

## L'HEURE « C » A SONNÉ

Le 12 novembre 2007

Si Montréal souhaite véritablement devenir une métropole culturelle il faut d'abord et avant tout que ses décideurs politiques aient le courage et la fierté de cette ambition.

Après tant d'années de réflexions, de discussions et d'attente, l'heure « C » a sonné. Et comme plusieurs l'ont déjà mentionné, il n'y a plus une seconde à perdre !

Il est impératif que les décideurs émergent des étreintes de la peur, cessent d'hésiter et posent des gestes énergiques. Le message doit être clair, clamé haut et fort, et les investissements qui l'accompagnent se doivent d'être exemplaires. Dans un contexte où bien d'autres grandes villes ont déjà pris leur place sur l'échiquier et où Montréal réfléchit encore et toujours, seule une approche audacieuse et sans équivoque sera fructueuse.

Monsieur le Maire, membres du comité exécutif de la Ville de Montréal, le temps d'agir est arrivé. Posez un geste qui fera l'histoire et qui, dans dix ans, sera perçu comme « Le moment » qui aura positionné Montréal comme une véritable métropole culturelle mondiale.

**Prenez le leadership et doublez immédiatement le budget du Conseil des arts de Montréal ;**

**Lancez un défi à la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et au milieu des affaires en les invitant à augmenter significativement, eux aussi, leurs participations financières ou autres dans les arts et la culture au cours des douze prochains mois ;**

**Faites des jaloux et, de concert avec les autres paliers de gouvernements, Tourisme Montréal et les forces vives du milieu, déployez une campagne promotionnelle à l'échelle internationale qui viendra mettre en valeur le Plan d'action 2007-2017 et les investissements qui l'accompagnent.**

Ou autrement, malgré toutes les belles paroles et les vœux pieux qui auront été proférés lors de cette rencontre historique, la Ville de Montréal fera une fois de plus du surplace en étant perçue comme perdante au plan national et international. Elle demeurera reléguée à un rôle périphérique et de second plan malgré la vigueur de sa création artistique qui, pourtant jusqu'à ce jour, l'a distinguée et a tout pour en faire sa meilleure marque de commerce.

C'est maintenant.

Ou tant pis : Montréal, sa Culture et son *Rendez-vous* sombreront dans l'oubli.

Daniel Dion  
Directeur général et artistique

- 30 -

OBORO remercie ses membres pour leur appui, ainsi que les organismes suivants pour leur généreux soutien financier : le service des arts médiatiques et le service des arts visuels du Conseil des Arts du Canada, le Conseil des arts et des lettres du Québec, le Conseil des arts de Montréal, le ministère du Patrimoine canadien, le ministère de la Culture et des Communications du Québec, la Fondation Daniel Langlois, pour l'art, la science et la technologie, Emploi-Québec, le Service du développement culturel et de la qualité du milieu de vie de la Ville de Montréal, la Caisse populaire Desjardins du Mont-Royal, le Cirque du Soleil, ainsi que les compagnies Discreet, Adobe, Computer Systems Odessa et Metric Halo.