

## **Pratique réussie #1 : Développer le public et les partenariats**

### **Le défi**

Toronto est la communauté la plus diverse de l'Ontario, voire du Canada. La francophonie présente à Toronto est, elle aussi, tout à fait plurielle, et l'offre d'activités artistiques et culturelles francophones se multiplie exponentiellement depuis quelques années. Dans un environnement complexe et en pleine mouvance, le Centre francophone de Toronto (CFT) doit se positionner et se démarquer par rapport à l'offre accrue et aux intérêts de plus en plus variés des publics sur son territoire.

Le CFT s'est particulièrement intéressé à une initiative misant sur le public haïtien et antillais, en pleine expansion à Toronto depuis quelques années. Or, le CFT ne possédait ni l'expertise particulière permettant de répondre aux intérêts spécifiques de cette clientèle ni le réseau de contacts lui permettant de promouvoir ces activités ou d'entrer en dialogue avec ce public.

### **Pistes de solutions**

Le CFT a obtenu une subvention du programme Compas du Conseil des arts de l'Ontario, afin de faire appel à un expert-conseil en développement de publics. Celui-ci a effectué un sondage afin de poser un regard diagnostique sur le public actuel du CFT et a travaillé avec l'équipe du CFT pour imaginer des stratégies permettant de démarquer la programmation de l'organisme du reste de l'offre artistique et culturelle francophone à Toronto. La recherche préliminaire a démontré que le public premier du CFT était âgé entre 40 et 60 ans. Le CFT a développé une stratégie visant le développement d'un public constitué de jeunes adultes, notamment des communautés créoles francophones.

Cette stratégie mise notamment sur une programmation axée sur la musique du monde francophone. Cette programmation met à l'honneur les artistes ontariens de la diversité culturelle, et intéresse une clientèle originaire d'ailleurs, mais résidente de Toronto.

Dès 2013, le CFT s'associe à l'organisme Perle Noire (un collectif communautaire spécialisé dans l'organisation de soirée caraïbéenne) pour la co-diffusion de certaines activités artistiques et culturelles dans le cadre du mois de l'histoire créole. Ce regroupement dispose de rapports étroits avec la communauté créole et est bien branché auprès des artistes des Haïtiens et Antillais. En 2013, les partenaires présentent une semaine entière d'activités (un 5 à 7, un spectacle de musique, une soirée réseautage et une exposition d'arts visuels). En tout, environ 1 000 personnes participent aux activités au cours de la semaine. La plupart d'entre eux sont des nouveaux venus aux activités du CFT. En 2014, suite à une réduction du financement disponible pour ces activités, on réduit le nombre d'activités et misera sur un spectacle familial (prestation par un conteur haïtien dans une bibliothèque de la région, suivi d'une dégustation de mets antillais). Environ 150 personnes participent. En 2015, le CFT présentera un documentaire sur un auteur de la Guadeloupe, suivi d'une table ronde qui discutera de l'œuvre de l'auteur en question et d'un spectacle de chanson.

La promotion des activités a été effectuée d'abord par les médias sociaux, notamment à l'aide de pages et de listes spécifiques aux communautés visées, qu'animait déjà Perle Noire. Le CFT a produit des affiches et développé visuel autour de ces activités. Les affiches ont été distribuées dans toute une série de commerces antillais à Toronto.

L'initiative aura permis d'établir un modèle de collaboration et de développement de publics que le CFT reprend déjà à d'autres fins. Notamment, en 2015-2016, le CFT envisage une collaboration avec le Collège Boréal qui s'inspire de cette même approche. À long terme, le CFT imagine que cette stratégie – misant sur la musique du monde et la co-diffusion avec des organismes communautaires bien branchés sur les publics visés – pourrait aussi être gagnante pour des activités visant les francophiles.

### **Facteurs à succès**

- La stratégie de développement de public au cœur de ce cas découle d'une réflexion appuyée par le programme Compas du Conseil des arts de l'Ontario, et accompagnée par un expert en la matière (Denis Bertrand);
- Les paramètres de collaboration étaient clairement articulés et documentés. Les partenaires ont convenu – par une entente de collaboration écrite – du budget de l'activité, et des rôles et responsabilité de part et d'autre;
- Notons que, déjà, plusieurs personnes qui participaient à leurs premières activités du CFT dans le cadre de ce partenariat assistent désormais à d'autres événements du CFT;
- Le partenariat aura permis de connecter un organisme qui disposait d'un budget de programmation et un autre qui était bien branché sur un public particulier.