC)

À la suite de l'adoption de la Loi 28, le 20 avril 2015, par l'Assemblée nationale, les MRC du Québec se sont vu accorder la pleine compétence pour favoriser le développement local et régional de leur territoire. Pour ce faire, l'Assemblée nationale a modifié l'article 222 de la *Loi sur les compétences municipales* du Chapitre VIII (*Nouvelle gouvernance municipale en matière de développement local et régional*) par l'ajout de quatre nouveaux

articles au 126.1 (Éditeur officiel du Québec, 2015, pp.70-92). Dans les articles 126.2 à 126.5 (se référer à l'ANNEXE V), on affirme notamment que les MRC ont la prééminence dans la prise de mesures pour favoriser le développement local et régional sur leur territoire. Les MRC peuvent réaliser des ententes avec les partenaires de leur choix. Elles ont aussi le droit de disposer des sommes qui leur sont attribuées à leur convenance, avec un maximum de 150 000 \$ par bénéficiaire annuellement (Éditeur officiel du Québec, 2015, pp.72-75). Les régions ayant acquis une plus grande indépendance quant à leur développement culturel, elles ont chacune créé une entente de développement culturel (EDC). Ici, nous nous intéressons aux EDC qui mettent de l'avant l'événementiel, qui sont au nombre de huit.

Les EDC sont toutes réalisées en partenariat avec le ministère de la Culture et des Communications et nous allons les examiner l'une après l'autre. Les huit subventions s'intitulent : *Fonds d'initiatives culturelles* (MRC de Rivière-du-Loup), *Soutien aux initiatives culturelles* (MRC du Fjord-du-Saguenay), *Fonds Patrimoine et Culture* (MRC de Portneuf — orientation 2 et 3), *Entente de développement touristique et événementiel* (MRC de Charlevoix-Est et de Charlevoix), *Fonds culturel régional* (MRC de La Jacques-Cartier), *Soutien financier aux projets culturels de l'Abitibi-Ouest* (MRC de l'Abitibi-Ouest), *Soutien culturel* (MRC de la Haute-Côte-du-Nord) et *Fonds de soutien aux événements et aux activités socioéconomiques* (MRC de la Côte-de-Gaspé) (se référer à l'ANNEXE IV).

Les objectifs de ces subventions tournent surtout autour de l'organisation et de la réalisation d'événements ou de projets culturels, davantage dirigés vers les producteur·rices. Comme la plupart des événements et des projets doivent se tenir dans la MRC en question, l'organisation peut prendre la forme de l'organisation d'une exposition ou de son accueil. Ainsi, les subventions laissent deux options. La première : des producteur·rices de la région organisent une exposition itinérante qui circule dans la MRC et même dans d'autres territoires. La deuxième : un lieu hôte de la région emprunte une exposition, qui va permettre d'offrir de la nouveauté au public local. En faisant venir une superproduction, le lieu peut également générer du tourisme culturel.

La priorité de ces subventions reste la population locale et l'accessibilité de la culture régionale. En effet, on retrouve cet objectif dans six des huit subventions (première, deuxième, troisième, cinquième, sixième et septième subventions) et, dans trois de celles-là (première, deuxième et sixième subventions), cet objectif est dominant. Il est normal que les MRC priorisent les populations qu'elles ont le mandat de servir. En revanche, ces EDC sont également bonnes pour les régions. Deux des subventions placent la création ou le renouvellement de l'offre touristique dans leurs objectifs, dans l'optique d'engendrer des retombées économiques. Il s'agit de celles-là mêmes qui ne mentionnaient pas la facilité de l'accès au patrimoine dans leurs objectifs (quatrième et huitième subventions). D'ailleurs, en plus de ces deux subventions, trois autres parlent de la vitalité culturelle dans leurs objectifs (première, deuxième et cinquième subventions). Ce dernier élément indique à quel point les événements sont intégrés à l'offre culturelle régionale, qui peut servir de levier économique pour le tourisme. Il vient souligner les bénéfices des expositions itinérantes pour les villes et les régions et montre que le Québec en a pris connaissance et l'applique. On ne retrouve pas d'allusion à l'événementiel dans les programmes d'aide financière provinciaux et fédéraux, peut-être parce que l'événementiel fonctionne davantage à plus petite échelle (Wireman, 1997). L'événementiel est avantageux pour les régions, donc il est financé par les régions.

L'entente de développement touristique et événementiel (EDTE) de Charlevoix est le meilleur exemple. Les deux MRC de Charlevoix et Charlevoix-Est ont d'ailleurs changé le nom de l'EDC pour mieux refléter cette réalité. Avec le cinquième objectif de leur subvention, elles mentionnent même les écarts de revenus entre les saisons. Les MRC veulent les diminuer, car il est vrai qu'en hiver, les activités basées sur le tourisme peuvent connaître une période creuse (RCGT, mars 2021). En misant sur des événements intérieurs, les MRC peuvent allonger la période de rentabilité pour toute la région.

3.3.2. Les partenariats régionaux

Les régions font également affaire avec des partenaires locaux afin de bonifier l'offre événementielle. Ici, nous avons retenu deux subventions, puisqu'elles concernent l'événementiel. La première est l'*Enveloppe touristique* de la MRC de La Jacques-Cartier en partenariat avec Tourisme Jacques-Cartier et la deuxième est le *Soutien à la promotion des*

festivals et événements touristiques de l'Abitibi-Témiscamingue, offerte par la MRC homonyme en partenariat avec Tourisme Abitibi-Témiscamingue.

Les deux subventions s'adressent à la fois aux producteur·rices et aux lieux hôtes, puisqu'elles ciblent l'organisation d'événements et le développement d'opportunités, notamment la création de réseaux. Il s'agit d'un élément important pour les producteur·rices d'expositions itinérantes — dans une logique d'expansion du marché. Pour les lieux hôtes, l'intérêt est moins explicite. En offrant les moyens d'avoir des formations, une meilleure offre de produits culturels et de meilleure qualité, d'étaler les saisons et rendre possible la croissance de la forfaitisation, les subventions les aident fortement. L'une des deux subventions est beaucoup moins portée sur la population que l'autre, qui veut toucher les visiteur·euses québécois·es, mais ne le mentionne pas.

Ces deux subventions misent sur l'événementiel pour augmenter l'attrait touristique de leur région. La première subvention est toutefois plus précise. On y retrouve l'objectif de l'allongement des saisons (troisième et septième objectifs) et la mention du développement de la forfaitisation — dans le rapport de RCGT (mars 2021) pour la SMQ, on précise que cet élément est faible dans les institutions muséales québécoises et qu'il serait à développer pour accroître l'attrait touristique. Le terme « développement » y est très présent : dans les deux premiers objectifs, nous retrouvons ce mot quatre fois. Dans la deuxième subvention, on vise les événements majeurs, à titre de levier. Il s'agit du meilleur moyen de développer une image, du moins le plus rapide. Pour conclure, les deux subventions, comme on le voit dans leur troisième objectif, sont mises sur pieds pour mettre en valeur leur région.

3.4. Municipales

Dans cette quatrième sous-section, nous listons les sept subventions offertes par des villes (se référer à l'ANNEXE VI pour les objectifs de ces subventions). Comme les régions, les villes ont su tirer profit de l'événementiel et ont créé des aides financières en ce sens. Les sept subventions répertoriées dans cet essai sont : *Soutien aux organismes et événements* — *Soutien à une activité ponctuelle* (ville de Rimouski), *Soutien aux grands événements* (ville de Gatineau), *Mesure d'aide financière à l'intention des musées d'État pour des expositions*

internationales majeures (ville de Québec), *Soutien aux festivals et aux événements culturels* (ville de Montréal), *Soutien aux projets et événements spéciaux* (ville de Terrebonne), *Politiques de soutien aux fêtes, festivals et événements* (ville de Victoriaville) et *Aide aux festivals et aux événements* (ville de Drummondville).

Ces sept subventions sont limitées aux événements qui ont lieu dans la ville qui les propose. Elles offrent tout de même plusieurs avantages aux institutions locales, notamment pour générer des retombées économiques et sociales, stimuler l'attractivité et améliorer leur offre culturelle et celle de leur ville. Par ailleurs, ces subventions sont presque toutes présentées par de grandes villes. Selon le dernier classement par population, voici les positions de ces sept villes : Montréal (1^{ère}), Québec (2^e), Gatineau (4^e), Terrebonne (10^e), Drummondville (15^e), Rimouski (21^e) et Victoriaville (25^e). Ces subventions s'adressent autant aux producteur·rices qu'aux lieux hôtes, du moment qu'ils ou elles aident le développement de l'offre culturelle. En effet, l'objectif de ces subventions est d'apporter des événements dans les villes. Que ce soient les producteur·rices qui conçoivent une exposition itinérante et réussissent ainsi à faire rayonner la ville dans d'autres régions, ou même à l'international, ou que ce soient les lieux d'accueil qui s'organisent pour faire venir une exposition en ville, les deux sont bénéfiques.

Cinq des sept subventions (deuxième, troisième, quatrième, sixième et septième subventions) mentionnent l'intérêt que les villes portent à leur population. Elles ne visent pas seulement à attirer les touristes internationaux, mais également les touristes locaux. Ces derniers représentent d'ailleurs 34 % du tourisme en saison estivale (RCGT, mars 2021, p.18). Ils ne doivent pas être négligés, formant la plus grande part des visiteur·euses hors-saison. Les attirer davantage permet justement d'étirer les saisons. Les visiteur·euses venants de l'extérieur du Québec ou de l'étranger, qui représentent 46 % de la clientèle, ne se soucient pas en premier lieu qu'une exposition soit permanente ou itinérante — ils ou elles ne visitent la ville qu'un temps. En revanche, les locaux sont séduits par le renouvellement continu d'une programmation. La ville de Québec (troisième subvention) favorise tout de même les superproductions, qui lui permettent de profiter de l'attractivité qu'elle draine de l'international.

CHAPITRE III – Analyse des ressources

Ce troisième chapitre analyse les résultats obtenus de la liste des ressources mises à disposition des institutions muséales québécoises pour la production et la mise en circulation d'expositions itinérantes, présentée dans le chapitre précédent. Toutes les ressources décrites ont été mises en place au Québec (à l'exception de celles créées par le ministère du Patrimoine canadien et le CAC) et pour des institutions muséales québécoises. Il s'agit de montrer qu'une concentration importante de personnes a développé, au Québec, des connaissances et un savoir-faire suffisamment étendus pour les partager à l'intérieur et même à l'extérieur de nos frontières.

L'existence des ressources prouve qu'une expertise dans le domaine des expositions itinérantes s'est développée dans les institutions muséales québécoises. Il existe même quelques grands producteur·rices (MNS2, Musée canadien de l'histoire, Musée d'art de Joliette), ce qui reflète l'importance de ces compétences acquises. La mise à disposition, via les différentes ressources, de ces connaissances à d'autres institutions donne la possibilité d'étendre le savoir-faire et la pratique des expositions itinérantes à travers les réseaux muséaux du Québec. Leur existence démontre également un certain usage de ces ressources — il n'y en aurait pas tant, sans une demande pour celles-ci.

Donnons l'exemple du Marché aux expositions de la SMQ et des plateformes numériques des producteur·rices. Ils fournissent la possibilité d'associer aux institutions muséales les entreprises d'architecture, de design, de communication, de marketing, d'édition, de transport, de technologie multimédia et toutes autres organisations qui peuvent aider à la réalisation d'expositions itinérantes. En les mettant tous et toutes en relation, il est possible de renforcer le réseau, de le faire évoluer et d'accroître le nombre d'expositions itinérantes de qualité. Bâtir des relations professionnelles permet de tirer profit des meilleures ressources muséologiques québécoises pour produire des expositions itinérantes de qualité.

L'analyse de ce chapitre permet ainsi de présenter trois observations. Première observation : les producteur·rices d'expositions itinérantes et les lieux hôtes ont accès à un

certain nombre de ressources, dont plusieurs sont spécifiques à ce type d'expositions. Deuxième observation : les ressources présentent du contenu de qualité. Troisième observation : les créateur·rices et les fournisseur·ses sont compétent·es et expérimenté·es dans les domaines des expositions itinérantes, des musées et de la culture.

1. Quantité des ressources

L'analyse des résultats tirés du deuxième chapitre fait ressortir une première observation : les ressources auxquelles ont accès les producteur·rices d'expositions itinérantes et les lieux hôtes sont nombreuses. Dans un premier temps, nous analyserons le nombre des ressources accessibles pour les expositions itinérantes. Dans un deuxième temps, nous nous intéresserons à celles qui leur sont spécifiques.

1.1. Ressources nombreuses

Au total, nous dénombrons 40 ressources. Il s'agit d'un nombre considérable, spécialement si nous prenons en compte le fait que le phénomène des expositions itinérantes gagne en puissance seulement depuis les années 1990, soit depuis une trentaine d'années. D'ailleurs, la plupart des ressources datent plutôt du début des années 2000 à aujourd'hui.

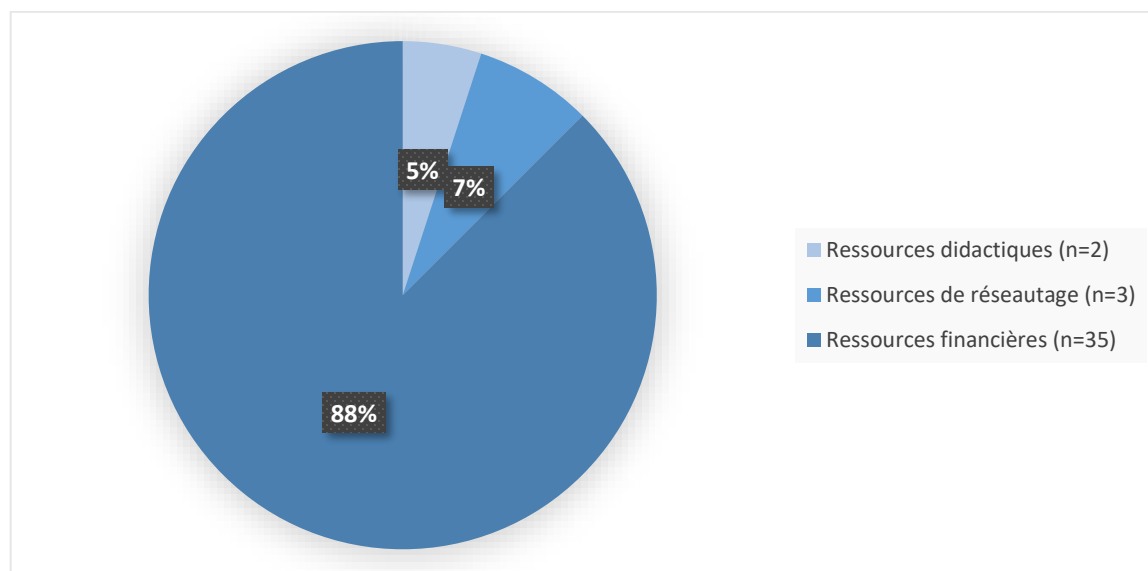


FIGURE 1. Répartition des ressources selon leurs trois formes répertoriées

La figure 1 montre le nombre des ressources selon les trois divisions proposées au deuxième chapitre (didactique, de réseautage et financière). Le nombre des ressources

financières peut sembler disproportionné dans cette figure. Cependant, le nombre des ressources de réseautage présenté ici ne prend pas en compte chacune des plateformes numériques des producteur·rices d'expositions itinérantes. Nous ne comptons que les formes des ressources de réseautage, c'est-à-dire le Marché aux expositions et l'Espace professionnel, tous les deux de la SMQ, et l'usage de sites Internet par des producteur·rices, qui consacrent une section spécifique aux expositions itinérantes.

Si nous avons plutôt calculé le nombre des plateformes numériques (qui se dénombrent à 27, se référer l'ANNEXE I), le nombre des ressources de réseautage passerait de 3 à 29 (soit le Marché aux expositions, le site de la SMQ et les 27 sites Internet). De plus, nous n'incluons que les producteur·rices membres de la SMQ, autrement le nombre gonflerait davantage. Le nombre des ressources de réseautage (29) apparaît alors plus près de celui des 35 ressources financières.

Quant aux ressources didactiques, il y en a seulement deux. Ces guides complets couvrent une période de 16 ans, puisque le premier (*Les expositions itinérantes : guide à l'usage des gestionnaires de tournées*) date de 2005. Retenons, du diagramme, que les producteur·rices d'expositions itinérantes et les lieux hôtes ne sont pas démunis. Ils ou elles ont accès à de très nombreuses ressources, qui prennent diverses formes.

1.2. Ressources spécifiques

La partie précédente considère l'ensemble des ressources listées. Pour mesurer si les producteur·rices et les lieux hôtes doivent, ou non, se contenter des ressources qui ne répondent pas spécifiquement à leurs besoins, il est nécessaire d'en dégager celles qui ciblent les expositions itinérantes.

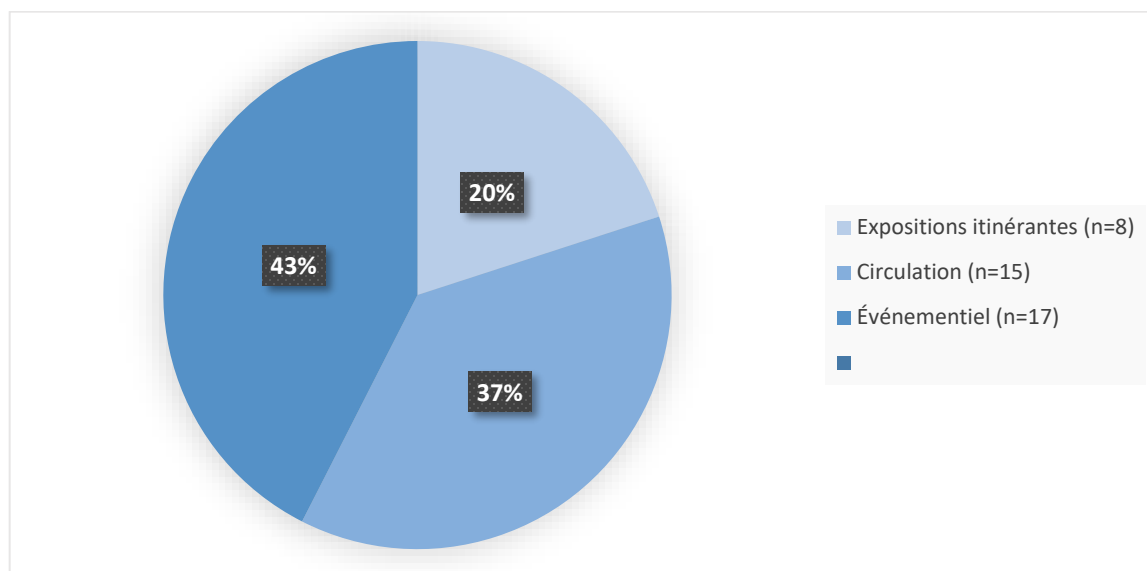


FIGURE 2. Spécificités des 42 ressources répertoriées

La figure 2 révèle que 20 % des ressources totales listées sont propres aux expositions itinérantes, ce qui est déjà notable. À ce pourcentage, nous pouvons ajouter les 37 % des ressources spécifiques à la circulation, pour un total de 57 %. La caractéristique de la circulation fait partie de la définition des expositions itinérantes, telle que donnée dans le premier chapitre. Elle est une partie intégrante de ce type d'expositions et nous pouvons ainsi la considérer en regard des ressources comme spécifique aux expositions itinérantes.

À l'inverse, nous ne pourrions pas additionner le pourcentage des ressources propres à l'événementiel. Ce sont les expositions itinérantes qui appartiennent à l'événementiel et non le contraire. En somme, le pourcentage des ressources distinctives accordées aux expositions itinérantes permet de démontrer qu'elles sont reconnues et assez bien comprises pour que leur soient allouées de telles ressources. Au final, relativement à ce que nous venons d'énoncer, nous pouvons attester qu'il existe de nombreuses ressources spécifiques aux expositions itinérantes.

2. Qualité du contenu des ressources

L'analyse permet de réaliser cette deuxième observation : les ressources fournies possèdent un contenu de qualité. Tout d'abord, nous traiterons de la récence des ressources et de leur mise à jour. Ensuite, nous examinerons les sources consultées pour concevoir les

ressources. Par la suite, nous observerons la duplication du contenu entre les ressources. Enfin, nous étudierons l'accessibilité au contenu pour divers·es usages et usager·ères.

2.1. Actualité du contenu

Les ressources didactiques datent respectivement de 2005 (SMQ) et 2017 (MNS2). Elles n'ont pas plus de 16 ans. La première ressource, celle de la SMQ, est mise à jour régulièrement, puisque le guide se présente en format virtuel, alors que la deuxième, du MNS2, est très récente. La mise à jour offerte pour les ressources au format numérique permet de corriger ou de modifier les informations pour maintenir l'actualité du contenu. De la même manière, les ressources de réseautage et financières sont en majeure partie numériques (à l'exception du Marché aux expositions), les rendant, de ce fait, aisées à mettre à jour.

Le contenu est suffisamment récent pour être utile pour les producteur·rices et les lieux hôtes. Étant donné que le sujet des expositions itinérantes n'est pas un sujet devant être mis à jour, comme peuvent l'être, par exemple, les sujets traitant des sciences et technologies, la durée utile des ressources est plus longue. Bref, les informations retrouvées dans toutes ces ressources sont toujours valides et utiles.

2.2. Exactitude du contenu

Les ressources didactiques sont bien référencées. Le guide de la SMQ (2005) possède une bibliographie qui constitue environ 10 % du nombre total de pages et comprend des références officielles et des organismes et auteur·es reconnu·es du milieu muséal, patrimonial ou culturel (et la SMQ elle-même possède cette reconnaissance). La bibliographie du guide du MNS2 (2017) ne représente quant à elle que 3 pages sur un total de 74, mais rappelons que ce musée est le plus grand producteur d'expositions itinérantes au Québec (se référer à l'ANNEXE I) et que 15 spécialistes ont été consultés pour la rédaction.

Quant aux ressources de réseautage et financières, elles n'ont pas de bibliographie à proprement parler. Cependant, elles sont créées par des gouvernements, des organismes de soutien aux musées et des institutions muséales. Conséquemment, comme pour le guide du MNS2 (2017), des expert·es les conçoivent ou sont consulté·es pour les réaliser. Tout bien

considéré, les usager·ères peuvent se fier à l'information contenue dans les ressources aux expositions itinérantes.

2.3. Duplication du contenu

Le contenu des ressources didactiques, tel que présenté dans le deuxième chapitre, semble équivalent. Les deux guides abordent les étapes de la production et de la mise en circulation des expositions itinérantes au Québec. Les informations se rejoignent d'une ressource à l'autre et, en ce sens, elles permettent de se valider entre elles. Cependant, chacune des ressources didactiques traite des sujets différemment, ce qui rend les informations complémentaires plutôt que redondantes.

Le meilleur exemple réside dans les étapes pour la conception et la circulation d'une exposition itinérante, que présente chacune des ressources. La SMQ (2020 [2005]) divise ce processus en quatre et le MNS2 (2017) compte cinq moments importants. Ainsi, chaque ressource sectionne le déroulement à sa manière mais, finalement, nous retrouvons les mêmes étapes et sous-étapes de la production dans les guides, présentées différemment. Le contenu des ressources didactiques apparaît varié et original.

Les ressources de réseautage partagent de l'information (sous formes d'annonces et de publicités) mais, dans ce cas, la duplication du contenu est avantageuse. Plus une publicité est vue, plus elle a des chances de toucher un ou une client·e potentiel·le. En effet, on retrouve davantage dans ces ressources, qui sont toutes des sites Internet à l'exception du Marché aux expositions, des annonces pour des expositions à louer, des événements, du matériel en processus d'aliénation, etc.

Le contenu des ressources financières touche des aspects différents des expositions itinérantes et concerne des lieux variés. Il existe des programmes d'indemnisation ou de soutien, des bourses, des partenariats, des subventions. À partir des titres des nombreuses ressources financières (se référer aux ANNEXES II, III, IV et VI), nous pouvons sortir les 13 sujets suivants : les expositions itinérantes, les expositions internationales majeures, les événements, le rayonnement, la circulation, la tournée, le déplacement, les initiatives, les projets et activités culturels, le patrimoine, la culture, le tourisme et les activités

socioéconomiques. De plus, de nombreuses grandes villes et la plupart des régions du Québec possèdent des ressources qui sont particulières à leur localité. Cette variété dans le contenu permet d'éviter la duplication des offres financières sur le territoire québécois et chaque usager·ère peut trouver un financement compatible à son projet.

2.4. Accessibilité du contenu

Toutes les ressources ciblent des lecteur·rices ou usager·ères particulier·ères, souvent des professionnel·les du monde muséal. Cependant, elles restent assez transparentes et ouvertes pour être utilisées par un large éventail de personnes. Leur contenu est ainsi accessible, puisqu'ouvert à tous·tes et facile à comprendre.

Un premier exemple, pour les ressources didactiques, est le guide du MNS2. Les auteur·es le précisent bien, ce guide est écrit par des professionnel·les (15 spécialistes ont participé à sa rédaction), pour des professionnel·les : « Ce guide pratique s'adresse aux professionnels en muséologie. Les auteurs tiennent pour acquis que le lecteur connaît déjà toutes les étapes de création d'une exposition. » (MNS2, 2017, p.3) Par contre, ils ou elles utilisent un langage assez courant pour être compris par des personnes non professionnelles. De plus, ils ou elles emploient un nombre important de photographies, une soixantaine, pour bien illustrer leurs propos (MNS2, 2017). Ils ou elles présentent également 16 documents types pour bien suivre la progression de l'exposition, par exemple le cahier des caisses ou l'échéancier (MNS2, 2017).

Un deuxième exemple, pour les ressources de réseautage, est la section « Produits et services en muséologie » de l'Espace professionnel du site Internet de la SMQ. Les membres de la SMQ retirent clairement des avantages de leur adhésion. Cependant, la plupart des ressources sont accessibles à tous·tes. Les non-membres peuvent consulter, mais pas afficher. Ainsi, quand du mobilier est aliéné dans la sous-section « Babillard », le ou la donneur·se met ses informations de contact, donc tout le monde peut le ou la contacter. À l'inverse, un non-membre ne peut pas placer une annonce pour demander du mobilier. Donc, si ce non-membre recherche du mobilier spécifique, il ou elle doit attendre qu'une annonce qui corresponde à ses critères soit placée, ce qui le ou la limite, car il se pourrait que cette annonce

ne se présente jamais. Évidemment, d'autres options s'offrent à ce non-membre pour trouver du mobilier, mais il s'agit d'illustrer les limites de cette ressource. Au final, cette ressource est accessible, mais les usager·ères non-membres sont tout de même limité·es.

Un troisième exemple, concernant les ressources financières, consiste en les bourses et les subventions du CALQ. Elles s'adressent aux individus (artistes, écrivain·es, commissaires) et aux organismes (associations professionnelles d'artistes, diffuseur·ses, événements nationaux et internationaux, organismes autochtones, organismes de création ou de production, organismes de services, organismes de soutien à la production, périodiques culturels, regroupements nationaux). Chacun·e peut postuler, mais selon différents termes.

La bourse de *Circulation d'œuvres au Québec*, notamment, divise l'admissibilité des projets et des candidat·es en fonctions du type de disciplines. On retrouve les divisions « toutes disciplines », « arts numériques, arts visuels, cinéma — vidéo, métiers d'art, recherche architecturale », « littérature et conte » et « musique et chanson » (Conseil des arts et des lettres du Québec, 2021). Elles donnent la possibilité de préciser les conditions de la bourse tout en n'excluant aucun individu. Non seulement tout individu ou tout organisme qui entre dans les conditions peut postuler, mais, pour les ressources financières en général, il est également possible d'adapter le contenu en mélangeant les aides financières pour se créer une offre personnalisée. Par exemple, les usager·ères peuvent appliquer à un programme pour la circulation, puis à un programme pour la création et la conception, ce qui leur permet de financer tous les aspects de leur projet. Les ressources financières offrent une grande flexibilité et accessibilité à leurs usager·ères. Bref, en regard de ce qui précède dans cette section, nous pouvons affirmer que, par son actualité, son exactitude, son intégrité et son accessibilité, le contenu est de qualité.

3. Réputation des créateur·rices et des fournisseur·ses des ressources

L'analyse nous incite à effectuer cette troisième observation : les créateur·rices et les fournisseur·ses des ressources ont une autorité en matière d'expositions itinérantes, de musées, de culture et de patrimoine. Nous allons garder le seul terme de « fournisseur·ses » pour cette section, puisque les créateur·rices ou les auteur·es sont les mêmes personnes ou

font partie des mêmes organismes qui mettent les ressources à disposition des usager·ères. Premièrement, nous considérerons l'objectivité des fournisseur·ses. Deuxièmement, nous examinerons leur diversité. Troisièmement, nous traiterons de leur expertise.

3.1. Objectivité des fournisseur·ses

Les deux ressources didactiques ont des intentions claires, d'aider les professionnel·les des musées. Les guides le précisent : « Ce guide électronique, *Les expositions itinérantes : guide à l'usage des gestionnaires de tournée* s'adresse aux professionnels qui ont la responsabilité de faire circuler des expositions temporaires. » (SMQ, 2005 [2020]) et « Ce guide pratique s'adresse aux professionnels en muséologie. » (MNS2, 2017, p.3) Les motivations des fournisseur·ses sont de former et d'informer. Ils ou elles présentent des faits et non des opinions et n'ont pas de parti pris. De plus, les informations sont comparables entre les deux guides et vérifiables auprès d'autres sources crédibles.

Les ressources de réseautage sont plus complexes. Elles sont ouvertes à tous, producteurs, lieux hôtes, organismes culturels et muséaux, individus, avec quelques restrictions pour les ressources de la SMQ (les membres ont plus d'avantages). Cependant, que ce soit le Marché aux expositions, le site Internet de la SMQ ou les plateformes numériques des producteur·rices, les intentions sont à la fois de vendre des produits (les expositions) et de renseigner sur ces mêmes produits. Les fournisseur·ses ne peuvent pas être totalement objectifs.

Les ressources financières ne sont pas entièrement neutres non plus, du moment qu'elles ont des intérêts en jeu. Cependant, les motivations ne sont pas non plus pleinement intéressées. Les programmes financiers favorisent les institutions muséales. Nous retrouvons 38 mentions des objectifs suivants (pour les nombres, se référer aux ANNEXES II, III, IV et VI) : « favoriser l'acquisition de connaissances ou compétences » (3) ; « développer des réseaux » (4) ; « circulation des objets et expositions » (16) ; et « circulation des artistes et du personnel de musée » (15). Ils sont également bénéfiques pour les populations et les localités. Nous comptons 50 mentions des objectifs suivants : « renforcer le sentiment d'appartenance » (4) ; « favoriser l'éducation auprès des visiteurs » (7) ; « donner accès au

patrimoine» (15); «favoriser le rayonnement de la localité» (12); «favoriser le développement d'une offre touristique» (6); et «accroître la vitalité régionale» (6). Les ressources financières sont également destinées à divers intervenant·es du milieu muséal, que ce soient des producteur·rices ou des lieux d'accueil, des professionnel·les des musées ou des organismes novices en matière d'expositions itinérantes.

3.2. Pluralité des fournisseur·ses

Dans la figure 3, nous pouvons compter six types de fournisseur·ses, pour 40 ressources. Les gouvernements produisent l'essentiel des ressources (les programmes d'aide financière). Cependant, chaque palier poursuit ses propres objectifs, ce qui différencie beaucoup leurs productions. De plus, le pourcentage du nombre des ressources par fournisseur·se se partage mieux si nous prenons en compte qu'il y a davantage de ressources financières. L'apport important des gouvernements en ressources financières fait écho à ce que soulignait Mairesse (2010) : si le gouvernement veut bénéficier des services des institutions muséales, il doit investir davantage. Il s'agit d'une situation donnant-donnant.

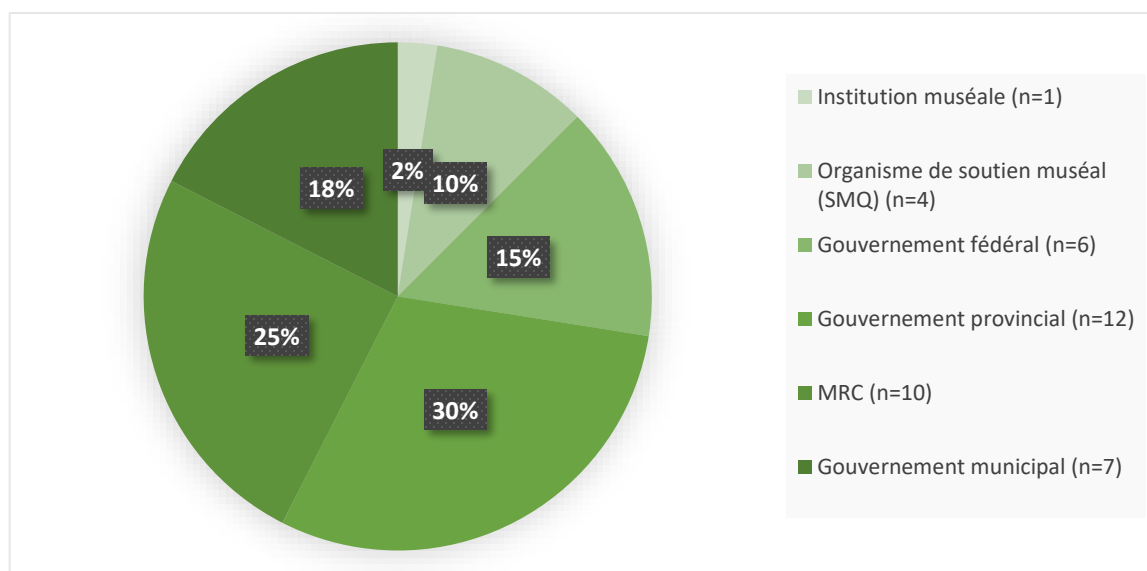


FIGURE 3. Répartition des créateur·rices et des fournisseur·ses des 40 ressources répertoriées

Il s'agit ici de montrer que les fournisseur·ses sont nombreux·ses et varié·es. Les usager·ères ont accès à des ressources de fournisseur·ses multiples, qui apportent chacun·e différents éléments, perspectives et opportunités avec lesquels les utilisateur·rices peuvent

travailler. Par exemple, au niveau provincial, le CALQ s'intéresse aux arts sous toutes leurs formes et, par conséquent, va soutenir des initiatives qui entrent dans ce domaine. À l'inverse, le ministère de la Culture et des Communications est plus ouvert et s'intéresse à la culture et au patrimoine en général. Il s'agit de deux fournisseur·ses différents, ayant des visions différent·es, qui répondent à des besoins distincts chez leurs usager·ères. Cette variété, cette concurrence saine pourrions-nous dire, donne aux utilisateur·rices un choix et leur assure de trouver des ressources spécialement conçues pour tous types de situations.

3.3. Expertise des fournisseur·ses

Les deux ressources didactiques, *Les expositions itinérantes : guide à l'usage des gestionnaires de tournée* (2005 [2020]) et *Guide pratique pour réaliser une exposition itinérante* (2017), sont respectivement conçues par un organisme de soutien muséal, la SMQ, et un musée, le MNS2. Ce dernier est, force est de le réitérer, le plus grand producteur d'expositions itinérantes québécois. Les deux ont donc une expérience confirmée dans le monde muséal, mais plus spécifiquement avec les expositions itinérantes.

Les deux premières ressources de réseautage, le Marché aux expositions et la section « Produits et services en muséologies » de l'Espace professionnel de la plateforme numérique du SMQ, ont été créées par cette dernière, qui possède une expertise, comme nous le réaffirmons. La troisième ressource est constituée des sites Internet des institutions productrices, mis en ligne par les institutions elles-mêmes. Par leur nature d'institutions muséales, si elles ne possèdent pas forcément un savoir-faire avec les expositions itinérantes, elles ont au moins une expérience étendue en matière muséale et culturelle.

Les 35 ressources financières sont, quant à elles, créées par différentes branches du gouvernement, à l'exception de deux, qui proviennent d'un partenariat avec des organismes en tourisme — l'*Enveloppe touristique*, de la MRC de La Jacques-Cartier et Tourisme Jacques-Cartier, et le *Programme de Soutien à la promotion des festivals et événements touristiques de l'Abitibi-Témiscamingue*, de la MRC de l'Abitibi-Témiscamingue et de Tourisme Abitibi-Témiscamingue. Tous ces gouvernements et organismes sont également reconnus pour leur compétence en culture et patrimoine. En somme, les créateur·rices ou les

fournisseur·ses, varié·es, de toutes les ressources sont des personnes ou des entités dont les connaissances et le savoir-faire en matière d'expositions itinérantes, de musées ou de culture sont reconnus. Cette reconnaissance de leurs compétences établit la qualité des ressources qu'ils ou elles produisent. En somme, au vu de ce qui a été avancé précédemment dans cette section, nous pouvons attester de la réputation des fournisseur·ses, puisqu'ils ou elles sont objectif·ves, varié·es et expérimenté·es.

CONCLUSION

Cet essai se veut une analyse du réseau québécois d'expositions itinérantes et des expertises offertes, qui s'appuie sur les ressources mises à la disposition des producteur·rices et des lieux hôtes pour leur conception et circulation. Pour ce faire, cet essai a d'abord défini le concept d'exposition itinérante et le contexte de l'usage de l'itinérance, de plus en plus courant dans les institutions muséales. Ensuite, nous avons présenté une liste des ressources didactiques, de réseautage et financières fournies aux institutions québécoises pour les expositions itinérantes. Enfin, nous avons analysé cette liste pour comprendre davantage la place des expositions itinérantes dans les musées au Québec.

L'analyse du présent essai constitue un point de départ quant à notre compréhension du réseau d'expositions itinérantes au Québec et nous pourrions explorer le sujet davantage. De fait, des entretiens pourraient être menés au sein des institutions productrices d'expositions itinérantes, notamment les trois grands producteur·rices dégagé·es plus tôt : le MNS2, le Musée canadien de l'histoire et le Musée d'art de Joliette. De plus, un sondage en ligne permettrait d'étendre la collecte d'informations non seulement aux producteur·rices, mais également aux lieux hôtes d'expositions itinérantes.

Par ailleurs, nous devons noter, ces dernières années, la résurgence des collections dans les pratiques muséales et, par conséquent, une plus grande permanence dans les pratiques. Bien que toujours présente dans les musées, l'exposition des collections ne générât pas, jusqu'à récemment, l'attractivité des expositions temporaires et événementielles, basées sur l'accueil de grands noms (Boucher et Chevalier, 2018 ; Mairesse, 2021). Cependant, aujourd'hui, l'événementiel s'essouffle. Le monde moderne et les technologies (surtout dans le transport et les communications) accélèrent à un point tel que le renouvellement n'est jamais assez rapide et que la fréquentation des musées n'augmente plus suffisamment. Les expositions temporaires et itinérantes à grands frais, les superproductions, attirent toujours. Néanmoins, malgré l'augmentation du nombre de

visiteur·euses, et des entrées, les musées ne suivent plus le rythme effréné de l'événementiel (Alexander et Alexander, 2008 [1979]).

Ce rythme démesuré amène un contexte économique difficile, qui freine l'essor de l'événementiel, bien que ce soit ce type même de contexte qui a mené à son usage récurrent (Mairesse, 2021). Les musées ne peuvent pas entreprendre tout ce qu'ils veulent et ils doivent revoir leurs ambitions pour les expositions à la baisse. Ils dépendent beaucoup des subventions, qui resserrent toujours plus leurs attentes et leurs objectifs. La coproduction d'expositions et les expositions itinérantes forment toujours une solution efficace, envisagée par les institutions muséales pour réduire les coûts, mais les expositions restent de plus en plus coûteuses à produire (Lamoureux, Boucher et Fraser, 2017).

Nous devons nous rappeler que la mission première des musées tourne autour de ses collections (Bennet, 1995 ; Alexander et Alexander, 2008 [1979] ; Mairesse, 2021). La première motivation des visiteur·euses est l'apprentissage, surtout pour les publics scolaires (Bennet, 1995). Les collections et leur côté permanent permettent de le mettre en pratique plus aisément (Mairesse, 2021). Elles se développent au fil du temps et font en sorte d'accroître le nombre d'outils éducatifs et de médiation sur le long terme, ce qui compose un investissement profitable. Bref, dans un contexte économique fluctuant pour le patrimoine, les musées et les expositions, les institutions muséales doivent se recentrer et utiliser leurs propres ressources, c'est-à-dire leurs collections, pour retrouver une certaine stabilité. De plus, les expositions permanentes ont maintenant une durée plus courte et sont renouvelées plus souvent (Boucher et Chevalier, 2018).

De cette manière, un compromis peut s'opérer entre l'événementiel et la permanence des collections (Lamoureux, Boucher et Fraser, 2017 ; Mairesse, 2021). Les institutions muséales peuvent utiliser leurs fonds anciens ou peu connus — ranimés par les nouvelles technologies, qui mettent à jour de nouvelles informations — pour susciter l'étonnement lors d'expositions temporaires ou itinérantes et renouveler le contenu de leurs expositions permanentes plus souvent (Lamoureux, Boucher et Fraser, 2017 ; Boucher et Chevalier, 2018). D'un côté, les expositions itinérantes font circuler les collections, le savoir-faire et les

idées de ses producteur·rices partout dans le monde. De l'autre, le permanent, souvent renouvelé ou redéployé, permet à un musée de rester à jour et de faire revenir ses visiteur·euses locaux·les, pour découvrir les nouveautés (Boucher et Chevalier, 2018). Pour finir, les collections peuvent autant être présentées avec les expositions permanentes qu'avec les expositions itinérantes — notamment avec la tendance des institutions muséales à la reproduction des objets et œuvres, ce qui rend leur présentation beaucoup plus sûre. Les expositions itinérantes des collections permettent ainsi une communication plus élargie, que ce soit pour les populations éloignées ou le non-public, pour un avenir rapproché comme lointain, favorisant le développement des producteur·rices et des lieux hôtes.

BIBLIOGRAPHIE

Alexander, E. P. et M. Alexander (2008 [1979]). *Museum in motion: An Introduction to the History and Functions of Museums* (2e éd.). Lanham, MD, New York, NY, Toronto, ON et Plymouth, UK : AltaMira Press.

Allard, M. (2012). Chapitre 5 : Le parcours et les perspectives du champ et de la recherche en éducation muséale. Dans Allard, M., Meunier, A. et Luckerhoff, J. *La muséologie, champ de théories et de pratiques*. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Armaos, G. (2000). Témoins oculaires : l'exposition temporaire et la photographie documentaire. Dans J.-M. Tobelem (dir.), *L'image et les musées* (n° 14, pp. 125-138). Paris, France : Harmattan.

Barré, J. (2000). Le tourisme et les musées : une affaire d'image. Dans Tobelem, J.-M. (dir.). *L'image et les musées*. Paris : Harmattan.

Bennet, T. (1995). *The Birth of the Museum: History, theory, politics*. Londres, Royaume-Uni et New York, NY: Routledge.

Blais, A. et A.-S. Gagnon (2007). *Réaliser une exposition : guide pratique*. Québec : Ministère de la Culture et des Communications. Repéré à : <http://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/ssim-guide-realiser-exposition.pdf>

Boucher, L. et M. Perron (dir.) (2012). *Dictionnaire des compétences — Mise en exposition*. Montréal, QC : Société des musées du Québec et Conseil québécois des ressources humaines en culture. Repéré à http://www.musees.qc.ca/pdf/Dictionnaire_Compétences.pdf

Boucher, M. et G. Chevalier (2018). Introduction. *Muséologies : Les cahiers d'études supérieures*, vol. 9 (n° 2), 13-31. doi : <https://doi.org/10.7202/1052659ar>

Collectif d'auteurs (2014). *Projet d'exposition. Guide des bonnes pratiques*. France : comité national français de l'ICOM.

De Varine, H. (1979). L'exposition itinérante : moyen de communication, d'information, d'éducation. *Revue archéologique de l'Oise* (n° 15).

Dean, D. (1994). *Museum Exhibition : Theory and Practice*. Londres et New York : Routledge.

Desvallées A., M. Schärer et N. Drouguet. (2011). Exposition : Regard et analyse. Dans Desvallées, A. et F. Mairesse (dir.). *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*. Paris, France : A. Colin.

Éditeur officiel du Québec (2015). *Projet de loi n° 28 (2015, chapitre 8). Loi concernant principalement la mise en œuvre de certaines dispositions du discours sur le budget du 4 juin 2014 et visant le retour à l'équilibre budgétaire en 2015-2016*. Québec, QC : Assemblée nationale. Repéré à

<http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=5&file=2015C8F.PDF>

Floud, P. (1950). The Circulation Department of the Victoria and Albert Museum. *Museum International*, vol.3 (n°4) 296-303. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0033.1950.tb00115.x>

Gob, A., N. Drouguet et Y. Bergeron. (2014). *La muséologie histoire, développements, enjeux actuels*. Paris : A. Colin.

Gorchakova, V. (2017). *Touring blockbuster exhibitions: Their contribution to the marketing of a city to tourists* (Thèse). Nouvelle-Zélande : Auckland University of Technology.

Gouvernement du Québec. (2019). Fiche du terme — Exposition itinérante. *Thésaurus de l'activité gouvernementale*. Repéré à <http://www.thesaurus.gouv.qc.ca/tag/terme.do?id=5372>

Harrison, J. D. (2005). 4. Ideas of museums in the 1990s. Dans Corsane, G. *Heritage, Museums and Galleries: An Introductory Reader*. Londres : Routledge.

Jeuge-Maynard, I. (dir.) (2020). Larousse. Repéré à <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>

Lamoureux, J., M. Boucher et M. Fraser (2017). Looking at the One and Only: The Return of the Single-Work Show. *Stedelijk Studies* (n° 5). Repéré à : [Stedelijk Studies – Looking at the One and Only: The return of the single-work show](#)

Lefort, I. (2015). « L'identité lyonnaise » au risque de ses musées. Dans Fagnoni, É. et M. Gravari-Barbas (dir.). *Nouveaux musées, nouvelles ères urbaines, nouvelles pratiques touristiques*. Québec : Presses de l'Université Laval.

Lucet, C. (dir.) (2020). Le Robert. Repéré à <https://dictionnaire.lerobert.com/>

Luckerhoff, J. (2012). Chapitre 2 : Le Musée national des beaux-arts du Québec est-il condamné à séduire ? Dans Allard, M., Meunier, A. et Luckerhoff, J. *La muséologie, champ de théories et de pratiques*. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Macdonald, S. (2005). 21. A people's story: Heritage, identity and authenticity. Dans Corsane, G. *Heritage, Museums and Galleries: An Introductory Reader*. Londres : Routledge.

Mairesse, F. (2010). *Le musée hybride*. Paris : La Documentation française.

Mairesse, F. (2021). La collection a-t-elle un avenir au sein du musée ?. *Culture et Musées* (n° 37) 31-52. doi : <https://doi.org/10.4000/culturemusees.6124>

Musée Nature Science de Sherbrooke (2017). Guide pratique pour réaliser une exposition itinérante. Sherbrooke, QC : Culture et Communication Québec. Repéré à <https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/ssim-guide-realiser-exposition.pdf>

N'DA, P. (2015). Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines : Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article. Paris, France : L'Harmattan.

- Paillé, P. (2009). Qualitative (analyse). Dans Mucchielli, A. (dir.), *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales* (3^e éd., pp. 202-205). Paris, France : Armand Colin.
- Piriou, J., P. Ananian et C. Clergeau (2017). *Tourisme et événementiel : Enjeux territoriaux et stratégies d'acteurs*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Raymond Chabot Grant Thornton (Mars 2021). *Portrait de l'offre muséale au sein de l'industrie touristique du Québec. Rapport final*. Montréal, QC : Société des musées du Québec. Repéré à [Rapport portrait offre VD \(1\) .pdf](#)
- Richter, L. K. (2005). 20. The politics of heritage tourism development: Emerging issues for the new millenium. Dans Corsane, G. *Heritage, Museums and Galleries : An Introductory Reader*. Londres : Routledge.
- Ruppli, C. (2000). Qui sont les producteurs d'expositions itinérantes ? Dans *la Lettre de l'OCIM* (n° 70). Repéré à [https://doc.ocim.fr/LO/LO070/LO.70 \(3\) — pp.20-25.pdf](https://doc.ocim.fr/LO/LO070/LO.70 (3) — pp.20-25.pdf)
- Service de soutien aux institutions muséales (SSIM) (2007). *Réaliser une exposition : guide pratique*. Québec, QC : Ministère de la Culture et des Communications. Repéré à <http://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/ssim-guide-realiser-exposition.pdf>
- Société des musées du Québec (2017). *Espace professionnel. Mission*. Montréal, QC : Société des musées du Québec. Repéré à <https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/a-propos-smq/mission>
- Société des musées du Québec (2020 [2005]). *Les expositions itinérantes : guide à l'usage des gestionnaires de tournée*. Montréal, QC : Société des musées du Québec. Repéré à <https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/guidesel/expoitinerantes/>
- Société des musées du Québec (n. d. a). Membres institutionnels. Montréal, QC : Société des musées du Québec. Repéré à <https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/membres-smq/adhesion/membres-institutionnels>
- Société des musées du Québec (n. d. b). Publicité. Montréal, QC : Société des musées du Québec. Repéré à <https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/publicite>
- Soichot, O. (2011). L'itinérance : une seconde vie pour les expositions. Dans *la Lettre de l'OCIM* (n° 133). Repéré à <http://journals.openedition.org/ocim/667>
- Tobelem, J.-M. (1990). *Musées et culture le financement à l'américaine*. Savigny-le-Temple, France : Éditions W.
- Tobelem, J.-M. (2011). *Le nouvel âge des musées : les institutions culturelles au défi de la gestion* (2^e éd.). Paris, France : Armand Colin.
- Victoria and Albert Museum (2019). V&A Archive Research Guide. Exhibitions at the V&A. Repéré à https://vanda-production-assets.s3.amazonaws.com/2019/03/29/09/58/00/6cdf3045-a42e-40d2-9549-c5d4248751b3/exhibitions_at_va_research_guide.pdf

Wireman, P. (1997). *Partnerships for Prosperity: museums and economic development*. Washington, D.C. : American Association of Museums.

ANNEXE I – Tableau des producteurs d'expositions itinérantes, parmi les 281 membres de la SMQ, classés par domaine d'expertise, et leur usage de plateformes numériques

	Producteurs d'expositions itinérantes	Section dédiée aux expositions itinérantes sur le site de l' institution	Nombre d'expositions actives disponibles sur leur site	Nombre d'expositions actives sur le site de la SMQ
ARCHÉOLOGIE				
Aux Trois Couvents Source : https://auxtroiscouvents.org/	NON	-	-	-
Centre Archéo Topo Source : http://www.archeotopo.com/expositions/	NON	-	-	-
Centre d'Histoire et d'Archéologie de la Métabetchouane Source : https://chamdesbiens.com/expositions	NON	-	-	-
Centre d'initiation au patrimoine – La Grande Ferme Source : https://lagrandeferme.org/expositions/	NON	-	-	-
Centre d'interprétation du site archéologique Droulers-Tsiionhiakwatha Source : https://lagrandeferme.org/expositions/	NON	-	-	-
Centre d'interprétation historique de Sainte-Foy Source : http://www.maisonsdupatrimoine.com/fr/expositions.html	NON	-	-	-
Fort Ingall Source : https://www.fortingall.ca/fr/visitez/expositions	NON	-	-	-
Fortifications-de-Québec — Lieu historique national Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/fortifications	NON	-	-	-
L'Îlot des Palais — site historique et archéologique Source : http://ilotdespalais.ca/#	NON	-	-	-
Le Parc du Bourg de Pabos Source : https://bourgdepabos.com/	NON	-	-	-
Lieu historique national de Coteau-du-Lac Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/coteaudulac	NON	-	-	-
Lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/chateauguay	NON	-	-	-
Lieu historique national de Louis-S.-St-Laurent Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/stlaurent/index	NON	-	-	-
Lieu historique national des Forts-et-Châteaux-Saint-Louis Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/saintlouisforts	NON	-	-	-
Lieu historique national du Commerce-de-la-Fourrure-à-Lachine Source : https://www.pc.gc.ca/en/lhn-nhs/qc/lachine	NON	-	-	-
Lieu historique national du Fort-Chambly Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/fortchambly	NON	-	-	-
Lieu historique national du Fort-Lennox Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/lennox	NON	-	-	-
Maison des Jésuites de Sillery Source : http://www.maisonsdupatrimoine.com/fr/expositions.html	NON	-	-	-
Maison dite Louis-Hippolyte-La Fontaine Source : https://boucherville.ca/exposition-maison-dite-louis-hippolyte-la-fontaine/	NON	-	-	-

Maison Merry — Lieu de mémoire citoyen de Magog Source : https://www.maisonmerry.ca/expositions	NON	-	-	-
Maison Nivard-De Saint-Dizier — musée et site archéologique Source : https://maisonnivard-de-saint-dizier.com/expositions/	NON	-	-	-
Musée d'archéologie de Roussillon Source : https://archeoroussillon.ca/expositions/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	OUI	1	1
Musée de Lachine Source : https://montreal.ca/lieux/musee-de-lachine	NON	-	-	-
Musée des Abénakis Source : https://museeabenakis.ca/expositions/	NON	-	-	-
Musée des plaines d'Abraham Source : https://www.ccbn-nbc.gc.ca/fr/musee-des-plaines-abraham/renseignements/horaire-tarification/	NON	-	-	-
Musée du Fort Saint-Jean Source : https://www.museedufortsaintjean.ca/FR/index-fr.htm	OUI	NON	0	0
Musée Redpath Source : https://www.mcgill.ca/redpath/fr/expositions	NON	-	-	-
Musée Royal 22 ^e Régiment/Citadelle de Québec Source : https://www.lacitadelle.qc.ca/fr/le-mus%C3%A9e/sa-mission.html	OUI	NON	0	0
Pointe-à-Callière, cité d'archéologie et d'histoire de Montréal Source : https://pacmusee.qc.ca/fr/expositions/	NON	-	-	-
Pointe-du-Buisson — Musée québécois d'archéologie Source : http://www.pointedubuisson.com/expositions/expositions-temporaires	NON	-	-	-
Pôle culturel du monastère des Ursulines de Québec Source : https://www.polecultureldesursulines.ca/musee-pole-culturel/	NON	-	-	-
Site de pêche Déry Source : https://sitedery.com/	OUI	NON	0	0
Site historique de la Maison Lamontagne Source : https://maisonlamontagne.com/	NON	-	-	-
Site historique Marguerite-Bourgeoys Source : https://margueritebourgeoys.org/musee/	NON	-	-	-
ART				
Art-image et espace Odysée Source : http://www.gatineau.ca/artimage/expositions/passees/index.html	NON	-	-	-
Artothèque Source : http://www.artotheque.ca/expositions/	OUI	NON	0	0
Centre Canadien d'Architecture Source : https://www.cca.qc.ca/fr/apropos-expositions	OUI	NON	0	0
Centre culturel et du patrimoine Uplands Source : https://uplands.ca/expositions/	NON	-	-	-
Centre culturel Yvonne L. Bombardier Source : http://centreculturelbombardier.com/exposition-accueil/	NON	-	-	-
Centre d'art — lieu spécialisé en diffusion des métiers d'art Source : http://www.ville.lasalle.qc.ca/fr/page/index.cfm?PageID=91	NON	-	-	-
Centre d'art de Kamouraska Source : https://www.centredartkamouraska.ca/expositions/	OUI	NON	3	0
Centre d'art Diane-Dufresne Source : https://espaceculturel.repentigny.ca/fr/centre-art-diane-dufresne/a-propos	NON	-	-	-
Centre d'art et d'exposition de Saint-Georges Source : https://ccmf.saint-georges.ca/centre-dart-et-dexposition	NON	-	-	-
Centre d'art Jacques-et-Michel-Auger Source : https://www.lecarre150.com/Expositions#/?mois=0&annee=0	NON	-	-	-
Centre d'exposition d'Amos	NON	-	-	-

Source : https://amos.quebec/loisirs-et-culture/culture-et-patrimoine/centre-dexposition				
Centre d'exposition de l'Université de Montréal Source : https://www.centre-expo-udem.com/en-tournee	OUI	OUI	0	0
Centre d'exposition de Mont-Laurier Source : https://www.expomontlaurier.ca/	NON	-	-	-
Centre d'exposition de Val-d'Or Source : https://voart.ca/events/expositions/	NON	-	-	-
Centre d'exposition de Val-David – La Maison du village Source : https://www.culture.val-david.qc.ca/	NON	-	-	-
Centre d'exposition du Vieux Presbytère Source : https://stbruno.ca/loisirs-et-culture/centre-d-exposition-du-vieux-presbytere/	NON	-	-	-
Centre d'exposition L'Imagier Source : https://imagier.qc.ca/	NON	-	-	-
Centre d'exposition Léo-Ayotte de Culture Shawinigan Source : http://leo-ayotte.ca/expositions	NON	-	-	-
Centre d'exposition Louise-Carrier Source : https://centrelouise-carrier.com/	NON	-	-	-
Centre d'exposition Raymond-Lasnier — Maison de la culture de Trois-Rivières Source : https://www.cultur3r.com/evenements/colorier-colorer-couleurer-3/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/exposition-itinerantes	OUI	OUI	1	1
Centre national d'exposition de Saguenay Source : https://www.centrenationalexposition.com/afficher/19	NON	-	-	-
Cinémathèque québécoise Source : https://www.cinematheque.qc.ca/fr/	NON	-	-	-
Église de la Purification-de-la-Bienheureuse-Vierge-Marie Source : https://www.patrimoine-culturel.gouv.qc.ca/rpcq/detail.do?methode=consulter&id=92549&type=bin	NON	-	-	-
Église Notre-Dame-de-la-Visitation de Champlain Source : https://eglisedechamplain.qc.ca/	NON	-	-	-
Espace Pauline-Julien Source : https://www.cultur3r.com/lieux/espace-pauline-julien/	NON	-	-	-
EXPRESSION – Centre d'exposition de Saint-Hyacinthe Source : https://www.expression.qc.ca/fr/	NON	-	-	-
Fondation Guido Molinari Source : https://fondationguidomolinari.org/	OUI	NON	1	0
Galerie d'art Antoine-Sirois Source : https://www.galerieudes.ca/expositions/	NON	-	-	-
Galerie d'art Desjardins Source : https://www.drac.ca/	NON	-	-	-
Galerie d'art du Parc Source : https://www.galeriedartduparc.qc.ca/Expositions	NON	-	-	-
Galerie d'art Foreman de l'Université Bishop's Source : https://foreman.ubishops.ca/fr/page-daccueil/	NON	-	-	-
Galerie d'art Stewart Hall Source : https://www.pointe-claire.ca/fr/galerie-dart/	NON	-	-	-
Galerie de l'UQAM Source : https://galerie.uqam.ca/expositions/	NON	-	-	-
Galerie du Rift Source : https://lerift.ca/	NON	-	-	-
Galerie Leonard & Bina Ellen, Université Concordia Source : http://ellengallery.concordia.ca/	NON	-	-	-
Galerie Montcalm	NON	-	-	-

Source : https://www.gatineau.ca/portail/default.aspx?p=activites_evenements_idees_sorties/galeries_art_expositions				
Galerie Renée-Blain Source : https://www.brossard.ca/loisir-et-culture/arts-et-culture/expositions	NON	-	-	-
Galerie UQO Source : https://galerie.uqo.ca/archives	NON	-	-	-
L’Espace culturel du Quartier Saint-Nicolas Source : https://www.ecqsn.com/	NON	-	-	-
La Guilde Source : https://laguilde.com/pages/expositions	NON	-	-	-
La Maison amérindienne Source : https://www.maisonamerindienne.com/expositions	NON	-	-	-
Le Vieux-Palais Source : http://www.palais-maisonauthier.com/	NON	-	-	-
Maison Antoine-Beaudry Source : https://montreal.ca/lieux/maison-antoine-beaudry	NON	-	-	-
Maison de la culture de Côte-des-Neiges Source : https://montreal.ca/lieux/maison-de-la-culture-de-cote-des-neiges	NON	-	-	-
Maison de la culture de Longueuil Source : https://www.longueuil.quebec/fr/services/arts-et-culture/expositions	NON	-	-	-
Maison de la culture de Pointe-aux-Trembles Source : https://montreal.ca/lieux/maison-de-la-culture-de-pointe-aux-trembles	NON	-	-	-
Maison de la culture Janine-Sutto Source : https://montreal.ca/lieux/maison-de-la-culture-janine-sutto	NON	-	-	-
Maison de la culture Marie-Uguay Source : https://montreal.ca/lieux/maison-de-la-culture-marie-uguay	NON	-	-	-
Maison de la culture Notre-Dame-de-Grâce Source : https://montreal.ca/lieux/maison-de-la-culture-notre-dame-de-grace-botrel	NON	-	-	-
Maison de la culture Rosemont – La Petite-Patrie Source : https://montreal.ca/lieux/maison-de-la-culture-de-rosemont-la-petite-patrie	NON	-	-	-
Maison des arts de Laval — Salle Alfred-Pellan Source : https://www.laval.ca/maisondesarts/Pages/Fr/expositions.aspx	NON	-	-	-
Maison et atelier Rodolphe-Duguay Source : http://www.rodolpheduguay.com/expositions	NON	-	-	-
Maison Pierre-Chartrand Source : https://montreal.ca/lieux/maison-pierre-chartrand-maison-de-la-culture-de-riviere-des-prairies	NON	-	-	-
Moulin Michel de Gentilly Source : https://moulinmichel.qc.ca/#	NON	-	-	-
MUMAQ – Le Musée des métiers d’art du Québec Source : https://www.mumaq.com/expositions/	NON	-	-	-
Musée acadien du Québec Source : https://museeacadien.com/expositions-passees/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expositions-itinerantes	OUI	NON	0	1
Musée Beaulne Source : https://www.museebeaulne.qc.ca/expositions-itinerantes-a-louer/	OUI	OUI	3	0
Musée Bruck Source : https://www.cowansville.ca/loisirs-et-culture/culture/musee-bruck	NON	-	-	-
Musée Colby-Curtis Source : https://colbycurtis.ca/fr/programmation/#expositions	NON	-	-	-
Musée d’art contemporain de Baie-Saint-Paul Source : https://macbsp.com/expositions	NON	-	-	-
Musée d’art contemporain de Montréal	OUI	NON	0	0

Source : https://macm.org/expositions/				
Musée d'art contemporain des Laurentides Source : https://www.maclau.ca/fr/a-propos/	NON	-	-	-
Musée d'art de Joliette Source : https://www.museejoliette.org/fr/exposition/type/en-circulation/	OUI	OUI	6	0
Musée d'art de Rouyn-Noranda (MA) Source : https://museema.org/#	NON	-	-	-
Musée des beaux-arts de Montréal Source : https://www.mbam.qc.ca/fr/expositions/	OUI	OUI	1	0
Musée des beaux-arts de Mont-Saint-Hilaire Source : https://mbamsh.com/exposition/expositions-passees	NON	-	-	-
Musée des beaux-arts de Sherbrooke Source : https://mbas.qc.ca/exposition-itinerante/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	OUI	1	1
Musée international d'art naïf de Magog Source : https://www.artnaifmagog.com/collections/index.php/Gallery/Index?lang=fr_FR	OUI	NON	0	0
Musée Marius-Barbeau Source : https://www.museemariusbarbeau.com/fr/expositions/a-l-affiche/	OUI	OUI	1	0
Musée National de la Photographie Desjardins Source : https://museenationaldelaphotographie.com/les-expositions	OUI	NON	0	0
Musée national des beaux-arts du Québec Source : https://www.mnbaq.org/expositions/terminees	NON	-	-	-
Musée Pierre-Boucher Source : http://www.museepierreboucher.com/Expositions	NON	-	-	-
Musée régional de Kamouraska Source : https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	NON	0	1
Musée régional de la Côte-Nord Source : http://museeregionalcotenord.ca/portfolio/gallery-3/#	OUI	OUI	1	0
Musée régional de Vaudreuil-Soulanges Source : http://www.mrvs.qc.ca/expos_hors_murs.php	OUI	NON	0	0
MUSO – Musée de société des Deux-Rives Source : https://lemuso.com/categorie/expositions/antérieures/	NON	-	-	-
PHI Source : https://phi.ca/fr/programmation/	OUI	NON	1	0
Presbytère de Racine Source : https://www.cantonsdelest.com/quoi-faire/4960/presbytere-et-maison-de-la-culture-de-racine	NON	-	-	-
Résidence du Gouverneur général à la Citadelle Source : https://www.gg.ca/fr/visitez-nous/la-citadelle	NON	-	-	-
SBC Galerie d'art contemporain Source : https://www.sbcgallery.ca/expositions	NON	-	-	-
Villa Bagatelle Source : http://www.maisonsdupatrimoine.com/fr/expositions.html	NON	-	-	-
COLLECTIONS VIVANTES				
Aquarium du Québec Source : https://www.sepaq.com/ct/paq/index.dot?language_id=2	NON	-	-	-
Biodôme — Espace pour la vie Source : https://m.espacepourlavie.ca/mobile/biodome	NON	-	-	-
Bioparc de la Gaspésie Source : https://bioparc.ca/en/	NON	-	-	-
Centre de la Biodiversité du Québec Source : http://www.biodiversite.net/evenements-speciaux	OUI	NON	1	0
Domaine Joly-De Lotbinière Source : https://www.domainejoly.com/	NON	-	-	-
Exploramer	OUI	NON	1	0

Source : https://exploramer.qc.ca/musee/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes				
Insectarium — Espace pour la vie Source : https://espacepurlavie.ca/insectarium	OUI	NON	0	0
Jardin botanique — Espace pour la vie Source : https://espacepurlavie.ca/jardin-botanique	NON	-	-	-
Jardins de Métis Source : https://jardinsdemetis.com/expositions/	OUI	NON	1	0
Lieu historique national d'Obadjiwan-Fort-Témiscamingue Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/obadjiwan-temiscamingue/index	NON	-	-	-
Lieu historique national du Manoir-Papineau Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/manoirpapineau	NON	-	-	-
Maison Saint-Gabriel — musée et site historique Source : https://www.maisonsaintgabriel.ca/activites-musee/visite-guidee-de-la-cave-au-grenier/	OUI	NON	0	0
Musée de la mémoire vivante Source : http://www.memoirevivante.org/SousOnglets/AfficheSousOnglet?SousOngletId=3	OUI	NON	0	0
Parc Marie-Victorin Source : https://www.parcmarievictorin.com/#covid	NON	-	-	-
Zoo Ecomuseum Source : https://zoocomuseum.ca/fr/	NON	-	-	-
Zoo sauvage de Saint-Félicien Source : https://zoosauvage.org/	NON	-	-	-
ENVIRONNEMENT				
Biophare Source : https://biophare.com/expositions/itinerantes/germaine-guevremont-et-le-survenant/	OUI	NON	0	0
Centre d'interprétation du Marais Source : https://marisauxcerises.com/	NON	-	-	-
Centre d'interprétation du phoque Source : https://www.tourismeilesdelamadeleine.com/fr/centre-du-phoque-fondation-willie-deraspe/musees-et-centres-d-interpretation/	NON	-	-	-
Centre d'interprétation et d'observation Cap-de-Bon-Désir — Aire marine nationale de conservation Source : https://www.pc.gc.ca/fr/amnc-nmca/qc/saguenay/Cap-de-Bon-Desir	NON	-	-	-
Centre d'interprétation et d'observation de Pointe-Noire — Aire marine nationale de conservation Source : https://parcmarin.qc.ca/page_details/centre-d-interpretation-et-d-observation-de-pointe-noire/	NON	-	-	-
Centre d'exploration du Parc de la Rivière-des-Mille-Îles Source : https://www.parc-mille-iles.qc.ca/centre-d-exploration/	NON	-	-	-
Centre d'interprétation des mammifères marins Source : https://www.quebecmaritime.ca/entreprise/centre-d-interpretation-des-mammiferes-marins-cimm/activites	NON	-	-	-
Centre de découverte du milieu marin — Aire marine nationale de conservation Source : https://parcmarin.qc.ca/page_details/centre-de-decouverte-du-milieu-marin/	NON	-	-	-
Fossilarium Source : https://www.fossiles.ca/	OUI	OUI	3	0
Géoparc mondial UNESCO de Percé Source : https://geoparcdeperce.com/	NON	-	-	-
La Biosphère — Musée de l'environnement Source : https://espacepurlavie.ca/biosphere	OUI	NON	0	0

La Maison Léon-Provancher Source : https://maisonleonprovancher.com/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	NON	0	0
Maison Smith Source : https://www.lavitrine.com/place/Maison_Smith	NON	-	-	-
Moulin des Pionniers de La Doré Source : https://moulindespionniers.com/	NON	-	-	-
Musée amérindien de Mashteuiatsh Source : https://museeilnu.ca/a-propos/	NON	-	-	-
Musée d'histoire naturelle du parc national de Miguasha Source : https://www.sepaq.com/pq/mig/	NON	-	-	-
Musée du Fjord Source : https://www.museedufjord.com/expositions-virtuelles-et-en-circulation ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	OUI	0	3
Musée du squelette Source : https://www.museedusquelette.com/	NON	-	-	-
Musée huron-wendat Source : https://museehuronwendat.ca/	NON	-	-	-
Musée québécois de l'agriculture et de l'alimentation Source : https://www.mqaa.ca/expositions/	OUI	NON	0	0
Planétarium Rio Tinto Alcan — Espace pour la vie Source : https://espacepourlavie.ca/planetarium	NON	-	-	-
HISTOIRE				
Blockhaus de la Rivière-Lacolle Source : https://www.patrimoine-culturel.gouv.qc.ca/rpcq/detail.do?methode=consulter&id=92674&type=bien	NON	-	-	-
Boréal — Centre d'histoire de l'industrie papetière Source : https://www.borealis3r.ca/categorie-exposition/en-tournee/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	OUI	1	1
Cartier-Brébeuf — Lieu historique national Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/cartierbrebeuf	NON	-	-	-
Centre d'exposition La-Prison-des-Patriotes Source : http://www.mndp.qc.ca/expositions/itinerante/	OUI	OUI	3	0
Centre d'histoire d'Arvida et Centre d'histoire Sir-William-Price Source : https://sirwilliamprice.com/expositions/	NON	-	-	-
Centre d'interprétation de l'agriculture et de la ruralité Source : www.ciar-lacalacroix.com	NON	-	-	-
Centre d'interprétation du Moulin Fleming Source : https://www.mtl.org/fr/quoi-faire/patrimoine-et-architecture/moulin-fleming-centre-d-interpretation-historique	NON	-	-	-
Centre d'interprétation du patrimoine religieux Source : https://chaudiereappalaches.com/fr/voyage-quebec/region-de-thetford/thetford-mines/eglise-st-alphonse/tourisme-religieux/	NON	-	-	-
Centre historique des Sœurs de Notre-Dame du Bon-Conseil Source : https://www.centrehistoriquesndbc.com/index.php?idContenu=15	NON	-	-	-
Centre Marius-Barbeau Source : https://www.cdmb.ca/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	NON	0	4
Centre socioculturel Manoir Le Boutillier Source : https://manoirleboutillier.ca/a-propos/#	NON	-	-	-
Chapelle des Cuthbert Source : https://www.chapelledescuthbert.com/	NON	-	-	-
Château Dufresne — musée et lieu historique patrimonial	OUI	NON	0	0

Source : https://chateaudufresne.com/expositions/				
Château Ramezay — Musée et site historique de Montréal Source : https://www.chateauramezay.qc.ca/fr/expositions/expositions-passees/	NON	-	-	-
Cocathédrale Saint-Antoine-de-Padoue de Longueuil Source : https://www.cocathedrale.ca/musee-2/	NON	-	-	-
Écomusée du fier monde Source : https://ecomusee.qc.ca/expositions-passees/	NON	-	-	-
Église orthodoxe russe Saint-Georges de Rouyn Source : https://www.tourisme-abitibi-temiscamingue.org/activite-attrait/eglise-orthodoxe-russe-st-georges/106/	NON	-	-	-
Exporail, le Musée ferroviaire canadien Source : https://exporail.org/	OUI	OUI	1	0
Forts-de-Lévis — Lieu historique national Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/levis	NON	-	-	-
Gaspé, Berceau du Canada Source : https://berceauducanada.com/	NON	-	-	-
Grosse-Île-et-le-Mémorial-des-Irlandais — Lieu historique national Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/grosseile	NON	-	-	-
Île-des-Moulins Source : https://iledesmoulins.com/expositions/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	OUI	1	1
L’Odyssée des Bâisseurs Source : https://www.odysseedesbatisseurs.com/exposition_categories/expositions-itinerantes/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	NON	0	1
La Maison Chapais Source : https://maisonchapais.com/la-maison/	NON	-	-	-
La Pulperie de Chicoutimi — Musée régional Source : https://www.pulperie.com/expositions/	OUI	NON	0	0
Le Monastère des Augustines Source : https://monastere.ca/	NON	-	-	-
Les Sœurs du Bon-Pasteur de Québec Source : http://www.soeursdubonpasteur.ca/info/Exposition_itinerante_481228549/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	OUI	1	1
Lieu historique national de Sir-George-Étienne-Cartier Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/etiennecartier	NON	-	-	-
Lieu historique national de Sir-Wilfrid-Laurier Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/wilfridlaurier	NON	-	-	-
Lieu historique national des Forges-du-Saint-Maurice Source : https://www.pc.gc.ca/fr/lhn-nhs/qc/saintmaurice	NON	-	-	-
Maison Alphonse-Desjardins Source : https://www.desjardins.com/a-propos/desjardins/qui-nous-sommes/notre-histoire-musee/visiter-maison-alphonse-desjardins/index.jsp	NON	-	-	-
Maison de nos Aïeux Source : https://tourisme.iledorleans.com/	NON	-	-	-
Maison Dr Joseph-Frenette Source : https://www.bonjourquebec.com/fr-ca/fiche/quoi-faire/visites-et-patrimoine/musees-et-sites-historiques/maison-et-collection-dr-joseph-frenette-80237834	NON	-	-	-
Maison Drouin Source : https://tourisme.iledorleans.com/membres/maison-drouin/	NON	-	-	-
Maison Félix-Leclerc Source : http://maisonfelixleclerc.org/	NON	-	-	-
Maison Girardin	NON	-	-	-

Source : http://www.maisonsdupatrimoine.com/fr/patrimoine-et-architecture/maison-girardin.html				
Maison Henry-Stuart Source : https://actionpatrimoine.ca/maisonhenrystuart/	NON	-	-	-
Maison J.-A. Vachon Source : http://maisonjavachon.com/	NON	-	-	-
Maison LePailleur Source : http://maisonlepailleur.ca/	NON	-	-	-
Maison Louis Cyr Source : https://maisonlouiscyr.com/expositions/	NON	-	-	-
Maison natale de Louis Fréchette Source : https://www.maisonfrechette.com/	NON	-	-	-
Maison nationale des Patriotes/Prison-des-Patriotes Source : http://www.mndp.qc.ca/	NON	-	-	-
Maison Rosalie-Cadron Source : https://www.maisonrosaliecadron.org/	NON	-	-	-
Manoir Mauvide-Genest Source : https://www.manoirmauvidegenest.com/	NON	-	-	-
Manoir seigneurial Fraser Source : https://manoirfraser.com/	NON	-	-	-
MEM – Centre des mémoires montréalaises Source : https://memmtl.ca/	OUI	NON	0	0
Mhist-Musée d'histoire de Sherbrooke Source : https://mhist.org/expositions/	NON	-	-	-
Morrin Centre – The Literary and Historical Society of Quebec Source : https://www.morrin.org/	NON	-	-	-
Moulin des Jésuites de Charlesbourg Source : https://www.moulinesjesuites.org/	NON	-	-	-
Moulin Grenier Source : https://repentigny.ca/la-ville/decouvrir-repentigny/patrimoine-histoire	NON	-	-	-
Moulin Légaré et Espace muséal du manoir Globensky Source : http://www.corporationdumoulinlegare.com/	OUI	NON	0	0
Moulin seigneurial de Pointe-du-Lac Source : https://www.patrimoine-culturel.gouv.qc.ca/rpcq/detail.do?methode=consulter&id=95649&type=bin	NON	-	-	-
Musée Bon Père Frédéric Source : https://musee.perefrederic.ca/expositions/	NON	-	-	-
Musée canadien de l'Arme et du Bronze Source : https://museemab.com/	OUI	NON	0	0
Musée canadien de l'histoire Source : https://www.museedelhistoire.ca/expositions/#menu-handle ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	OUI	6	10
Musée d'histoire et du Patrimoine de Dorval Source : https://www.ville.dorval.qc.ca/fr/installations/page/musee-histoire-et-du-patrimoine-de-dorval	NON	-	-	-
Musée Daniel-Weetaluktuk Source : http://www.avataq.qc.ca/fr/L-institut/Departements/Museologie/Programme-des-musees-du-Nunavik/Reseau-des-musees/Daniel-Weetaluktuk	NON	-	-	-
Musée de Charlevoix Source : https://www.museedecharlevoix.qc.ca/	NON	-	-	-
Musée de Guérin Source : http://www.musee-de-guerin.com/	NON	-	-	-
Musée de l'accordéon Source : https://www.accordeonmontmagny.com/	NON	-	-	-

Musée de l'ardoise Source : https://centreadoisse.ca/	NON	-	-	-
Musée de l'Auberge Symmes Source : https://symmes.ca/	OUI	NON	0	0
Musée de l'Holocauste Montréal Source : https://museeholocauste.ca/fr/expositions-itinerantes/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	OUI	3	2
Musée de l'Hôtel des postes Source : https://museelaurier.com/exposition/	NON	-	-	-
Musée de l'Oratoire Saint-Joseph du Mont-Royal Source : https://www.saint-joseph.org/fr/culture/musee-de-loratoire/	OUI	NON	0	0
Musée de la Banque de Montréal Source : histoire.bmo.com	OUI	OUI	0	0
Musée de la civilisation Source : https://www.mcq.org/fr/expositions/en-tournee	OUI	OUI	1	1
Musée de la Défense aérienne de Bagotville Source : https://museebagotville.ca/	NON	-	-	-
Musée de la Gaspésie Source : https://museedelagaspesie.ca/expositions/	NON	-	-	-
Musée de la Mer Source : http://www.museedelamer-im.com/	NON	-	-	-
Musée de la rivière Cascapédia Source : https://www.cascapedia.org/accueil/index.htm	NON	-	-	-
Musée des cultures du monde Source : https://www.museedescultures.com/expositions/expositions-a-louer/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	OUI	3	2
Musée des pionniers Source : https://museedespionniers.qc.ca/	NON	-	-	-
Musée des Ursulines de Trois-Rivières Source : https://musee-ursulines.qc.ca/nos-expositions/	NON	-	-	-
Musée du Bas-Saint-Laurent Source : https://www.mbsl.qc.ca/fr/expositions/itinerantes	OUI	OUI	4	0
Musée du Bronze d'Inverness Source : https://www.museedubronze.com/expositions/	NON	-	-	-
Musée du Haut-Richelieu Source : https://museeduhaut-richelieu.com/expositions/	OUI	NON	0	0
Musée du ski des Laurentides Source : https://museeduski.com/expositions-temporaires/	OUI	NON	3	0
Musée historique du comté de Brome Source : http://fr.bromemuseum.com/	NON	-	-	-
Musée La vieille fromagerie Perron Source : https://museevieillefromagerie.ca/	NON	-	-	-
Musée Laurier Source : http://museelaurier.com/exposition/	NON	-	-	-
Musée Louis-Hémon Source : https://www.museelh.ca/	NON	-	-	-
Musée McCord Source : https://www.musee-mccord.qc.ca/fr/expositions/	OUI	OUI	1	0
Musée Missisquoi Source : https://museemissisquoi.ca/musee-missisquoi	OUI	NON	0	0
Musée naval de Québec Source : https://www.canada.ca/fr/services/defense/fac/histoiremilitaire/museesmilitaires/musees/repertoire-musees-militaires/musee-naval-quebec.html	OUI	OUI	1	0
Musée POP Source : https://museepop.ca/expositions	NON	-	-	-
Musée régional d'Argenteuil	NON	-	-	-

Source : https://museeregionaldargenteuil.ca/				
Musée régional Joseph-Filion Source : http://shgmi.ca/musee-regional-joseph-filion/	NON	-	-	-
Parc maritime de Saint-Laurent Source : https://parcmaritime.ca/	NON	-	-	-
Parcours muséal des Petites Franciscaines de Marie Source : https://maisonmere.ca/parcoursmuseal/	NON	-	-	-
Poste de Traite Chauvin Source : https://tadoussac.com/fr/activites-et-attraits#sousmenu	NON	-	-	-
Site historique maritime de la Pointe-au-Père Source : https://shmp.qc.ca/	NON	-	-	-
Site historique national de Paspébiac Source : https://sitepaspebiac.ca/	NON	-	-	-
Site historique T. E. Draper Source : https://www.tedrapier.ca/	NON	-	-	-
Site patrimonial de pêche Matamajaw Source : https://matamajaw.com/	NON	-	-	-
Site patrimonial du Magasin général Dumulon — 1924 Source : https://maison-dumulon.ca/	NON	-	-	-
Société acadienne Port-Royal Source : https://sapr.ca/	NON	-	-	-
Vieux-Moulin de Pointe-aux-Trembles Source : https://montreal.ca/lieux/parc-du-vieux-moulin-de-pointe-aux-trembles	NON	-	-	-
Village historique de Val-Jalbert Source : https://www.valjalbert.com/fr	NON	-	-	-
Village québécois d'antan Source : https://villagequebecois.com/	NON	-	-	-
SCIENCES				
Aménagement Robert-Bourassa Source : http://www.hydroquebec.com/visitez/baie-james/bourassa.html	NON	-	-	-
ASTROLab Source : https://www.astrolab.qc.ca/	NON	-	-	-
Centrale de la Rivière-des-Prairies Source : http://www.hydroquebec.com/visitez/laval/prairie.html	NON	-	-	-
Centre d'interprétation de l'eau (C.I.EAU) Source : https://cieau.org/	NON	-	-	-
Centre d'interprétation de la foresterie Source : http://www.ville.lasalle.qc.ca/fr/page/index.cfm?PageID=110	NON	-	-	-
Centre des sciences de Montréal Source : https://www.centredessciencesdemontreal.com/expositions	OUI	OUI	1	0
La centrale de Beauharnois Source : http://www.hydroquebec.com/visitez/monteregie/beauharnois.html	NON	-	-	-
Maison Hamel-Bruneau Source : http://www.maisonsdupatrimoine.com/fr/patrimoine-et-architecture/maison-hamel-bruneau.html	NON	-	-	-
Minéro — Musée de Thetford — KB3 Source : https://museeminero.com/nos-expositions/	NON	-	-	-
MNS2 – Musée de la nature et des sciences de Sherbrooke Source : https://mns2.ca/expositions-categories/a-laffiche/ ; https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/produits-services/expos-itinerantes	OUI	OUI	13	7
Musée Armand-Frappier Source : http://www.musee-afrappier.qc.ca/fr/	OUI	NON	0	0
Musée des Hôpitaux Shriners pour enfants — Canada Source : https://museesmontreal.org/fr/musees/musee-des-hopitaux-shriners-pour-enfants-canada	NON	-	-	-
Musée des Hospitalières de l'Hôtel-Dieu de Montréal Source : https://museedeshospitalieres.qc.ca/	NON	-	-	-

Musée Eudore-Dubeau Source : https://museesmontreal.org/fr/musees/musee-eudore-dubeau	NON	-	-	-
Musée maritime de Charlevoix Source : https://museemaritime.com/	NON	-	-	-
Musée maritime du Québec Source : https://www.mmq.qc.ca/expositions/	OUI	OUI	2	0
Musée régional de Rimouski Source : https://museerimouski.qc.ca/	NON	-	-	-
Parc historique de la Poudrière de Windsor Source : http://www.villedewindsor.qc.ca/sport-loisirs-et-culture/parc-de-la-poudriere/	NON	-	-	-
TECHNOLOGIES				
ASTER – Organisme d’interprétation scientifique Source : http://www.asterbsl.ca/fr/accueil/2-non-categorise/48-mus%C3%A9e-et-observatoire	NON	-	-	-
Barrage Daniel-Johnson et centrale Manic-5 Source : http://www.hydroquebec.com/visitez/cote_nord/manic-5.html	NON	-	-	-
Centrale Jean-Lesage (Manic-2) Source : http://www.hydroquebec.com/visitez/cote_nord/jean-lesage.html	NON	-	-	-
Cité de l’Or — Village minier de Bourlamaque Source : http://www.citedelor.com/fr/index.cfm	NON	-	-	-
Cosmodôme Source : https://cosmodome.org/	NON	-	-	-
Électrium, le centre d’interprétation de l’électricité d’Hydro-Québec Source : http://www.hydroquebec.com/visitez/monteregie/electrium.html	NON	-	-	-
La Cité de l’énergie Source : https://www.citedelenergie.com/expositions-et-activites/	NON	-	-	-
Lieu historique national du chantier A.C. Davie Source : https://acdavie.com/expositions/	NON	-	-	-
Musée de l’ingéniosité J. Armand Bombardier Source : https://museebombardier.com/expositions/	OUI	NON	1	0
Musée des ondes Emile Berliner Source : https://moeb.ca/expositions/	OUI	NON	0	0
Musée minéralogique de l’Abitibi-Témiscamingue Source : http://www.museemalartic.qc.ca/fr/index.cfm	NON	-	-	-

ANNEXE II – Objectifs des ressources financières fédérales

Gouvernement du Canada

PROGRAMME D'INDEMNISATION POUR LES EXPOSITIONS ITINÉRANTES AU CANADA (indemnisation)

Objectifs :

1. Augmenter pour les Canadiens les possibilités d'accès au patrimoine canadien et au patrimoine mondial grâce à l'échange d'objets et d'expositions au Canada
2. Fournir un avantage concurrentiel aux musées, bibliothèques et services d'archives canadiens lorsqu'ils se mesurent à des établissements étrangers pour emprunter des expositions internationales prestigieuses. Les expositions organisées au Canada ainsi que les expositions étrangères sont admissibles au Programme d'indemnisation.

Source : Gouvernement du Canada (2021). *Programme d'indemnisation pour les expositions itinérantes au Canada*. Ottawa, ON : Gouvernement du Canada. Repéré à <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/programme-indemnisation-expositions-itinerantes.html>

PROGRAMME D'AIDE AUX MUSÉES – FONDS DES EXPOSITIONS ITINÉRANTES (subvention ou contribution, selon la décision prise par le comité)

Objectifs :

1. Facilitent l'accès des Canadiens et des Canadiennes à notre patrimoine ;
2. Favorisent la préservation du patrimoine culturel riche et diversifié du Canada (autre que le patrimoine bâti), notamment de collections représentatives du patrimoine culturel autochtone ;
3. Et favorisent l'acquisition des connaissances, des compétences et des pratiques professionnelles liées aux fonctions muséales clés.

Résultats attendus :

1. La réalisation et la circulation d'expositions itinérantes canadiennes et du matériel d'interprétation connexe ;
2. La préservation et la présentation du patrimoine culturel autochtone ;
3. La mise en place de systèmes de gestion des collections ; et
4. La mise en commun de pratiques exemplaires liées aux fonctions muséales clés au profit de plusieurs établissements.

Source : Gouvernement du Canada (2019). *Lignes directrices sur la présentation des demandes — Fonds des expositions itinérantes*. Ottawa, ON : Gouvernement du Canada. Repéré à <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/aide-musees/expositions-itinerantes/lignes-directrices.html> ; Gouvernement du Canada (2020). *Fonds des expositions itinérantes —*

Programme d'aide aux musées. Ottawa, ON : Gouvernement du Canada. Repéré à <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/aide-musees/expositions-itinerantes.html>

Conseil des arts et du Canada

PROGRAMME RAYONNER À L'INTERNATIONAL – COMPOSANTE CIRCULATION ET TOURNÉE (subvention)

Objectifs :

1. Circulation ou tournée d'artistes, d'expositions ou d'œuvres artistiques vers au moins 1 destination internationale
2. Tournée canado-américaine dont la majorité des événements se déroule aux États-Unis

Source : Conseil des arts du Canada (2020). *Circulation et tournée : Rayonner à l'international.* Ottawa, ON : Conseil des arts du Canada. Repéré à <https://conseildesarts.ca/financement/subventions/rayonner-a-l-international/circulation-et-tournee>

PROGRAMME RAYONNER AU CANADA – COMPOSANTE CIRCULATION ET TOURNÉE (subvention)

Objectifs :

1. La circulation ou la tournée d'artistes, d'expositions ou d'œuvres dans au moins 3 destinations canadiennes (dont au moins 2 à l'extérieur de votre province ou territoire d'origine, s'il s'agit d'une exposition)
2. Des tournées transfrontalières canado-américaines dont la majorité des événements doit avoir lieu au Canada
3. L'autoprésentation et/ou la circulation et la tournée dans moins de 3 destinations canadiennes, si vous l'appuyez solidement sur une logique de développement du marché ou une stratégie de rayonnement

Source : Conseil des arts du Canada (2020). *Circulation et tournée : Rayonner au Canada.* Ottawa, ON : Conseil des arts du Canada. Repéré à <https://conseildesarts.ca/financement/subventions/rayonner-au-canada/circulation-et-tournee>

PROGRAMME RAYONNER À L'INTERNATIONAL – COMPOSANTE DÉPLACEMENTS (subvention)

Objectifs :

1. Développer des marchés et des réseaux (y compris la participation à des présentations promotionnelles officielles)
2. Présenter des œuvres d'art
3. Envisager des collaborations artistiques
4. Explorer de futures circulations d'exposition (directeurs et commissaires seulement)
5. Participer à des événements importants
6. Optimiser une tournée en cours (pour un représentant d'un groupe ou d'un organisme)

Source : Conseil des arts du Canada (2020). *Déplacements : Rayonner à l'international*. Ottawa, ON : Conseil des arts du Canada. Repéré à <https://conseildesarts.ca/financement/subventions/rayonner-a-l-international/deplacements>

PROGRAMME RAYONNER AU CANADA – COMPOSANTE DÉPLACEMENTS (subvention)

Objectifs :

1. Développer des marchés et des réseaux (y compris la participation à des présentations promotionnelles officielles)
2. Présenter des œuvres d'art
3. Envisager des collaborations artistiques
4. Optimiser une tournée en cours (pour un représentant d'un groupe ou d'un organisme)
5. Explorer de futures circulations d'exposition (directeurs et commissaires seulement)
6. Participer à des événements importants
7. Faire de la recherche de contenu artistique pour des expositions, une série de présentations ou des festivals canadiens

Source : Conseil des arts du Canada (2020). *Déplacements : Rayonner au Canada*. Ottawa, ON : Conseil des arts du Canada. Repéré à <https://conseildesarts.ca/financement/subventions/rayonner-au-canada/deplacements>

ANNEXE III – Objectifs des ressources financières provinciales

Gouvernement du Québec

PROGRAMME DE SOUTIEN DES EXPOSITIONS PERMANENTES ET ITINÉRANTES (subvention)

Objectifs (du programme) :

1. Renouveler ou bonifier la qualité de l'offre muséale au Québec ;
2. Augmenter l'accès aux collections sur l'ensemble du territoire ;
3. Mettre à niveau technologiquement les expositions permanentes et itinérantes ;
4. Développer la dimension éducative des expositions ;
5. Accroître la vitalité régionale autour des institutions muséales.

Objectifs (de l'Axe 2 — expositions itinérantes) :

1. Les projets doivent s'inscrire dans une démarche de partenariat favorisant la diversification de l'offre d'expositions dans le réseau muséal, le développement d'une programmation commune à un ensemble d'institutions et concerner les projets suivants :
 - a. La réalisation d'expositions temporaires itinérantes ;
 - b. La réalisation d'expositions temporaires itinérantes en partenariat (coproductions, programmation thématique commune, etc.) ;
 - c. La mise en circulation d'expositions déjà réalisées.
2. Les projets d'expositions itinérantes doivent circuler au Québec, au sein d'un minimum de 3 institutions (comprenant le demandeur) et dont la durée de vie de la mise en circulation est d'un minimum de 3 ans.
3. L'exposition doit contenir des œuvres et artefacts originaux tout en favorisant une approche novatrice et interactive.
4. L'exposition doit être accompagnée d'un programme éducatif et favoriser l'intégration des technologies numériques.

Source : Gouvernement du Québec (2021). *Appel de projets pour le soutien des expositions permanentes et itinérantes*. Québec, QC : Culture et Communications Québec. Repéré à <https://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=2304#c14088>

Conseil des arts et des lettres du Québec

CIRCULATION D'ŒUVRES HORS QUÉBEC (bourse)

Objectifs :

1. Présentation d'une œuvre en tournée
2. Diffusion d'une œuvre ou d'un corpus d'œuvres sur plusieurs territoires
3. Diffusion d'une œuvre ou d'un corpus d'œuvres dans un même lieu ou un même événement
4. Participation à des marchés, foires ou salons

Source : Conseil des arts et des lettres du Québec (2021). *Circulation d'œuvres hors Québec*. Montréal, QC : Conseil des arts et des lettres du Québec. Repéré à <https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/circulation-hors-quebec/>

CIRCULATION D'ŒUVRES AU QUÉBEC (bourse)

Objectifs :

1. Présentation d'une œuvre en tournée
2. Diffusion d'une œuvre ou d'un corpus d'œuvres sur plusieurs territoires
3. Diffusion d'une œuvre ou d'un corpus d'œuvres dans un même lieu ou un même événement
4. Présentation promotionnelle dans des marchés, foires, salons
5. Lecture publique

Source : Conseil des arts et des lettres du Québec (2021). *Circulation d'œuvres au Québec*. Montréal, QC : Conseil des arts et des lettres du Québec. Repéré à <https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/circulation-au-quebec/>

PARTENARIATS PROVINCIAUX (subventions)

Objectifs :

1. Encourager la circulation des artistes et des créations artistiques et littéraires à l'intérieur d'une MRC ou sur différents territoires de MRC (diffusion).
2. Favoriser la circulation des artistes dans le cadre d'un projet de création ou de ressourcement.

Source : Conseil des arts et des lettres du Québec (2021). *Arts et lettres des MRC de la Capitale-Nationale — partenariat territorial*. Montréal, QC : Conseil des arts et des lettres du Québec. Repéré à <https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/arts-et-lettres-des-mrc-de-la-capitale-nationale-partenariat-territorial-volet-1/>; Conseil des arts et des lettres du Québec (2021). *Arts et lettres du Centre-du-Québec — partenariat territorial*. Montréal, QC : Conseil des arts et des lettres du Québec. Repéré à <https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/arts-et-lettres-du-centre-du-quebec-partenariat-territorial-volet-3a/>; Conseil des arts et des lettres du Québec (2021). *Arts et lettres de la Côte-Nord — partenariat territorial*. Montréal, QC : Conseil des arts et des lettres du Québec. Repéré à <https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/arts-et-lettres-de-la-cote-nord-partenariat-territorial-volet-2/>; Conseil des arts et des lettres du Québec (2021). *Arts et lettres aux Îles-de-la-Madeleine — partenariat territorial*. Montréal, QC : Conseil des arts et des lettres du Québec. Repéré à <https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/arts-et-lettres-aux-iles-de-la-madeleine-partenariat-territorial-volet-3a/>; Conseil des arts et des lettres du Québec (2021). *Arts et lettres de Lanaudière — partenariat territorial* (2021). Montréal, QC : Conseil des arts et des lettres du Québec. Repéré à <https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/arts-et-lettres-de-lanaudiere-partenariat-territorial-volet-1/>; Conseil des arts et des lettres du Québec (2021). *Arts et lettres dans les Laurentides — partenariat territorial*. Montréal, QC : Conseil des arts et des lettres du Québec. Repéré à <https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/arts-et-lettres-dans-les->

[laurentides-partenariat-territorial-volet-1/](https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/arts-et-lettres-de-laval-partenariat-territorial/); Conseil des arts et des lettres du Québec (2021). *Arts et lettres de Laval — partenariat territorial*. Montréal, QC : Conseil des arts et des lettres du Québec. Repéré à <https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/arts-et-lettres-de-laval-partenariat-territorial/>; Conseil des arts et des lettres du Québec (2021). *Arts et lettres du Nord-du-Québec (Baie-James) — partenariat territorial*. Montréal, QC : Conseil des arts et des lettres du Québec. Repéré à <https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/arts-et-lettres-du-nord-du-quebec-secteur-jamesie-partenariat-territorial-volet-1/>; Conseil des arts et des lettres du Québec (2021). *Arts et lettres de l'Outaouais — partenariat territorial*. Montréal, QC : Conseil des arts et des lettres du Québec. Repéré à <https://www.calq.gouv.qc.ca/aides/arts-et-lettres-de-loutaouais-partenariat-territorial-volet-1/>

ANNEXE IV – Objectifs des ressources financières régionales

Ententes de développement culturel (EDC)

FONDS D’INITIATIVES CULTURELLES – MRC DE RIVIÈRE-DU-LOUP (subvention)

Objectifs :

1. Favoriser l'accès et la participation des citoyen(nes) à la vie culturelle
2. Contribuer à la vitalité culturelle et au développement culturel de la MRC au bénéfice des citoyens de la MRC ;
3. Appuyer des initiatives culturelles innovatrices sur le territoire de la MRC ;
4. Soutenir l'organisation et la réalisation d'activités, d'évènements et de projets d'ordre culturel dont le rayonnement s'étend à plus d'une municipalité de la MRC de Rivière-du-Loup
5. Accroître la connaissance du patrimoine culturel
6. Favoriser le développement d'expertise en matière historique et patrimoniale et en soutenir la mise en valeur
7. Favoriser le rayonnement des organismes culturels au niveau local et régional
8. Soutenir des projets qui permettent le développement de l'identité locale et du sentiment d'appartenance

Source : MRC de Rivière-du-Loup (2021). *Fonds d'initiatives culturelles EDC 2021-2023* (p.1). Québec, QC : Ministère de la Culture et des Communications. Repéré à http://www.riviereduloup.ca/mrc/?id=programmes_et_formulaire

PROGRAMME DE SOUTIEN AUX INITIATIVES CULTURELLES – MRC DU FJORD-DU-SAGUENAY (subvention)

Objectifs :

1. Contribuer à la vitalité culturelle de la collectivité en soutenant la réalisation de projets culturels diversifiés et innovateurs ;
2. Favoriser l'accès et la participation des citoyennes et des citoyens à la vie culturelle ;
3. Dynamiser le développement culturel local et territorial ;
4. Favoriser le rayonnement des organismes culturels et des artistes au niveau local et régional ;
5. Renforcer le dialogue entre les milieux culturels et municipaux ;
6. Accroître la connaissance du patrimoine culturel et/ou favoriser le développement d'expertise en matière historique et patrimoniale et en soutenir la mise en valeur ;
7. Soutenir des projets qui permettent le développement de l'identité régionale et du sentiment d'appartenance.

Source : MRC du Fjord-du-Saguenay (2020). *Programme de soutien aux initiatives culturelles de la MRC du Fjord-du-Saguenay* (p.1). Québec, QC : Ministère de la Culture et des Communications. Repéré à <https://www.mrc-fjord.qc.ca/wp-content/uploads/2020/10/1-MRC-Fjord-Initiatives-culturelles-Presentation-2020.pdf>

FONDS PATRIMOINE ET CULTURE – MRC DE PORTNEUF (subvention)

Objectifs (Orientation 2 — Favoriser la diffusion et le rayonnement de la culture portneuvoise) :

1. Favoriser la mise en valeur et l’accessibilité des sites et des territoires d’intérêt historique et culturel
2. Soutenir la création ou le maintien de lieux adéquats et accessibles pour la production et la diffusion artistiques
3. Favoriser la création ou le soutien d’un service de bibliothèque dans chaque municipalité de la MRC
4. Soutenir et diffuser les événements culturels d’envergure régionale, nationale ou internationale

Objectifs (Orientation 3 — Transmettre le goût de la culture à tous les Portneuvois) :

1. Susciter et faciliter le dialogue entre les instances municipales, régionales, scolaires et le milieu culturel
2. Promouvoir et encourager les initiatives qui donnent accès à la culture d’ici ou d’ailleurs à tous les citoyens de Portneuf
3. Encourager la rencontre entre les citoyens et les artistes
4. Favoriser les échanges intergénérationnels afin d’assurer la transmission du patrimoine culturel

Source : MRC de Portneuf (2011). *La politique culturelle : MRC de Portneuf* (pp.7-8 ; 13). Québec, QC : Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine. Repéré à https://portneuf.blob.core.windows.net/media/1214/politique-culturelle_mrc_2011.pdf ; MRC de Portneuf (2017). Fonds et programmes. Repéré à : <https://portneuf.ca/developpement-economique/fonds/>

ENTENTE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET ÉVÉNEMENTIEL DE CHARLEVOIX – MRC DE CHARLEVOIX-EST ET MRC DE CHARLEVOIX (subvention)

Objectifs :

1. Susciter l’augmentation de la durée de séjour et ainsi du nombre de nuitées ;
2. Favoriser le développement d’une offre touristique originale, complémentaire, respectueuse du développement durable ;
3. Renforcer la notoriété et le pouvoir attractif de la destination ;
4. Contribuer à la bonification et à la diversification de l’offre touristique par l’amélioration ou l’ajout de produits aptes à faire augmenter le nombre de touristes et d’excursionnistes dans la région ;
5. Atténuer les écarts de saisonnalité ;
6. Engendrer des impacts économiques significatifs pour favoriser le maintien et la création d’emplois de qualité ;
7. Favoriser la complémentarité, le maillage et l’intégration du milieu.

Source : MRC de Charlevoix et MRC de Charlevoix-Est (2017). *Entente de développement touristique et événementiel de Charlevoix 2017-2020 (EDTE Charlevoix) : Guide du promoteur* (pp.3-5). Québec, QC : Ministère de la Culture et des Communications. Repéré à https://mrccharlevoixest.ca/wp-content/uploads/2019/03/Guide_promoteur_2017-05-16_EDTEC.pdf

FONDS CULTUREL – MRC DE LA JACQUES-CARTIER (subvention)

Objectifs :

1. Appuyer les axes et orientations de la politique culturelle régionale ;
2. Stimuler la mise en œuvre de projets culturels novateurs qui ne font pas partie de la programmation régulière d'une Municipalité ou d'un organisme. Toutefois, le projet peut servir de levier à des événements existants ou nouveaux ;
3. Soutenir les projets favorisant une participation active des artistes et artisans de La Jacques-Cartier ;
4. Favoriser l'accès aux arts et à la culture à tous les citoyens, particulièrement les jeunes ;
5. Contribuer au dynamisme, à la vitalité et au rayonnement des arts et de la culture ;
6. Favoriser l'utilisation et la mise en valeur des lieux culturels existants ;
7. Contribuer à la mise en valeur des richesses historiques, patrimoniales et paysagères de La Jacques-Cartier ;
8. Encourager le maillage entre les différents acteurs du territoire (affaires, tourisme, culture, municipal).

Source : MRC La Jacques-Cartier (2018). *Fonds culturel régional : Modalités d'attribution* (pp.1-3). Québec, QC : Ministère de la Culture et des Communications. Repéré à <https://mrc.jacques-cartier.com/wp-content/uploads/2018/11/Entente-de-d%C3%A9veloppement-culturel-Modalites-2018-VF-3.pdf>

PROGRAMME DE SOUTIEN FINANCIER AUX PROJETS CULTURELS DE L'ABITIBI-OUEST – MRC D'ABITIBI-OUEST (subvention)

Objectifs :

1. Favoriser la participation citoyenne ;
2. Avoir une finalité culturelle ;
3. S'inscrire dans les champs d'intervention suivants : le soutien à la pratique culturelle, l'accès aux arts, le patrimoine et l'histoire, la littérature et les événements culturels

Source : Développement Abitibi-Ouest (2021). *Programme de soutien financier aux projets culturels de l'Abitibi-Ouest 2021*. Québec, QC : Ministère de la Culture et des Communications. Repéré à <https://developpement.mrcao.qc.ca/documents/pages/programme-de-soutien-financier-aux-projets-culture.pdf>

PROGRAMME DE SOUTIEN CULTUREL – MRC DE LA HAUTE-CÔTE-DU-NORD
(subvention)

Objectifs :

1. Faciliter l'échange des produits culturels sur le territoire de la MRC ;
2. Favoriser l'implication des municipalités ;
3. Encourager l'apprentissage de connaissances en matière culturelle ;
4. Favoriser l'acquisition ou le développement des compétences ;
5. Sensibiliser les citoyens à l'art et à la culture ;
6. Encourager les projets dont les actions visent une perspective de développement et/ou de réseautage et/ou de concertation régionale ;
7. Développer les sentiments d'appartenance à la région de La Haute-Côte-Nord.

Source : MRC de La Haute-Côte-Nord (2018). *Programme de soutien culturel de la MRC de La Haute-Côte-Nord dans le cadre de l'Entente de développement culturel 2018-2020* (p.1). Québec, QC : Ministère de la Culture et des Communications. Repéré à <https://www.mrchcn.qc.ca/fichiersUpload/fichiers/20200821114409-culture-soutien-culturel.pdf>

FONDS DE SOUTIEN AUX ÉVÉNEMENTS ET AUX ACTIVITÉS
SOCIOÉCONOMIQUES – MRC DE LA CÔTE-DE-GASPÉ (subvention)

Objectif :

1. Contribuer à la réalisation d'événements et d'activités ayant des retombées économiques ou contribuant à la qualité de vie des collectivités.

Source : MRC de la Côte-de-Gaspé (2019). *Politique de soutien aux événements et aux activités socio-économiques* (pp.3 ; 6-7). Québec, QC : Ministère de la Culture et des Communications. Repéré à https://32452dd4-456f-443e-9b3a-19fb12824c24.filesusr.com/ugd/eb5c9e_b0cf5a5189ab41f9b36ff66f520db3b2.pdf

Partenariats régionaux

ENVELOPPE TOURISTIQUE – MRC DE LA JACQUES-CARTIER (subvention)

Objectifs :

1. Favoriser la concertation, les regroupements d'activités, les maillages de plusieurs partenaires déterminés à investir dans le développement et la promotion de projets ou d'événements touristiques de qualité, de façon à contribuer au développement local et régional de la MRC de La Jacques-Cartier ;
2. Développer et étudier les opportunités de développement ;
3. Favoriser la reconnaissance de la MRC de La Jacques-Cartier comme destination touristique quatre saisons de qualité supérieure et facilement accessible ;
4. Viser l'excellence touristique et une rentabilité socioéconomique (ex. : formation) ;
5. Compléter un produit ou des activités à valeur ajoutée ;
6. Encourager les effets de levier ;
7. Étaler les saisons touristiques ;
8. Augmenter la qualité des produits touristiques et l'offre concrète (ex. : forfaits).

Source : MRC La Jacques-Cartier et Tourisme Jacques-Cartier (2019). *Politique d'investissement. Enveloppe touristique Jacques-Cartier : Guide à l'intention des promoteurs* (pp.2-3). Shannon, QC : MRC LA Jacques-Cartier. Repéré à https://mrc.jacques-cartier.com/wp-content/uploads/2019/05/Politique-investissement-Env-tour-J-C_Adopt%C3%A9-15-05-2019.pdf

PROGRAMME DE SOUTIEN À LA PROMOTION DES FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS
TOURISTIQUES DE L'ABITIBI-TÉMISCAMINGUE – MRC DE L'ABITIBI-
TÉMISCAMINGUE (subvention)

Objectifs :

1. Constituer un levier pour les événements majeurs à caractère international, national et panquébécois ;
2. Retenir la clientèle québécoise et contribuer à la relève événementielle en tourisme ;
3. Accroître les recettes touristiques et le rayonnement médiatique de l'Abitibi-Témiscamingue ainsi que la professionnalisation des festivals et événements touristiques

Source : Tourisme Abitibi-Témiscamingue (2017). *Programme de Soutien à la promotion des festivals et événements touristiques de l'Abitibi-Témiscamingue 2017-2018* (p.3). Rouyn-Noranda, QC : Tourisme Abitibi-Témiscamingue. Repéré à https://www.tourisme-abitibi-temiscamingue.org/wp-content/uploads/2016/07/soutien-aux-festivals-et-%C3%A9v%C3%A9nements-AT_Juillet2016.pdf

**ANNEXE V – Article 222 de la loi sur les compétences municipales du chapitre VIII
de la loi 28 adoptée le 20 avril 2015**

222. Cette loi est modifiée par l'insertion, après l'article 126.1, des suivants :

« **126.2.** Une municipalité régionale de comté peut prendre toute mesure afin de favoriser le développement local et régional sur son territoire.

À cette fin, elle peut notamment :

1° prendre toute mesure de soutien à l'entrepreneuriat, incluant l'entrepreneuriat de l'économie sociale ;

2° élaborer et veiller à la réalisation d'un plan d'action pour l'économie et l'emploi ou adopter différentes stratégies en matière de développement de l'entrepreneuriat.

De plus, la municipalité régionale de comté peut confier, à un comité qu'elle constitue à cette fin, suivant les conditions et les modalités qu'elle détermine, la sélection des bénéficiaires de toute aide financière qu'elle peut accorder selon les mesures de développement local et régional qu'elle a déterminées. La municipalité fixe les règles de composition et le mode de fonctionnement du comité.

« **126.3.** Une municipalité régionale de comté peut conclure, avec les ministères ou organismes du gouvernement et, le cas échéant, avec d'autres partenaires, des ententes concernant son rôle et ses responsabilités relativement à l'exercice des pouvoirs que lui confère l'article 126.2, notamment pour la mise en œuvre de priorités régionales et l'adaptation des activités gouvernementales aux particularités régionales.

La municipalité régionale de comté administre les sommes qui lui sont confiées dans le cadre de ces ententes et possède tous les pouvoirs nécessaires à la réalisation de celles-ci.

L'entente peut, dans la mesure qu'elle prévoit, permettre de déroger à la Loi sur l'interdiction de subventions municipales (chapitre I-15). La valeur totale de l'aide ainsi octroyée à un même bénéficiaire ne peut toutefois pas excéder 150 000 \$ à tout moment à l'intérieur d'une période de 12 mois, à moins que le ministre des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire et le ministre du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation n'autorisent conjointement une limite supérieure.

« **126.4.** Dans le cadre d'une entente conclue en application de l'article 126.3, le ministre des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire peut autoriser, après consultation du ministre du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, la municipalité régionale de comté à confier l'exercice des pouvoirs prévus à l'article 126.2 à un organisme à but non lucratif.

L'organisme délégataire peut être un organisme à but non lucratif existant ou un organisme à but non lucratif que la municipalité régionale de comté crée à cette fin.

L'entente de délégation doit contenir :

- 1° une description détaillée de son objet ;
- 2° les modalités d'exercice des pouvoirs délégués ;
- 3° une mention de sa durée et, le cas échéant, les modalités de son renouvellement ;
- 4° un mécanisme permettant à la municipalité régionale de comté de s'assurer du respect de la Loi sur l'interdiction de subventions municipales (chapitre I-15) ou, le cas échéant, de la limite prévue au troisième alinéa de l'article 126.3 ou de celle autorisée conformément à cet alinéa ;
- 5° les modalités de partage de l'actif et du passif découlant de l'application de l'entente, lorsque celle-ci prend fin.

Les articles 477.4 à 477,6 et 573 à 573.3.4 de la Loi sur les cités et villes (chapitre C-19) s'appliquent à l'organisme délégataire, compte tenu des adaptations nécessaires, et celui-ci est réputé être une municipalité locale pour l'application de l'un ou l'autre des règlements pris en vertu des articles 573.3.0.1 et 573.3.1.1 de cette loi.

Parmi les adaptations que requiert l'application du quatrième alinéa, les suivantes sont applicables : dans le cas où l'organisme délégataire ne possède pas de site Internet, la mention et l'hyperlien visés au deuxième alinéa de l'article 477.6 de la Loi sur les cités et villes doivent être publiés dans tout autre site que l'organisme détermine et il donne un avis public de l'adresse de ce site au moins une fois par année ; cet avis doit être publié dans un journal diffusé sur le territoire de la municipalité régionale de comté que dessert l'organisme délégataire.

« **126.5.** Pour l'application des articles 126.2 à 126,4 et sous réserve de ce que prévoit la section IV.3 de la Loi sur le ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire (chapitre M-22.1), sont assimilés à une municipalité régionale de comté :

- 1° l'Administration régionale Baie-James ;
- 2° le Gouvernement de la nation crie institué par la Loi sur le Gouvernement de la nation crie (chapitre G-1.031), à l'égard des terres de la catégorie I et des terres de la catégorie II et des résidents de ces terres, telles que définies à cette loi, lequel exerce ces pouvoirs en tenant compte des orientations, stratégies et objectifs qu'il détermine lui-même en consultation avec les communautés crie telles que définies dans cette loi, n'est pas assujéti à la limite prévue au troisième alinéa de l'article 126.3 et peut confier l'exercice des pouvoirs prévus à l'article 126.2 à un organisme à but non lucratif.

Le Gouvernement régional d'Eeyou Istchee Baie-James, la Ville de Chapais, la Ville de Chibougamau, la Ville de Lebel-sur-Quévillon et la Ville de Matagami doivent contribuer annuellement au soutien de l'exercice des pouvoirs que confère l'article 126.2 à l'Administration régionale Baie-James par le versement d'une somme dont le montant est déterminé par un règlement de cette dernière ou selon des règles prévues par celui-ci.

L'Administration régionale Baie-James et le Gouvernement de la nation crie peuvent collaborer pour soutenir des entrepreneurs dans la réalisation de projets sur les terres de la catégorie III au sens de la Loi instituant le Gouvernement régional d'Eeyou Istchee Baie-James (chapitre G-1.04), sous réserve de l'approbation de ces projets par le Gouvernement régional d'Eeyou Istchee Baie-James. ».

Source : Éditeur officiel du Québec (2015). *Projet de loi n° 28 (2015, chapitre 8). Loi concernant principalement la mise en œuvre de certaines dispositions du discours sur le budget du 4 juin 2014 et visant le retour à l'équilibre budgétaire en 2015-2016*. Québec, QC : Assemblée nationale. Repéré à <http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=5&file=2015C8F.PDF>

ANNEXE VI – Objectifs des ressources financières municipales

SOUTIEN AUX ORGANISMES ET ÉVÉNEMENTS – SOUTIEN À UNE ACTIVITÉ PONCTUELLE — VILLE DE RIMOUSKI (subvention)

Objectifs :

1. Offrir une activité ponctuelle, un événement ou une marche en lien avec les champs d'intervention du SLCVC touchant le loisir, le sport, les arts et la culture et/ou la vie communautaire ainsi que les services sociocommunautaires ;
2. Les organismes déposant une demande pour une « Activité ponctuelle » ne sont pas obligés d'avoir leur siège social à Rimouski. Cependant, le fait d'être basé ou non à Rimouski aura un impact sur le soutien offert.

Source : Service des loisirs, de la culture et de la vie communautaire de la Ville de Rimouski (2020). *Politique de soutien aux organismes et d'attribution des subventions* (p.16). Rimouski, QC : Service des loisirs, de la culture et de la vie communautaire de la Ville de Rimouski. Repéré à <https://rimouski.ca/storage/app/media/loisirs-et-culture/activites-et-vie-de-quartier/soutien-aux-organismes/soutien-a-une-activite-ponctuelle.pdf>

PROGRAMME DE SOUTIEN AUX GRANDS ÉVÉNEMENTS – VILLE DE GATINEAU (subvention)

Objectifs :

1. Consolider, développer et déployer l'offre événementielle actuelle et à venir en accord avec une vision globale de développement structurante pour l'avenir ;
2. Optimiser l'utilisation et le développement des infrastructures, des ressources humaines et matérielles ;
3. Permettre à Gatineau de se doter d'une personnalité événementielle distincte et encore plus forte qui lui permettra de rayonner davantage et de stimuler son attractivité ;
4. Générer des retombées économiques, médiatiques et sociales positives pour Gatineau ;
5. Renforcer le sentiment d'appartenance et de fierté de la population de Gatineau en lui permettant de vivre une expérience mémorable ;
6. Apporter un soutien financier, technique et professionnel à la réalisation d'événements sur le territoire gatinois afin de contribuer à leur réussite tant pour les participants et les festivaliers que pour les promoteurs, la Ville et ses partenaires ;
7. Favoriser l'excellence du milieu événementiel dans le respect des missions de chacun et des responsabilités liées à la planification à l'organisation et à la tenue des événements.

Source : Services des communications de la Ville de Gatineau (2020). *Programme de soutien aux grands événements* (pp.3-4). Gatineau, QC : Services des communications de la Ville de Gatineau. Repéré à https://www.gatineau.ca/docs/guichet_municipal/subventions_commandites/fonds_soutien_animation_centre_ville/PS_Grands%20%C3%89v%C3%A9nements_hr.pdf

MESURE D'AIDE FINANCIÈRE À L'INTENTION DES MUSÉES D'ÉTAT POUR DES EXPOSITIONS INTERNATIONALES MAJEURES — VILLE DE QUÉBEC (subvention)

Objectifs :

1. Soutenir l'importation, la production et la coproduction d'expositions internationales majeures sur le territoire de la ville de Québec.
2. Favoriser la prestation de mégaexpositions qui créent un *momentum* dans la capitale en attirant de grandes foules du Québec et de l'extérieur.
3. Entraîner de substantielles retombées économiques par la tenue d'un événement de grande envergure en tourisme culturel.

Source : Ville de Québec et Gouvernement du Québec (2019). *Mesure d'aide financière à l'intention des musées d'État pour des expositions internationales majeures* (p.1). Québec, QC : Ville de Québec. Repéré à <https://www.ville.quebec.qc.ca/apropos/programmes-subventions/art-culture/mesure-musees-etat/docs/musees-mesure-aide-financiere.pdf>

SOUTIEN AUX FESTIVALS ET AUX ÉVÉNEMENTS CULTURELS – VILLE DE MONTRÉAL (subvention)

Objectifs :

1. Soutenir la promotion et l'excellence de festivals et d'événements culturels afin de favoriser l'accès à la culture en tant que levier et principe du développement durable ;
2. Favoriser l'excellence et le rayonnement de Montréal et de son milieu culturel ;
3. Offrir des activités de médiation permettant de développer des clientèles diversifiées ;
4. Contribuer au développement culturel sur tout le territoire et maximiser l'impact, la visibilité et le rendement de la contribution financière et, le cas échéant, du soutien logistique et technique de la Ville ;
5. Appuyer l'ensemble des festivals et des événements culturels en respectant son équilibre et sa diversité ;
6. Enrichir son rayonnement par des rencontres professionnelles et des enjeux de marché ;
7. Soutenir le développement et l'émergence de festivals ou événements culturels professionnels et favoriser la relève et la création ;
8. Mettre à contribution les festivals et les événements culturels comme leviers de développement de la cohésion sociale municipale.

Source : Ville de Montréal (2021). *Festivals et événements culturels : Programme de soutien financier 2021* (p.3-4). Montréal, QC : Ville de Montréal. Repéré à <http://ville.montreal.qc.ca/culture/soutien-aux-festivals-et-aux-evenements-culturels-2021>

PROGRAMME DE SOUTIEN AUX PROJETS ET ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX – VILLE DE TERREBONNE (subvention)

Objectif :

1. Supporter les artistes, auteurs, collectifs d'artistes et d'auteurs ou les compagnies artistiques dans leur processus d'organisation d'événement spéciaux, tant au niveau de la recherche, de la production, de la diffusion que de la promotion en mettant à leur disposition les ressources financières nécessaires, mais aussi par le prêt de certains équipements municipaux.

Source : Ville de Terrebonne (2014). *Programme de soutien. Art & Culture* (p.7). Terrebonne, QC : Ville de Terrebonne. Repéré à http://portailculturel.ville.terrebonne.qc.ca/documents/portail_soutien_arts_et_culture.pdf

POLITIQUES DE SOUTIEN AUX FÊTES, FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS – VILLE DE VICTORIAVILLE (subvention)

Objectifs :

1. Permettre aux intervenants municipaux de faire des choix justes et équitables en ce qui a trait au soutien accordé aux organismes promoteurs d'événements ;
2. Définir clairement les types de soutien qui sont offerts aux organismes promoteurs d'événements par la Ville de Victoriaville ;
3. Favoriser la diversification des événements offerts sur le territoire de la municipalité ;
4. Améliorer les communications et les relations avec les partenaires par des outils clairs et bien définis ;
5. Encourager le développement d'activités, de projets et d'événements novateurs agissant comme renforcement de l'identité locale et de l'attrait touristique, ayant des valeurs de cohésion sociale et servant d'outil de développement local ;
6. Encourager les interventions s'inscrivant dans le respect des engagements de la Ville en matière d'événements écoresponsables.

Source : Ville de Victoriaville (2017). *Politiques de soutien aux fêtes, festivals et événements* (pp.4 ; 7). Victoriaville, QC : Ville de Victoriaville. Repéré à <https://munidata.ca/upload/contentsFile/file/lng/1588fr-CA.pdf>

AIDE AUX FESTIVALS ET AUX ÉVÉNEMENTS – VILLE DE DRUMMONDVILLE
(subvention)

Objectifs :

1. Promouvoir l'action des organismes et des promoteurs d'événements qui participent au maintien et à la diversité des services offerts à la population drummondvilloise ;
2. Encourager la pérennité des activités qui contribuent à une meilleure qualité de vie offerte à la population, ainsi que le développement de nouvelles initiatives dans une perspective de vitalité locale et de tourisme.

Source : Ville de Drummondville (2021). *Aide aux festivals et aux événements*. Drummondville, QC : Ville de Drummondville. Repéré à <https://www.drummondville.ca/culture-loisirs-et-sports/subventions/demandes-subventions-culturelles/>