



Communication et organisation

25 | 2004

Les vallées : sens, territoires et signes

Communiquer sa différence ou se fondre à un réseau : le cas de Sainte-Pétronille au Québec

Bernard Dagenais



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2954>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.2954

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 2 octobre 2004

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Bernard Dagenais, « Communiquer sa différence ou se fondre à un réseau : le cas de Sainte-Pétronille au Québec », *Communication et organisation* [En ligne], 25 | 2004, mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 25 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2954> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.2954

Ce document a été généré automatiquement le 25 avril 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

Communiquer sa différence ou se fondre à un réseau : le cas de Sainte-Pétronille au Québec

Bernard Dagenais

- 1 L'un des problèmes rencontrés par les regroupements d'entreprises ou de collectivités consiste à concilier des cultures différentes, à chercher un consensus, à créer une image commune partagée par tout le réseau. Notre approche dans ce texte consistera à présenter une situation inverse. Comment, dans un réseau bien intégré, une unité peut-elle se différencier de ses partenaires et faire valoir une personnalité différente, tout en partageant une culture commune avec les autres ? Le cas étudié sera celui de l'Île d'Orléans, au Québec où six communes de taille identique, partageant un nombre important d'éléments intégrateurs, essaient de se démarquer les unes des autres pour assurer leur croissance et leur développement. Nous insisterons de façon particulière sur le village de Sainte-Pétronille, qui à cause de circonstances historiques et géographiques particulières et une stratégie de communication appropriée a réussi à se forger une identité forte. Contrairement aux réseaux habituels qui se cherchent un projet commun fédérateur et un visage bien reconnaissable, l'image de l'Île d'Orléans est tellement forte qu'elle emporte celle de ses composantes. Le défi de celles-ci est désormais d'échapper à la poussée intégrative et à s'imposer comme partie indépendante.

La description de l'Île d'Orléans

- 2 L'Île d'Orléans occupe une place de choix dans l'histoire et dans le cœur des Québécois. Située au milieu du fleuve Saint-Laurent, à quelque dix kilomètres en aval de la ville de Québec, elle constitua le passage obligé de tous ceux qui voulaient atteindre cette ville par la voie des eaux. Jacques Cartier y séjourna lors de sa première traversée en Amérique en 1534 et la surnomma l'Île de Bacchus en raison des vignes sauvages qui y poussaient. À

son deuxième séjour, il la nomma l'île d'Orléans, en l'honneur du duc d'Orléans, fils de François Ier.

- 3 Sa petite histoire est intéressante car elle nous apprend que le premier évêque de la Nouvelle France, Mgr de Montmorency de Laval fut seigneur de l'île de 1662 à 1675 et que lors de l'attaque de la Nouvelle France par les Anglais, en 1759, le général Wolfe y avait installé son quartier général.
- 4 D'une superficie de 192 kilomètres carrés, soit l'équivalent de la superficie de l'île de Ré, elle compte six villages et une population de moins de 10 000 habitants, y compris les résidents saisonniers qui sont peu nombreux. Par comparaison, l'île de Ré accueille jusqu'à 200 000 personnes pendant l'été. Son site a toutefois exercé un attrait certain, puisque de 1971 à 1986, le taux de croissance démographique de l'île d'Orléans a été trois fois plus élevé que celui de l'ensemble du Québec. Les municipalités de Saint-Pierre et de Sainte-Pétronille, les plus rapprochées de Québec, ont connu pendant cette même période des croissances de quelque 40 % (MRC de l'île d'Orléans, 1989, p. 15). Elle a reçu en 1970, le statut d'arrondissement historique par le ministère des Affaires culturelles, en raison de la valeur de son patrimoine architectural qui témoigne de l'évolution des constructions depuis trois siècles. En 1979, la presque totalité de l'île était déclarée zone agricole, ce qui mit fin à la poussée d'urbanisation qu'elle avait connue au cours des vingt années précédentes.
- 5 La moitié de sa population active travaille à l'extérieur de l'île (Gagnon 1992, p. 16). Elle est donc formée en partie de professionnels qui ont fui la ville ainsi que d'agriculteurs qui sont nés sur l'île, et qui y sont attachés depuis des générations comme en témoigne la carte du sieur de Catalogne, qui en 1712, dressa la liste des propriétaires de chaque lot. Or, trois cents ans plus tard, plusieurs de ces lots appartiennent toujours aux mêmes familles.
- 6 La largeur du fleuve au niveau de l'île est de quelque dix kilomètres. Avec ses marées de trois à sept mètres, qui laissent sur les battures à la marée descendante des quantités de nourriture, les oies, les outardes et les canards en ont fait une escale de choix dans leur pérégrination. C'est par dizaine de milliers, que chaque printemps et chaque automne, ces oiseaux migrateurs viennent faire escale sur ses rives. En même temps, sur cette vaste étendue d'eau s'exerce une activité maritime intense. Tous les transatlantiques qui se rendent jusqu'à Montréal et aux Grands Lacs, soit à plus de 1 200 km de l'embouchure du fleuve en empruntant la voie maritime du Saint-Laurent, longent la côte de l'île. Compte tenu d'un large bassin naturel qui l'entoure, de nombreux voiliers et bateaux de plaisance sillonnent ces eaux. Et de nombreuses régates s'y déroulent tout au long de l'été.
- 7 On peut aisément comprendre que ce petit paradis, à un jet de pierre de la capitale ait attiré depuis toujours des artistes. Les plus connus sont certes le peintre Horatio Walker, le plus célèbre des peintres canadiens de son époque, décédé en 1938, ou le chanteur Félix Leclerc, décédé en 1988. Mais des dizaines d'autres artistes et artisans connus ou méconnus ont choisi de venir y partager un calme champêtre.
- 8 Par ailleurs, c'est par milliers que les visiteurs viennent faire le tour de l'île, chaque semaine, pour se laisser bercer par une nature généreuse, pour y cueillir des fraises et des pommes, ou pour acheter des fermiers les produits de la terre.

Les éléments intégrateurs

- 9 L'île d'Orléans forme un tout tant auprès des résidents que du public visiteur. Les premiers, dès sortis de l'île, affirment habiter l'île d'Orléans avant de nommer leur village. Ces six villages se fondent dans cette unité sémantique. Pour les visiteurs, l'île, avec ses mille points de vue sur les villes, les plaines et les montagnes avoisinantes, avec des paysages divers d'agriculture et de boisés, de villages aux cachets différents, constitue une aventure globale. On pratique le tour de l'île d'Orléans comme une expérience en soi.
- 10 Ce caractère d'entité est renforcé par de multiples institutions. Ainsi, lorsque des gouvernements régionaux ont été formés au Québec, au début des années quatre-vingt, les six villages de l'île ont résisté à l'intégration avec les villes et villages de l'autre côté du pont pour former à eux seuls, une préfecture appelée Municipalité régionale de comté, soit la MRC de l'île d'Orléans, la plus petite au Québec. De plus, lorsque la nouvelle ville de Québec a été créée en 2001, englobant une vingtaine de municipalités de toute la région, l'île d'Orléans a échappé à ce regroupement, alors que les municipalités situées de l'autre côté du pont ont toutes été intégrées.
- 11 Il s'est formé à l'île un regroupement des entreprises commerciales, « La Chambre de Commerce de l'île d'Orléans », même si de l'autre côté du pont, un regroupement identique concerne toute la région. La Chambre de commerce de l'île a mis sur pied une maison d'accueil touristique spécifique à l'île, à l'entrée du pont, alors qu'il en existe une autre, pour toute la région, à la sortie du pont de l'île.
- 12 Le gouvernement du Québec subventionne dans les différentes régions du Québec, la mise sur pied d'un organisme appelé « Centre local de Développement (CLD) ». Il en existe un spécifique à l'île d'Orléans, dont la mission est de promouvoir le développement touristique de l'île.
- 13 Les activités policières confiées à la Sûreté du Québec disposent d'un poste spécifique à l'île alors que la criminalité y est pratiquement nulle.
- 14 On peut donc constater qu'il s'agit sur le plan des institutions d'un réseau extrêmement bien intégré. Il l'est aussi sur le plan de la perception des résidents.

La magie de l'île d'Orléans¹

- 15 Des entretiens avec des groupes de discussion ont donné des pistes intéressantes sur la perception de leur environnement par les gens de l'île.
- 16 On constate d'abord à propos des représentations de l'île, que la distinction entre l'île et l'autre monde ne repose pas uniquement sur des constats de fait, mais sur des valeurs. L'île apparaît comme un univers fondamentalement bon qui s'oppose à l'autre monde. C'est plus qu'une distinction, cela devient une dissociation. L'eau et le pont symbolisent la coupure entre les deux mondes : le monde positif de l'île et le monde négatif de « l'autre monde » que symbolise la ville.
- 17 L'île est un univers authentique dans lequel on vit en toute sécurité, au contact de la nature (des choses « vraies »), dans le respect de « l'espace vital ». En ville, on vit dans un univers artificiel, dans la promiscuité et la menace sourde, au rythme de la rue et dans l'ignorance des « vraies choses ». D'où l'idée de privilège. Pas seulement le privilège de

vivre dans un décor agréable, mais aussi le privilège de connaître la vraie valeur des choses. En ce sens, ceux de l'autre monde vivent dans l'illusion, dans l'erreur.

- 18 Le fait de vivre à l'île correspond à une certaine mentalité. Elle se manifeste par le désir de vivre près de la nature, par le besoin de sentir la tradition et le passé, par la présence rassurante de l'eau, par l'attachement à certaines valeurs traditionnelles, enfin par l'attachement à l'île et le désir profond de s'approprier son milieu de vie par la pratique régulière du tour de l'île. L'idée d'insularité touche autant les nouveaux arrivés que les 100w gens nés sur l'île. C'est parce que les nouveaux arrivants partageaient cette vision qu'ils sont venus s'y établir.
- 19 Et pourtant, les nouveaux arrivants sont convaincus que les gens de vieille souche, les « nés natifs », acceptent mal leur présence. Les natifs de l'île repoussent de leur côté toute idée de discrimination. Pour eux, il n'y a pas de différence entre les uns et les autres. Pourtant, quand on pousse un peu plus loin la discussion, les natifs se sentent investis d'une légitimité qu'ils ne reconnaissent pas aux étrangers. Les natifs « possèdent » l'île alors que les non natifs ne font qu'en profiter. De plus, les natifs s'attribuent le titre de « sorciers » qu'ils refusent aux nouveaux arrivés. La tradition explique ce mot de deux façons : d'une part, de nombreux pilotes de transatlantiques habitaient l'île d'Orléans. En fréquentant des marins d'outre-mer, ils possédaient des informations inédites et connaissaient les nouvelles avant tout le monde, ce qui leur donnait une réputation surnaturelle. D'autre part, la nuit, les insulaires pêchaient l'anguille aux flambeaux et de part et d'autre des deux rives, on voyait ces feux follets s'agiter, ce qui confortait la notion de sorcier.
- 20 Il existe un très fort sentiment d'appartenance et une réelle fierté d'habiter sur l'île. Même si tous les résidents ne sont pas toujours conscients de leur privilège de partager le caractère exceptionnel de ce lieu, le seul fait de mentionner aux personnes rencontrées à l'extérieur de l'île qu'on y habite suscite l'envie et l'admiration.
- 21 Vivre à l'île d'Orléans est en soi une carte de visite. Félix Leclerc et tant d'autres ont chanté et mythifié cette île. Le guide bleu Hachette (Boulanger 1982, pp 355-356) en parle comme d'un « petit terroir rural placé en sentinelle au milieu du Saint-Laurent... Couverte de champs, de prés et de boqueteaux, on la considère comme un coin de Normandie transplanté en Amérique ».
- 22 Des milliers de visiteurs la fréquentent chaque année. Et chaque week-end des centaines de personnes de la région de Québec viennent s'y retremper. L'île est un attrait recherché et ses résidents sont fiers de leur milieu.

À la recherche d'une différence et de sa personnalité

- 23 Voilà où s'arrête cette belle intégration. Sorti du mythe du paysage exceptionnel et de la vie champêtre, il se dessine une réelle rivalité entre chacun des villages. Entre « les bourgeois » de Sainte-Pétronille et « les poireaux » de Saint-François, les deux villages aux extrémités de l'île se déclarent une guerre sourde de rivalité. Sainte-Pétronille étant le village le plus près de Québec, il fut choisi, dès le siècle dernier, par la riche bourgeoisie anglophone de Québec comme centre huppé de villégiature et accueille l'un des plus anciens terrains de golf de l'Amérique (Drolet 1989). Les anglophones ont construit des villas et ont créé de magnifiques jardins. C'est dans ce havre que le peintre Horatio

Walker, un anglophone consacra sa vie à peindre la vie bucolique de l'île au début du vingtième siècle (Karel 1986).

- 24 À l'autre bout de l'île vivent des producteurs agricoles, en particulier des producteurs de pommes de terre et de poireaux. C'est donc par condescendance que le terme est utilisé. Entre ces deux pôles, on retrouve les villages de Saint-Pierre, Sainte-Famille, Saint-Jean et Saint-Laurent. Ceux-ci sont tous issus d'une paroisse et c'est pour cela qu'ils portent toutes le nom d'un saint. Saint-Pétronille fait exception. Le village de Beaulieu était une entité municipale qui était englobée dans la paroisse de Saint-Pierre. Lorsque les protestants anglophones décidèrent d'ériger une chapelle dans ce village, les catholiques en prirent ombrage et décidèrent aussitôt de créer une nouvelle paroisse. La paroisse de Saint-Pierre dut se scinder en deux. Pour marquer la filiation entre les deux paroisses, on l'appela Sainte-Pétronille, dont l'hagiographie nous apprend qu'elle était la fille, peut-être adoptive de Saint-Pierre.
- 25 Chaque village s'est donc construit une personnalité qui le caractérise et a développé un certain chauvinisme. On aime son village et on n'irait pas facilement vivre dans le village voisin. On est donc prêt à affirmer sa différence. Mais aussi, on va chercher à définir un créneau porteur pour faire de son village, le lieu d'attrait par excellence de l'île. Cette approche démontre que l'île d'Orléans, magnifique réseau intégré, n'a pas réussi à créer de symbiose entre ses parties.

Événement, qualité de vie et culture

- 26 Comment se construit donc cette différence ? Lorsqu'une ville recherche l'obtention des Jeux Olympiques, la participation à l'un des circuits internationaux de course automobile, à la tenue de championnats mondiaux ou de congrès internationaux, elle utilise l'événement connue vitrine internationale. Mais pour obtenir l'événement convoité, elle doit d'abord se doter d'une image forte pour qu'on accepte de lui confier l'organisation de l'événement. Ainsi donc, la notoriété précède et suit l'événement.
- 27 Par ailleurs, les villes sont en compétition pour attirer des industries, des touristes et même des résidents. Or, les industries s'installent là où leurs cadres pourront trouver une qualité de vie qui leur fera accepter de s'éloigner des grands centres. Les touristes fréquentent les lieux où il y a des choses à voir et à faire. Et les individus qui en ont le choix préfèrent se loger dans les villes qui ont une personnalité attrayante. Dès lors s'impose l'obligation pour les municipalités de mettre en valeur de façon orchestrée un aspect de leur réalité ou un projet nouveau. Une municipalité peut ainsi faire renaître une tradition perdue : Floirac, dans la région bordelaise, a fait revivre pendant un certain temps, la pratique taurine longtemps abandonnée sur son territoire (Darriet 1991).
- 28 Certaines municipalités ont essayé d'exploiter la cocasserie de leur nom. En France, la ville de Condom a décidé de « faire vertu des infortunes de la toponymie » (Hourquebie 1994) et d'exploiter, en créant un musée du préservatif, le nom qui lui vient de « condato magus, un ancien marché gaulois » et non du célèbre docteur Condom, médecin du roi d'Angleterre, Charles II.
- 29 Aux États-Unis, il fut un temps où la revue Playboy expédiait de façon délibérée sa revue d'une ville qui s'appelait... Middlesex. Le petit village de Moncrabeau, en France, organise chaque année le concours : Le Roi des menteurs.

- 30 Par contre d'autres villes ont exploité la qualité de vie de la ville et le développement d'un pôle technologique ou de recherche particulier. En Californie, l'École de Palo Alto ou la Silicon Valley en sont des exemples. Des initiatives particulières ou des événements uniques peuvent créer dans une ville une image remarquable. Les villes pèlerinages comme Fatima, Lourdes, Sainte-Anne de Beaupré, ont trouvé dans la religion, une valeur ajoutée exceptionnelle.
- 31 Dans son étude sur l'image des villes de la façade atlantique en France, Pierre Kukawka (1994), démontre la nécessité pour chacune d'elles de se créer une image si elles veulent sortir de l'anonymat. Cette image est créée avec des mots, des slogans, des approches fabriquées, en fait à partir d'une représentation sociale construite (Fourdin 1993).
- 32 La dimension culturelle d'une ville constitue un attrait important. Colbert (1993, p. 74), dans son livre intitulé *Le marketing des arts et de la culture* donne un tableau de la fréquentation des manifestations sportives et des spectacles sur scène de 1964 à 1994 au Québec pour montrer que les dépenses entourant les spectacles sont supérieures à celles des sports.
- 33 Pour donner à leur personnalité un certain vernis, les villes vont dès lors se tourner vers la chaîne culturelle qui constitue une valeur ajoutée garantie. Musées, opéras, théâtres, orchestres symphoniques sont des éléments de base pour toute ville voulant acquérir le statut de grande ville.
- 34 Et certaines villes de petites ou moyennes importance vont créer leur identité autour d'un événement culturel unique, comme Bayreuth et le festival Wagner, Montreux et son festival de Jazz, Tanglewood et son festival de musique, Salzbourg et son festival Mozart, Avignon et son festival de théâtre.
- 35 Cwi (1980, p. 305) affirme que les activités culturelles participent au développement d'une communauté, attirent et retiennent les entreprises, contribuent à l'équilibre fiscal d'une ville, créent de meilleurs emplois et attirent un tourisme culturel. Ce qui permettait à Schneider (1993, p. 18) d'affirmer : « Au prince, donc, la Culture donne un supplément dame (...) Une Culture qui prend de grands airs et se pousse du col offre donc une nouvelle légitimité lorsque le seul pouvoir ou l'argent n'assurent plus une domination incontestée ».

La personnalité de Sainte-Pétronille

- 36 Sainte-Pétronille est l'une de six municipalités de l'Île. Mais c'est probablement celle qui aura le mieux protégé son image et surveillé sa personnalité. Petit village de 1000 habitants, sur la pointe de l'Île d'Orléans, faisant partie de l'Association des plus beaux villages du Québec, il jouit d'une vue formidable sur la ville de Québec.

Le patrimoine

- 37 Pour se distinguer, le village décida d'opter pour la protection du milieu plutôt que sur son développement comme le privilégiaient tous les autres villages. Donc, des normes extrêmement sévères de préservation, d'implantation et de rénovation des maisons, furent édictées. Un contrôle municipal serré s'exerça sur les nouvelles constructions de façon à conserver le caractère de villégiature de la fin du XIX^e siècle sur la route de

ceinture et dans le coeur du village. Sainte-Pétronille était un village bourgeois de la fin du siècle dernier et voulait conserver cet attribut malgré les poussées d'urbanisation et les critiques d'élitisme (Dagenais 1993).

« Le patrimoine devient le plus éminemment et le plus noblement régional dans sa dimension ethnologique avec les différentes manifestations de la pensée et des actions humaines, les croyances, les légendes, les coutumes, les vêtements, les mobiliers, les outils et quoi encore, considérés et retenus dans le patrimoine comme des témoins de la vie quotidienne des différentes collectivités qui ont habité notre terre à travers les siècles. Il n'était donc que normal que les communautés locales, les groupes d'intérêt et la population en général se soient, petit à petit, approprié le patrimoine, s'en soient fait les défenseurs et les promoteurs et l'aient utilisé à diverses fins » (Nicolet 1993, pp. 24-25).

- 38 Harvey (1994, p. 10) a également noté que le bénévolat est souvent au début des aventures culturelles en région et que ces initiatives sont ensuite récupérées par les municipalités.
- 39 Ce souci de préservation se concrétisa dans une réglementation qui devint en quelque sorte un modèle du genre puisqu'elle fut construite autour d'un certain nombre de principes que l'on n'avait pas l'habitude de voir dans les plans d'aménagement urbain, soit le non-morcellement des grandes propriétés ; l'obligation de respecter, pour tout bâtiment nouveau qui s'insère entre des bâtiments anciens, les normes architecturales anciennes ; l'encouragement à construire dans les zones nouvelles une architecture contemporaine en décourageant la copie de maisons anciennes. De ce fait, on perpétuait le respect de l'ancien tout en permettant l'expression du renouveau architectural.
- 40 Au lieu de s'aligner sur les pratiques des autres villages et de pratiquer un développement domiciliaire de banlieue sans originalité, Sainte-Pétronille décida de faire autrement et d'imposer des règles plus complexes de construction. Il s'agissait d'interdire de détruire, d'interdire de défigurer, d'interdire d'enlaidir. Or, comme le beau ne se mesure pas, il fallait donc instaurer un système de contrôle avec des règles presque mathématiques. La protection du patrimoine devint la première préoccupation culturelle de la municipalité, et une source continue de conflits.

Le culturel²

- 41 Nous avons mentionné plus haut que la culture constitue une valeur ajoutée pour une municipalité. Or, ce sont souvent les sports et les loisirs qui accaparent, dans les petites municipalités, la majorité des fonds dédiés à la collectivité. Ce fut aussi vrai à Sainte-Pétronille.
- 42 C'était sans compter sur le dévouement de bénévoles. C'est ainsi que dans les années quatre-vingt, la chorale de l'Île d'Orléans, appelée La Turlute fut accueillie par le village de Sainte-Pétronille. Et à la même époque, Sainte-
- 43 Pétronille fut l'une des premières municipalités de la région de Québec et à plus forte raison à l'Île, à adhérer au réseau appelé « Centrale des bibliothèques du Québec », permettant aux résidents du village d'avoir accès à une banque de plusieurs dizaines de milliers de livres.
- « Mais la création d'organismes culturels en région à ce jour n'a pu se faire que grâce à des bénévoles réunis le plus souvent en associations à but non lucratif et dont l'action fut forcément limitée. (...) Ce sont ces mêmes organismes qui ont successivement défini les besoins, éveillé les consciences, suscité les rêves et encouragé les espoirs de ceux et celles qui, en région, considéraient et considèrent

toujours la culture comme élément essentiel de leur vie en région » (Nicolet 1993, p. 25).

- 44 Il existait une longue tradition de bénévolat culturel dans le village initié par la communauté anglophone du village. C'est donc l'un d'eux qui, dans les années 60, organisa au lieu dit « Le mont des Roses », des concerts en plein air avec des artistes aussi réputés que Félix Leclerc, Gilles Vigneault et invita même l'Orchestre symphonique de Québec.
- 45 Ce n'est donc pas par hasard si, en 1983, une société qui se vouait à organiser des concerts de musique de chambre, prenait demeure à Sainte-Pétronille. L'histoire prédisposait ce village à cette activité. Fondée par un groupe de mélomanes sous l'impulsion du violoniste virtuose d'origine hongroise, Gyorgy Terebesi, la Société lança une première série estivale de musique de chambre. Cette année-là, une première saison de quatre concerts d'été à Sainte-Pétronille fut présentée sous le nom de « L'Université Laval en concert à l'île ». Il s'agissait d'une part de permettre à de jeunes étudiants en musique de l'Université Laval de se produire en spectacle. Et en même temps, d'offrir des concerts d'artistes renommés aux mélomanes de la grande région de Québec. Ces concerts ont été présentés dans la vieille église de pierres de Sainte-Pétronille. C'était là un cadre idéal pour le caractère intime de la musique de chambre, puisque l'église ne contient que 350 places.
- 46 Monter des spectacles culturels nécessite des fonds importants. Attirer des artistes d'expérience, de qualité et de renommée internationale demande davantage de fonds. Or dans une petite salle de 350 places, il est difficile de rentabiliser des concerts à moins d'obtenir des entrées de fonds qui seront récurrentes.
- 47 La première équipe de Musique de Chambre avait pris le pari de monter ces concerts sans subvention gouvernementale. Le Québec traversait alors une difficile récession, le gouvernement coupait déjà dans les subventions existantes. Il était donc téméraire de se fier sur ces entrées financières.
- 48 Les organisateurs eurent l'ingénieuse idée de tisser un partenariat avec un centre de formation musicale, le Domaine Forget, qui donnait chaque été des classes de maîtres et des concerts, mais situé à quelque 150 km de l'île d'Orléans. Ils pouvaient ainsi bénéficier d'artistes de renommée internationale sans en assumer tous les coûts. Ensuite, ils ont eu recours aux commandites. Des entreprises privées acceptèrent de commanditer des concerts et d'autres favorisèrent l'achat de billets.
- 49 Vingt ans plus tard, Musique de Chambre de Sainte-Pétronille poursuit sa mission de présenter des concerts de grande qualité. Aujourd'hui, les concerts sont devenus un outil de promotion pour le village plus qu'un apport culturel pour ses propres résidents puisque une faible partie des spectateurs proviennent du village même.
- 50 Ainsi, le petit village de 1000 habitants de Sainte-Pétronille, a-t-il su se doter d'une personnalité particulière grâce à ses concerts de musique de chambre qui sont maintenant diffusés sur les ondes de la radio nationale, Radio-Canada, partout à travers le pays. Elle renforçait ainsi son côté bourgeois et se différenciait radicalement des autres partenaires de son réseau.

Le rôle prédateur des municipalités

- 51 Or, ce n'est pas la municipalité elle-même qui est à l'origine de ces différences. Ce sont les résidents qui ont intériorisé la personnalité et qui ont proposé des projets qui cadraient avec celle-ci. L'histoire des concerts de Musique de Chambre de Sainte-Pétronille nous apprend que les autorités agissent davantage comme prédateurs que comme initiateurs de ce type d'activités dont ils s'enorgueillissent ensuite.
- 52 Ainsi, autant la corporation municipale que le ministère des Affaires culturelles ont hésité à encourager et à soutenir une activité qui naissait, mais se sont empressés ensuite de se rapprocher d'une activité qui réussissait. De plus, le quotidien de la capitale, *Le Soleil*, qui aurait pu favoriser l'éclosion de cette activité l'a dédaignée, boudée et rejetée tant et aussi longtemps qu'elle n'obtint pas une certaine notoriété.
- 53 Comment expliquer ce comportement dans une municipalité qui tire ses lettres de noblesse d'un passé riche en culture ? La réponse est fort simple. C'est que dans tout milieu, c'est toujours une minorité agissante qui impose son rythme.
- 54 Or, en analysant ce qui se passe à Saint-Pétronille, on est surpris de comprendre que l'extrême minorité anglophone, soit un pour cent de la population, a été de tout temps un moteur pour le village.
- 55 Ce sont les anglophones qui définirent le style architectural, qui développèrent de grands jardins, qui prêtèrent leur terrain pour permettre l'existence du golf. Et ce furent encore eux qui organisèrent les concerts. Les concerts donnés dans les années 60'étaient présentés sur la propriété d'un anglophone. Et c'est un Britannique installé dans le village depuis quelques années, qui favorisa la tenue des concerts de musique de Chambre dans les années quatre-vingt. Et si la paroisse de Sainte-Pétronille existe, c'est que les catholiques ont pris ombrage des protestants.
- 56 Grâce à ses concerts de musique de chambre, Sainte-Pétronille a fortement enrichi sa personnalité. Pour se faire connaître, le village n'a plus besoin de développer des stratégies de notoriété, il n'a qu'à faire connaître l'événement des concerts qui portent en soi une valeur ajoutée pour le village.
- 57 Or, contrairement à ce qui se passe ailleurs où les succès culturels entraînent des retombées économiques pour la ville, à Sainte-Pétronille, le village ne retire aucun dividende sur le plan pécuniaire de cette activité. L'amour de la musique n'a pas encore été récupéré par les vendeurs du temple...

Conclusion

- 58 En 1982, Thomas Peters et Robert Waterman, publiant un livre ayant pour titre : *Le prix de l'excellence*, et en sous-titre : *Les secrets des meilleures entreprises*. Cette étude comparait les entreprises qui fonctionnaient dans une structure cohérente et bien intégrée à celles qui toléraient une certaine délinquance et qui favorisaient les zones grises d'autorité. La conclusion de leur étude fut surprenante : plus une entreprise met la cohérence et la cohésion avant la rivalité et la compétition, plus elle stagne. Car pendant qu'elle déploie des énergies pour maintenir une structure bien intégrée, elle se fait doubler par l'entreprise qui préfère aiguïser la compétition entre ses employés qui vont se battre pour occuper les zones grises et qui de ce fait vont se dépasser.

- 59 On peut donc conclure que ce qui fait la force d'un réseau n'est plus seulement ce qui réunit les différentes unités mais aussi ce qui les oppose. Pour réussir, il faut surtout se différencier plutôt que de rechercher à se fondre dans des valeurs communes.
- 60 Ce qui crée la personnalité de Sainte-Pétronille, ce fut justement cette propension à faire différent. Le village a su se différencier des autres villages de l'île par sa volonté de protéger son patrimoine architectural avec beaucoup de rigueur. Et les anglophones du village ont su affirmer leur différence en encourageant les arts et la culture. C'est donc en cherchant à se différencier que les parties d'un réseau réussissent à s'affirmer autant et à créer un tout plus riche.

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

- BOULANGER R., *Le Canada*, Les guides bleus Hachette, Paris, 1982.
- COLBERT F., *Le marketing des arts et de la culture*, Gaëtan Morin éditeur, Boucherville, 1993, 308 p.
- CWIL D, « Models of the Role of the Arts in Economic Development ». W. Hendon, J. Shanahan et A. McDonald (éd.), *Economie Policy for the Arts*, Cambridge, Mass, ABT Books, 1980.
- DAGENAIS B., « L'écoute de la télévision et l'arrivée du câble à l'île d'Orléans », in Jean Paul Baillargeon et al, *Le téléspectateur : glouton ou gourmet*, Institut québécois de recherche sur la culture, Québec, 1994, pp. 189 à 210.
- DAGENAIS B., « Le syndrome de la banane : de l'égoïsme à la bêtise », *Le Devoir*, juin, 1993.
- DARRIET J., « Sport, économie, culture : trois villes, trois choix », Communication présentée au Colloque *Communication et sentiment d'appartenance : les villes des grandes agglomérations*, organisé par l'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université Michel de Montaigne - Bordeaux III, le 14 mai 1991.
- DROLET L., « Un paradis de villégiature : le bout de l'île » *Cap-aux-Diamants*, Québec, vol. 5, no 1, printemps 1989, pp. 43-45.
- FOURDIN M. « Communication urbaine : l'apport des représentations sociales », *Sciences de la société*, no 30, octobre 1993, pp. 141-157.
- GAGNON M-M., *Portrait de hase : MRC de l'île d'Orléans*, recherche remise à la MRC de l'île d'Orléans, 1992.
- HARVEY F, Actes du colloque : *Recherche : arts et culture*, 61e congrès de l'Acfas, Université du Québec à Rimouski, 19-20 mai 1993. Institut québécois de recherche sur la culture, 1994, 132 p.
- HOURQUEBIE D., « Condom, ou comment faire vertu des infortunes de la toponymie », *Le Monde*, 9/10 octobr 1994, Cahier Fleures locales, p. VI.
- KAREL D, Horatio Walker, Musée du Québec, Éditions Fides, Québec, 1986.

KUKAWKA P., « Politique de communication et d'image des villes de l'arc atlantique », *Communication et organisation*, Bordeaux, 1994, pp. 139-169.

M.R.C. DE L'ÎLE D'ORLÉANS, *Schéma d'aménagement*, 1989.

NICOLET R., « Conférence d'ouverture », Actes du Colloque *Décentralisation, régionalisation et action culturelle municipale*, organisé dans le cadre de la Chaire de gestion des Arts, sous la direction de Mario Beaulac et de François Colbert, Montréal 12-14 novembre 1992. École des Hautes Études Commerciales de Montréal, 1993, pp. 15-32.

PETERS T. et R. WATERMAN, *Le prix de l'excellence. Les secrets des meilleures entreprises*, Paris, InterÉditions, 1992, 360 p.

SCHNEIDER M., « Administration locale, arts, culture, biens culturels », Actes du colloque *Décentralisation, régionalisation et action culturelle municipale*, sous la direction de Mario Beaulac et François Colbert, organisé à Montréal du 12 au 14 novembre 1992 par la Chaire de gestion des arts, École des Hautes Etudes commerciales de Montréal, 1993.

NOTES

1. Quelques éléments De ce sous-chapitre ont déjà été invoqués dans Dagenais Bernard, 1994, « L'écoute de la télévision et l'arrivée du câble à l'île d'Orléans.
2. Certains éléments de ce sous-chapitre ont été inspirés d'une communication intitulée : « La culture est un outil de communication pour les municipalités : le cas de Sainte-Pétronille », présentée lors du congrès annuel de l'Association canadienne de communication, Montréal, le 5 juin 1995.

RÉSUMÉS

Tout réseau cherche à créer une certaine cohérence entre ses unités. Or, il existe des réseaux si bien intégrés que ses parties doivent se différencier les unes des autres pour faire valoir leur personnalité, leur raison d'être et éviter d'être étouffées. Le cas du village de Sainte-Pétronille, à l'île d'Orléans, au Québec, illustre bien ce problème. Complètement inféodé sur le plan administratif aux structures régionales de l'île d'Orléans, ce village a su conserver une personnalité différente en prenant appui sur une tradition de bénévolat virement récupérée par le milieu politique. On peut en déduire que le réseau impose, que l'unité s'ajuste et que c'est le marginal qui propose les valeurs ajoutées qui sont alors récupérées.

Any network tries to reach a certain cohesion between all its parts. There are, however, networks which are so fully integrated that each part has to become differentiated from the others in order for it to bring out its own personality, its own raison d'être, as well as to avoid being choked off. The village of Sainte-Pétronille, located on Ile d'Orléans, in Québec, is a good example of this particular problem. As far as administration is concerned, the village is completely assimilated into the local System of Ile d'Orléans. Yet it achieved to preserve its distinct personality, based on a tradition of voluntary work that has quickly been imitated by the

political milieu. One can therefore conclude that the network imposes, that each part adjusts and that the marginal elements propose the new values that are then adopted.

AUTEUR

BERNARD DAGENAI

Professeur titulaire, Département d'information et de communication, Université Laval, Québec. Ex-maire de Sainte-Pétronille pendant 14 ans, auteur de six livres et d'une trentaine d'articles sur la communication.