



Manifeste
pour la **vitalité**
socioéconomique
du plus grand
Village 2SLGBTQ+
au monde

village 

Société de développement commercial du Village (Village Montréal) • octobre 2020



« Je vais toujours garder le même sentiment d'appartenance à Montréal. Honnêtement, sans la possibilité d'aller m'exiler dans le Village une fois par semaine à 16 ans, j'aurais peut-être fait mon coming out à 35 ans au lieu de 18. »

PERSONNE TRANS NON BINAIRE QUEER, VINGTAINE

« J'espère que le Village ne va pas mourir, ce serait triste. Beaucoup de gens voient Montréal comme une ville ouverte avec le Village, c'est pour ça qu'on aime cette ville ! »

PERSONNE IMMIGRANTE NON BINAIRE, INTERSEXE ET QUEER

À la lumière des témoignages récoltés au cours d'un rapport ethnographique, et en réponse à des questions sur le sentiment d'appartenance et le désir de s'impliquer dans le secteur, nous constatons que le Village détient toujours un capital de sympathie et un capital symbolique fort auprès d'une majorité des franges de la population 2SLGBTQ+. Cela se reflète même dans les discours des personnes qui ne fréquentent pas ou ne souhaitent plus fréquenter le Village et chez les personnes se sentant « exclues » du Village.

Pourquoi un Village ?

Parce qu'il est fondamental d'être accepté.e et aimé.e tel que l'on est, et parce que l'on construit une société plus forte à partir d'individus entiers, intègres et authentiques.

Parce que le Village de Montréal est historiquement un lieu de refuge et d'émancipation crucial pour une population discriminée et vulnérable et un phare de développement socioéconomique effervescent, audacieux, créatif et résilient.

Parce qu'il est essentiel d'avoir une offre commerciale ajustée aux besoins évolutifs des communautés 2SLGBTQ+.

Notre Village est assis sur une histoire qui ne demande qu'à écrire une nouvelle page et y dessiner cet espace bienveillant pour toutes.

Notre Village a besoin d'être la fierté de nos communautés 2SLGBTQ+, de Montréal, du Québec et de séduire les futur.es touristes de tous les horizons grâce à un écosystème social et économique local, authentique, affirmé et solidaire.

Si le Village Castro de San Francisco est le plus symbolique, c'est à Montréal, en termes d'artère commerciale, que l'on retrouve le plus vaste territoire qui célèbre au quotidien la diversité sexuelle et de genre au monde.

La pandémie a grandement bouleversé l'économie locale, révélant les failles d'un système à toutes les échelles. Le Village, qui connaissait déjà un déclin, y goûte aussi. La crise a exacerbé les problèmes d'une destination déjà fragilisée.

Il est maintenant temps de s'appuyer les un.e.s sur les autres pour consolider nos forces afin de construire un Village plus vibrant, porteur et foisonnant que jamais.

LE VILLAGE DOIT DEVENIR UN TERRITOIRE SÉCURITAIRE, D'AVANT-GARDE ET DE GRANDE INCLUSIVITÉ OÙ IL FAIT BON FAIRE DES AFFAIRES.

À propos de Village Montréal

Nous sommes la nouvelle équipe administrant la Société de développement commercial (SDC) du Village, maintenant appelée Village Montréal. Nous représentons les entrepreneur.es du Village. Près de 300 sont entreprises réparties sur Sainte-Catherine Est, entre Saint-Hubert et Cartier, et sur Atateken, entre René-Lévesque et Robin.

La SDC entre dans une nouvelle ère, actualise ses façons de faire et souhaite travailler en plus étroite collaboration avec ses membres et avec les groupes et organismes communautaires qui soutiennent déjà le secteur pour revitaliser le Village.

Durant la dernière année, Village Montréal s'est outillée afin de mieux comprendre son organisation, ses enjeux, ceux de son secteur, de ses clientèles et des communautés 2SLGBTQ+. C'est notamment par la réalisation d'une étude ethnographique que nous avons été en mesure d'avoir une meilleure compréhension du portrait social du Village et de ses clientèles diversifiées. Il s'agit d'une innovation pour une SDC.

Nous approchons dorénavant le développement de notre secteur commercial avec un regard plus approfondi.

Le Village et ses entrepreneur.es se situent en plein cœur d'un secteur durement éprouvé par la pandémie de COVID-19, également à l'aube de transformations majeures, avec les projets de développement immobilier et le Programme particulier d'urbanisme (PPU) des Faubourgs.

En ces temps troubles, Village Montréal souhaite jouer un rôle plus important dans le développement économique et social de son écosystème. Une transformation de la mission de Village Montréal, qui depuis sa fondation en 2006, a principalement misé sur l'art public comme moteur de la vitalité économique.

Cette stratégie s'est pourtant avérée un grand succès ces dernières années en période estivale. Les dernières statistiques d'achalandage dévoilaient que le Village a accueilli plus de 16 millions de visiteurs entre juin et octobre 2016. Notre artère commerciale compte parmi les pionnières des piétonisations à Montréal. La canopée de 180 000 boules « 18 nuances de gai » de l'architecte-paysagiste montréalais Claude Cormier a propulsé la promotion de Montréal dans le monde comme destination inclusive aux diversités sexuelles et de genre. **Par ailleurs, lorsque sondé.es sur les raisons qui les motivent à visiter le Village, 35,2 % des Montréalais.es et 60,9 % des touristes ont répondu la canopée de boules¹.** Ceci est sans compter la fréquentation à la Galerie blanc, seul espace du genre en Amérique du Nord, produite par Village Montréal, qui présente chaque année une programmation de calibre international.

Nous sommes conscient.es que Village Montréal, depuis sa fondation en 2006, a opéré un type de développement *top down*, imposant au secteur sa vision de l'art public, gage de plusieurs petites et grandes victoires, mais a manqué l'occasion de tisser des liens de proximité avec ses membres et de répondre à plusieurs autres enjeux des membres et des clientèles.

NOUS PASSONS D'UNE APPROCHE PUREMENT COMMERCIALE À UNE APPROCHE SOCIOÉCONOMIQUE DE NOTRE TRAVAIL.

¹ [https://www.villagegaimontreal.com/userfiles/files/SEGMA-%C3%A9tude%20de%20provenance%20\(9-02-17\).pdf](https://www.villagegaimontreal.com/userfiles/files/SEGMA-%C3%A9tude%20de%20provenance%20(9-02-17).pdf)

L'urgence de retrouver un sentiment de sécurité

La cohabitation avec les personnes en situation de marginalité, la toxicomanie et le trafic de drogue sur la rue engendrent un sentiment d'insécurité dans le Village et une peur réelle de le fréquenter.

Pour un.e commerçant.e qui vit ces scènes quotidiennement, le sentiment est déchirant. L'envie de fermer les yeux sur ce qui dérange; mais aussi un pincement profond d'empathie démunie.

On y côtoie quotidiennement des situations de misère humaine. Le rôle actuel de la police n'améliore pas suffisamment la situation. La part de responsabilité pour ces situations est complètement mitigée et la part de responsabilité dans la gestion du partage de l'espace public avec les personnes en situation de marginalité n'est pas adéquatement concertée.

Pour un problème aussi criant, sensible et complexe, nous exigeons :

- **que la Ville de Montréal et le gouvernement du Québec déploient des ressources spécialisées abondantes préventives et promptes à agir dès maintenant;**
- **que ces ressources soient efficacement coordonnées par tous les acteur.trices du milieu, dont les organismes communautaires et le SPVM, par un plan commun;**
- **qu'un groupe de travail soit mis sur pied pour étudier les politiques de la Ville de Vancouver², qui a retiré aux policiers les interventions sociales et de santé mentale, et formuler une recommandation.**

Les commerçant.es et les villageois.es ont besoin de ressources aisément accessibles dès que se déclenche une situation de crise. Il en va de la santé publique pour toutes et d'un respect de la condition humaine.

**AIDONS LES PERSONNES LES PLUS VULNÉRABLES, POUR
QU'ENSEMBLE, ON EN RESSORTE TOUSTES PLUS DIGNES.**

2 <https://www.journaldemontreal.com/2020/07/29/vancouver-retire-aux-policiers-les-interventions-sociales-et-de-sante-mentale>

L'urgence d'incarner l'inclusivité

LEXIQUE

2S

Two-spirit / Bispirituel.le

L

Lesbienne

G

Gai

B

Bisexuel.le

T

Trans

Q

Queer

+

Toutes les communautés faisant partie de la diversité sexuelle et de genre non mentionnées dans les premières lettres

Il est temps que toutes les personnes représentées par l'acronyme et toutes les personnes qui désirent vivre leur pleine authenticité se sentent en sécurité dans un Village protecteur et accueillant.

Il est temps que le Village gai devienne le Village 2SLGBTQ+.

Le Village s'est bâti dans les années 80 comme un lieu de refuge et d'émancipation. En mai 2019, l'ensemble des partis de l'Assemblée nationale du Québec s'est rallié pour reconnaître le statut historique et la vocation actuelle du Village gai de Montréal comme lieu de refuge et d'émancipation des communautés 2SLGBTQ+, grâce à une motion déposée en chambre et adoptée à l'unanimité par la porte-parole de Québec Solidaire et députée de Sainte-Marie–Saint-Jacques, Manon Massé.

Or, les individus issus des communautés 2SLGBTQ+ subissent de la discrimination sexuelle et de genre au sein même du Village, tout comme du sexisme, du racisme et de la transphobie.

Village Montréal s'engage à :

- **travailler activement à lutter contre le sexisme, racisme, la xénophobie, l'islamophobie et la transphobie présentes au sein des organisations et des projets mis de l'avant;**
- **mettre de l'avant l'histoire des luttes politiques des communautés 2SLGBTQ+ (racisées et marginalisées et pas seulement cis et gaies);**
- **former son personnel et les employé.es des entreprises du Village à des pratiques et attitudes antiracistes et anti-LGBTphobes;**
- **promouvoir le logement social LGBTQ+ et appuyer les demandes d'Espace LGBTQ+ en matière d'espaces communautaires et commerciaux, etc.;**
- **créer des partenariats avec les collectifs, scènes expressives underground et les groupes 2SLGBTQ+ qui favorisent le sentiment d'inclusivité et de sécurité au sein du Village.**

Nous invitons l'ensemble des organisations et entreprises œuvrant dans le secteur à **adopter de telles pratiques.**

Nous invitons également l'ensemble des clientèles qui fréquentent le Village à **faire preuve de respect en tout temps envers l'ensemble des diversités.**

SOYONS UN EXEMPLE D'ÉCOSYSTÈME SOCIAL INCLUSIF QUI RAYONNE À L'INTERNATIONAL.

L'urgence d'innover en matière d'art public et d'aménagement d'un milieu de vie

Le Village s'est appuyé sur une offre d'art public forte dans la dernière décennie autant pour son rayonnement à l'international que pour bonifier l'expérience de ses visiteurs. Sa canopée multicolore est devenue une marque de commerce pour Montréal.

Mais la disparition à l'automne 2019 de l'installation « 18 nuances de gai » de Claude Cormier, à la demande de l'artiste, a révélé l'impact d'une œuvre si rassembleuse pour tous les Montréalais.es.

Il faut se renouveler avec un aménagement aussi épatant et sensé pour rester distinctif, inspirant, attractif. Nous voulons offrir un aménagement multidimensionnel qui répond à plusieurs besoins connus.

Pour réanimer le Village, nous demandons :

- **que la Ville de Montréal permette à Village Montréal de poursuivre la piétonnisation estivale et de déployer du mobilier urbain, des installations interactives, ludiques et sécuritaires, ainsi que de l'animation sur tout le territoire, conformes aux directives de la Santé publique. Le Village doit renouveler l'expérience unique qu'il offre;**
- **des investissements suffisants à la Ville de Montréal, au Fonds d'initiative et de rayonnement de la métropole du gouvernement du Québec et à Patrimoine canadien pour réaliser un aménagement bonifié qui renouvelle la canopée et qui inclut d'autres installations et animations.**

L'INVESTISSEMENT DANS L'ART PUBLIC, C'EST BIEN PLUS QUE L'EMBELLISSEMENT DU SECTEUR. C'EST UN GAGE D'ACHALANDAGE, DE VITALITÉ ÉCONOMIQUE ET DE RAYONNEMENT DE MONTRÉAL.

L'urgence de favoriser un entrepreneuriat novateur et audacieux

L'offre commerciale du Village se tient sur un dangereux seuil d'homogénéité. Son économie locale s'en voit fragilisée.

De nombreux locaux vacants attendent d'être occupés pour offrir de l'espace à des idées audacieuses, des groupes ou collectifs 2SLGBTQ+ invisibilisés ou méconnus, des commerçants qui proposent des produits spécialisés pour nos communautés, favorisant une cohésion sociale et une reconnaissance identitaire essentielles.

Il est temps de recruter des entrepreneur.es novateur.trices et créatif.ves qui viennent répondre à des besoins nichés d'une clientèle 2SLGBTQ+ abondante et des résident.e.s en croissance.

Nous sollicitons l'appui des trois paliers de gouvernement pour :

- la mise en œuvre des recommandations des « 12 travaux du commerce montréalais : Rapport sur l'avenir du commerce et de l'urbanisme commercial à Montréal³ »
- la mise en place de locaux incubateurs pour accueillir ces entrepreneur.es indépendant.es.
- le développement d'un bilan offre/demande et du démarchage commercial répondant aux besoins des résidents du secteur, actuels et futurs.
- des actions concrètes visant à favoriser l'occupation des locaux commerciaux.

Nous nous engageons à accompagner ces nouveaux.elles entrepreneur.es pour faciliter leur essor.

Des entrepreneur.es innovant.es attirent une clientèle ravie, engendrent du capital de sympathie vis-à-vis le secteur et augmentent le sentiment d'appartenance au Village.

CRÉONS UN MEILLEUR TERREAU POUR DES ENTREPRENEURS NOVATEURS ET FAVORISONS UNE CULTURE D'AFFAIRES FORTE.

3 https://vivreenville.org/media/1030026/RapportSavard-Tessier_2020_Les-12-travaux-du-commerce-montrealais_BR.pdf

L'urgence de promouvoir la destination différemment

Pendant des années, le Village a vu son économie grandement reposer sur les touristes et les festivaliers de Fierté Montréal. La pandémie de COVID-19 a vu fondre la fréquentation au centre-ville de Montréal, avec l'annulation des festivals et la fermeture des frontières. La stratégie d'achalandage du Village doit être revisitée et l'appui des partenaires touristiques est essentielle.

Nous devons rapidement :

- établir des partenariats avec **Tourisme Montréal, l'Alliance touristique du Québec et Destination Canada** afin que des investissements promotionnels intra-canadiens voient le jour, faisant la promotion du Village comme destination 2SLGBTQ+ de grand calibre.

Notre souhait

Parlons-nous positivement, constructivement et avec vision de ce que peut devenir un meilleur Village pour toustes.

Mobilisons-nous pour recréer ensemble un lieu important dans lequel on expérimente une façon d'être, de vivre et de consommer dans un respect mutuel inégalé peu banal.

Faisons du Village un lieu convivial et accueillant où chaque existence est légitime et protégée.

Rallions-nous pour faire du Village un lieu où toute discrimination de religion, de genre, de race, d'âge, d'orientation sexuelle et de condition physique et mentale, est bannie.

Créons, avec une multitude d'acteur.rices de la communauté 2SLGBTQ+ et des instances de tous les paliers gouvernementaux, un secteur à l'échelle humaine et à la portée symbolique planétaire.