

PRÉSENTATION DU FESTIVAL SAINT-ZENON-DE-PIOPOLIS

dans le cadre de

Université rurale du Québec

12 septembre 2013

Historique

Le Comité culturel de Piopolis inc. fut créé en 1999 Mme Aline Boulanger, conseillère municipale, et par M. Roger Desbiens afin d'offrir des activités culturelles aux gens de Piopolis et à la population de la région du Granit. Sa principale réalisation est l'événement annuel connu sous le nom de : **Festival Saint-Zénon-de-Piopolis**.

Une grande famille de soixante (60) fondateurs a participé à la mise sur pied du Festival en investissant chacun un montant de 200 \$. Depuis ce jour, une centaine d'activités ont été organisées, principalement des concerts, qui ont permis à quelque 1000 artistes de se produire dans l'église de Piopolis devant plus de 10 000 spectateurs ravis.

L'objectif premier d'offrir des activités culturelles de grande qualité à des prix très accessibles se réalise chaque année grâce au support financier des commanditaires, des partenaires et des donateurs.

La problématique

L'âge médian des 364 personnes de Piopolis est de 56,7 ans selon Statistique Canada (2011), soit 10 ans de plus que la MRC du Granit et 15 de plus que la moyenne provinciale.

Comment attirer et retenir de nouveaux résidents permanents? Comment recruter de nouveaux bénévoles pour remplacer ceux qui quittent?

Les bénévoles

Le succès du Festival repose sur l'engagement constant d'une vingtaine de bénévoles passionnés et sur la collaboration constante du conseil de gestion du secteur Saint-Zénon de la paroisse Saint-Joseph-des-Monts et de la Municipalité de Piopolis.

Le financement

Les revenus de la vente des billets à prix populaires couvrent à peine la moitié des cachets des artistes. Ce sont les commanditaires, les donateurs et les partenaires qui, par leur fidélité, permettent de boucler le budget annuel et d'améliorer l'équipement technique. Patrimoine canadien et le Conseil des arts et des lettres du Québec, la MRC du Granit, la Municipalité de Piopolis, la caisse Desjardins de la Région de Mégantic, entre autres, subventionnent le Festival de manière récurrente.

À cela s'ajoute une collecte de fonds spéciale qui a permis l'achat d'un piano à queue d'une valeur de 40 000 \$.

La recherche de qualité

La qualité de l'accueil des artistes et du public est la marque de commerce du Festival. Le choix des artistes s'inscrit aussi dans ce créneau. Le spectateur sait qu'il assistera à un excellent concert même s'il ne connaît pas les interprètes et qu'il profitera d'une pause chocolat. À la fin de la soirée, des fleurs sont remises aux artistes.

La promotion

Avant le début de chaque saison, le Festival organise une conférence de presse à laquelle sont invités les donateurs, les commanditaires et, bien sûr, les journalistes. Une quarantaine de personnes assistent à cet événement.

Nous avons un site Internet : www.festivalpiopolis.ca , un dépliant et un signet pour la saison, une affiche (50 copies) et un programme pour chaque concert. De plus, avant chaque présentation il y a un article dans le journal local et un autre après le concert. Enfin, quelques publicités dans les médias locaux et à Sherbrooke.

La clientèle

Lors d'un concert à guichet fermé d'Oliver Jones, les bénévoles ont demandé aux spectateurs de donner leur code postal. Cette étude a permis de constater que la clientèle vient à 70 % de la MRC du Granit. Les villes de Saint-Georges de Beauce et de Sherbrooke alimentent aussi l'assistance. Certaines personnes proviennent même de Québec ou de Montréal.

Les retombées économiques

Aucune étude n'a été réalisée sur le sujet. Cependant, nous savons que les soirs de concerts, les deux restaurants de Piopolis sont complets, les gîtes et les autres établissements de restaurations observent une augmentation de l'achalandage puisque 30 % des spectateurs sont de l'extérieur de la MRC. De plus, le loyer versé à la fabrique contribue au maintien de l'église.

Les retombées sociales

Pour les citoyens et pour la Municipalité, le Festival augmente la visibilité du village. Même si peu de personnes de la collectivité assistent aux concerts, la grande majorité exprime sa satisfaction et sa fierté face au Festival (selon un sondage réalisé en 2011).

Les autres activités du Comité culturel de Piopolis inc.

Le Comité collabore avec le Comité de développement local de Piopolis pour l'organisation de mini concert à la Halte des zouaves. À l'occasion, il y a des activités d'éveil à la musique à l'école primaire de Saint-Augustin de Woburn et des sessions d'initiation à la mycologie.

Dans les premières années, il y a eu des classes de maître, mais cela a été abandonné comme les concerts extérieurs au clair de lune.

La disponibilité et le nombre des bénévoles ne permettent pas présentement de réaliser plus d'activités.

Conclusion

Nous pensons que le succès du Festival repose sur l'enthousiasme des bénévoles qui est alimenté par un projet rassembleur.

