

Mettre l'accent sur le point de vue du public :

PLANIFIER EN FONCTION DU PUBLIC

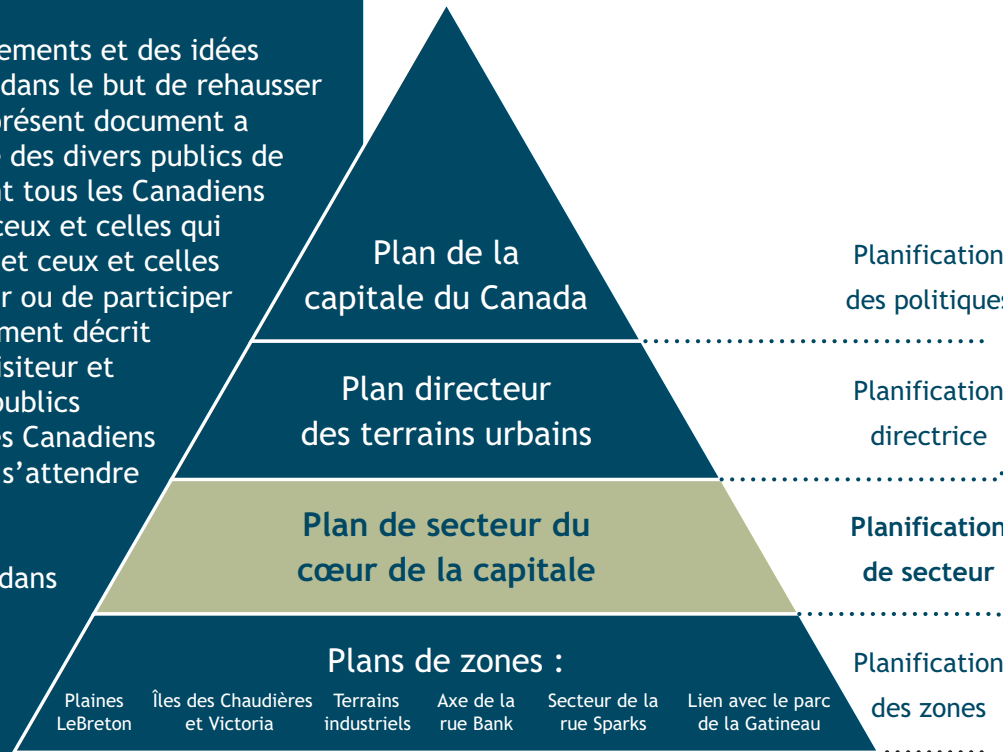
La Vision pour la programmation et les activités publiques fait partie intégrante de la planification de la Commission de la capitale nationale pour le cœur de la capitale.

La vision propose des changements et des idées pour le cœur de la capitale dans le but de rehausser l'expérience du public. Le présent document a été préparé du point de vue des divers publics de la capitale, qui comprennent tous les Canadiens et toutes les Canadiennes, ceux et celles qui viennent visiter et explorer et ceux et celles qui se contentent d'observer ou de participer à distance. Le présent document décrit la nouvelle expérience du visiteur et des nouveaux programmes publics d'interprétation auxquels les Canadiens et les Canadiennes peuvent s'attendre dans l'avenir.

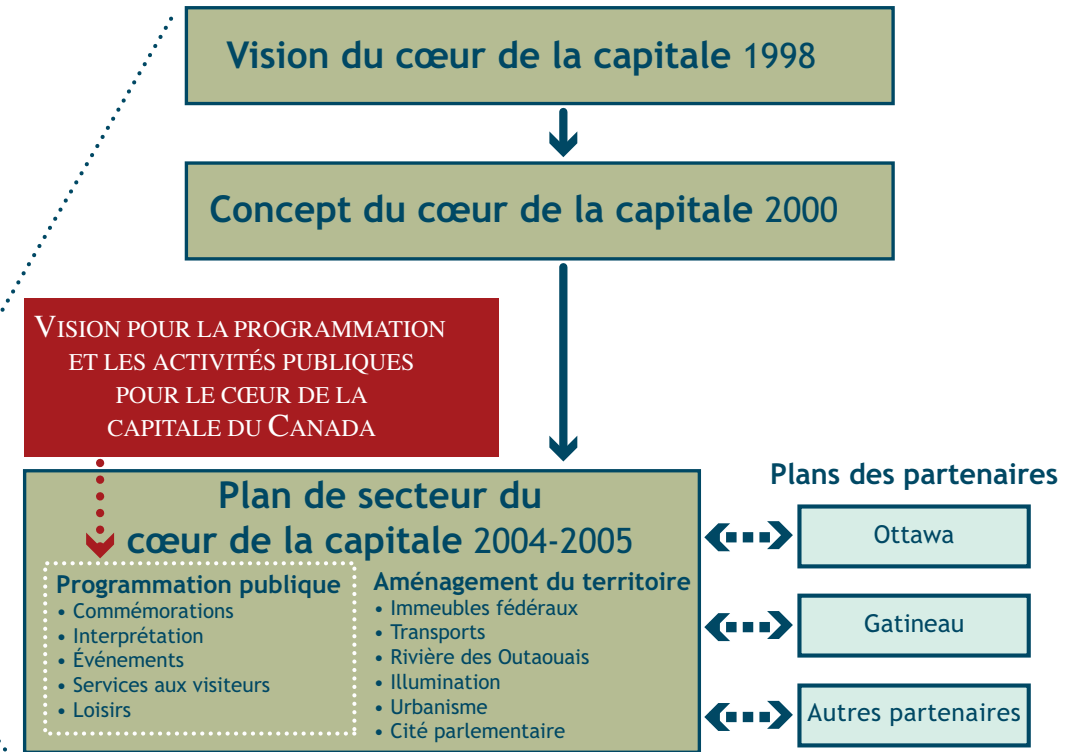
Cette vision a été élaborée dans le contexte d'un processus qui a inclus la participation d'intervenants clés, comme les villes d'Ottawa et de Gatineau et des organismes fédéraux, et la consultation de groupes d'intérêts.

Cette vision représente une composante cruciale du Plan de secteur global du cœur de la capitale, lequel sera soumis à des consultations publiques en 2005.

Les illustrations dans ce document ne sont que des concepts d'artistes et non des propositions spécifiques.



Structure de planification de la CCN



Processus de planification du cœur de la capitale

Au lieu d'être un document prescriptif « coulé dans le béton », la présente vision adopte un point de vue descriptif de la planification future. Il importe de se souvenir que la programmation ne constitue qu'un volet de la planification de la Commission de la capitale nationale et du mandat de celle-ci aux termes de la Loi sur la capitale nationale. Dans le cadre de ses activités de planification de la région de la capitale nationale, la Commission se penche également sur l'utilisation des terrains, les transports, les ressources

patrimoniales, l'environnement, l'urbanisme et d'autres préoccupations. Nombre des propositions peuvent être mises en œuvre de manière à avoir un effet minime ou nul sur l'environnement physique, tandis que d'autres exigent des modifications à l'environnement bâti et naturel.

Une évaluation environnementale stratégique a été effectuée afin d'analyser et d'identifier des mesures d'atténuation d'impact en relation avec les éléments proposés dans la Vision.

Une capitale pour tous les Canadiens et Canadiennes

Une représentation du Canada et des Canadiens et des Canadiennes

Une capitale reflète les valeurs et l'identité d'un pays par ses institutions, ses symboles, son architecture, son art et ses monuments commémoratifs. Comme la population du Canada est plus diversifiée et clairsemée que celle d'autres pays, il est difficile de cerner des valeurs et des éléments de caractère qui sont constants d'une région à l'autre. Néanmoins, certains se dégagent :

- la diversité culturelle;
- l'environnement;
- la paix;
- la liberté; et
- le partage et la responsabilité collective.

Cependant, la diversité culturelle accrue du Canada nous force à nous demander si la capitale reflète vraiment la réalité actuelle de notre nation.

Ce qui rend une visite de la capitale nationale unique, c'est que beaucoup de gens visent à mieux connaître leur pays et son régime de gouvernement. Selon une enquête-omnibus nationale réalisée en 2002, 76 p. 100 des Canadiens étaient d'accord ou fortement d'accord pour dire que la capitale du Canada constituait, pour eux, une source de fierté envers leur pays. Toutefois, la mise en rapport de la fierté nationale avec la capitale est plus forte en Ontario que dans les régions plus éloignées de la région de la capitale du Canada.



La compréhension de notre public

Notre public se compose de visiteurs de l'extérieur de la région et de résidents qui sont fiers de vivre dans la capitale, participent à de nombreuses activités qui y sont associées et accueillent fréquemment des parents et des amis en visite. De plus en plus, nous sommes conscients d'un public moins visible mais tout aussi important qui s'intéresse à la capitale, à son programme et à son identité. Il le fait à distance, par le truchement des médias ou d'Internet.

De cinq à six millions de visites de la région de la capitale du Canada sont effectuées chaque année. Trois visiteurs sur quatre sont des Canadiens dont nous connaissons les caractéristiques suivantes :

- environ les deux tiers visitent des parents et des amis;
- un tiers des visiteurs viennent pour leur plaisir;
- les deux tiers viennent d'endroits situés à 319 km ou moins de la région;
- plus des trois quarts arrivent en auto; et
- environ un tiers de ces personnes réalisent leur visite entre les mois de juillet et de septembre.

De nombreux Canadiens perçoivent une visite de la capitale comme un « pèlerinage », une occasion de découvrir leur identité nationale. Selon des études de planification antérieures, ces « pèlerins » sont des personnes qui participent à beaucoup d'activités culturelles, notamment la visite d'institutions nationales, comme le Parlement, et de musées nationaux. Les mois de juillet à septembre sont les plus populaires pour une visite de la capitale par les Canadiens (31,4 p. 100), mais les séjours en dehors des mois d'été sont également fréquents. Environ 20 p. 100 des visiteurs viennent durant la période de janvier à mars.

Plus de 300 000 visiteurs arrivent dans le contexte d'excursions guidées, habituellement en autocar.

La capitale constitue une destination vedette pour les voyages d'étudiants et de jeunes. Elle accueille environ 30 000 étudiants de l'extérieur de la région, surtout en mai et juin.

* Pour obtenir un meilleur bilan des recherches sur le public et des études de marché réalisées dans le contexte des préparatifs de la Vision pour la programmation publique, veuillez consulter le document *Situation Analysis* (un document séparé).

