Mont-Joli, le 17 novembre 2025

Objet : Proposition d'exposition immersive "I Love the Fab Four – L'Héritage d'une génération" et réflexion sur l'avenir de l'église de Mont-Joli comme nouveau pôle culturel

Madame, Monsieur,

Je me permets de vous soumettre, par la présente, une proposition de **projet culturel d'envergure** qui pourrait devenir un véritable **levier de revitalisation pour le centre-ville** de Mont-Joli, tout en amorçant une réflexion structurante sur l'avenir de l'église.

L'idée directrice est la suivante : faire de l'église de Mont-Joli **un lieu emblématique**, capable de jouer un rôle comparable, à l'échelle de notre région, à celui d'un "**nouveau Louvre du Bas-Saint-Laurent**". Un **espace vivant** qui accueillerait, au fil des saisons :

- **des expositions temporaires** immersives de calibre professionnel,
- **des événements spéciaux**,
- **des projections architecturales** sur la façade de l'église,
- **des activités hivernales** comme un parcours lumineux, des kiosques de Noël et la mise en valeur des produits locaux et des artistes d'ici,
- **des zones de repos** et d'animation intérieure permettant aux citoyens et aux visiteurs de s'approprier le lieu de manière conviviale.

Le projet pilote que je vous présente ici, intitulé "**I Love the Fab Four – L'Héritage d'une génération**", propose une exposition immersive consacrée à l'univers des Beatles, construite à partir d'une **collection privée exceptionnelle** appartenant à Monsieur Gérard Dubé, combinée à ma propre expertise en design, photographie, scénographie et stratégie numérique.

Cette **exposition estivale** serait accompagnée, en soirée, **d'un spectacle de projections architecturales** sur la façade de l'église, de calibre international, présenté à une fréquence réaliste (par exemple une fois aux deux semaines, durant les fins de semaine). Ce volet "**show extérieur**" renforcerait fortement l'attrait touristique, les **retombées médiatiques et l'image de Mont-Joli comme ville culturelle**.

Un aspect important de la démarche est le respect du bâtiment et la **minimisation des coûts d'aménagement**. Les besoins de transformation intérieure peuvent être pensés de manière réversible :

- **retrait temporaire** d'une partie des bancs pour créer des zones d'exposition et de circulation,
- **conservation** de certains bancs et du caractère religieux du lieu,
- **utilisation de structures autoportantes**, de vitrines et d'éclairages modulables,
- **aménagement réfléchit** de la grotte et des abords de l'église pour créer un ensemble cohérent, sécuritaire et accueillant.

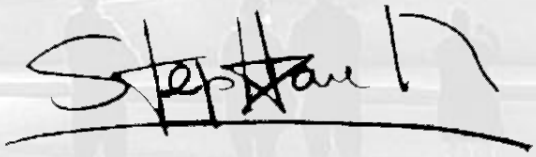
Le document que vous trouverez ci-dessous constitue une **proposition de travail**, une base de discussion. Il contient des tableaux et des **projections économiques** prévisionnelles élaborés à partir d'hypothèses raisonnables, mais tous les chiffres demeurent à affiner en concertation avec la Ville, les partenaires et les organismes concernés. Il ne s'agit pas d'un budget final, mais **d'un outil** pour évaluer le potentiel et amorcer un **débat constructif**.

Je serais heureux de pouvoir présenter ce projet plus en détail lors d'une rencontre, afin **d'échanger sur les enjeux**, les contraintes et les possibilités de collaboration. L'objectif n'est pas seulement de réaliser une exposition, mais de contribuer à une vision plus large : **celle d'un nouveau centre culturel, touristique et identitaire pour Mont-Joli**.

Je vous remercie de l'attention que vous porterez à cette proposition et demeure à votre entière disposition pour toute information supplémentaire.

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Stéphane Roy
Web Photographe SEO Marketing
www.stephaneroy.ca

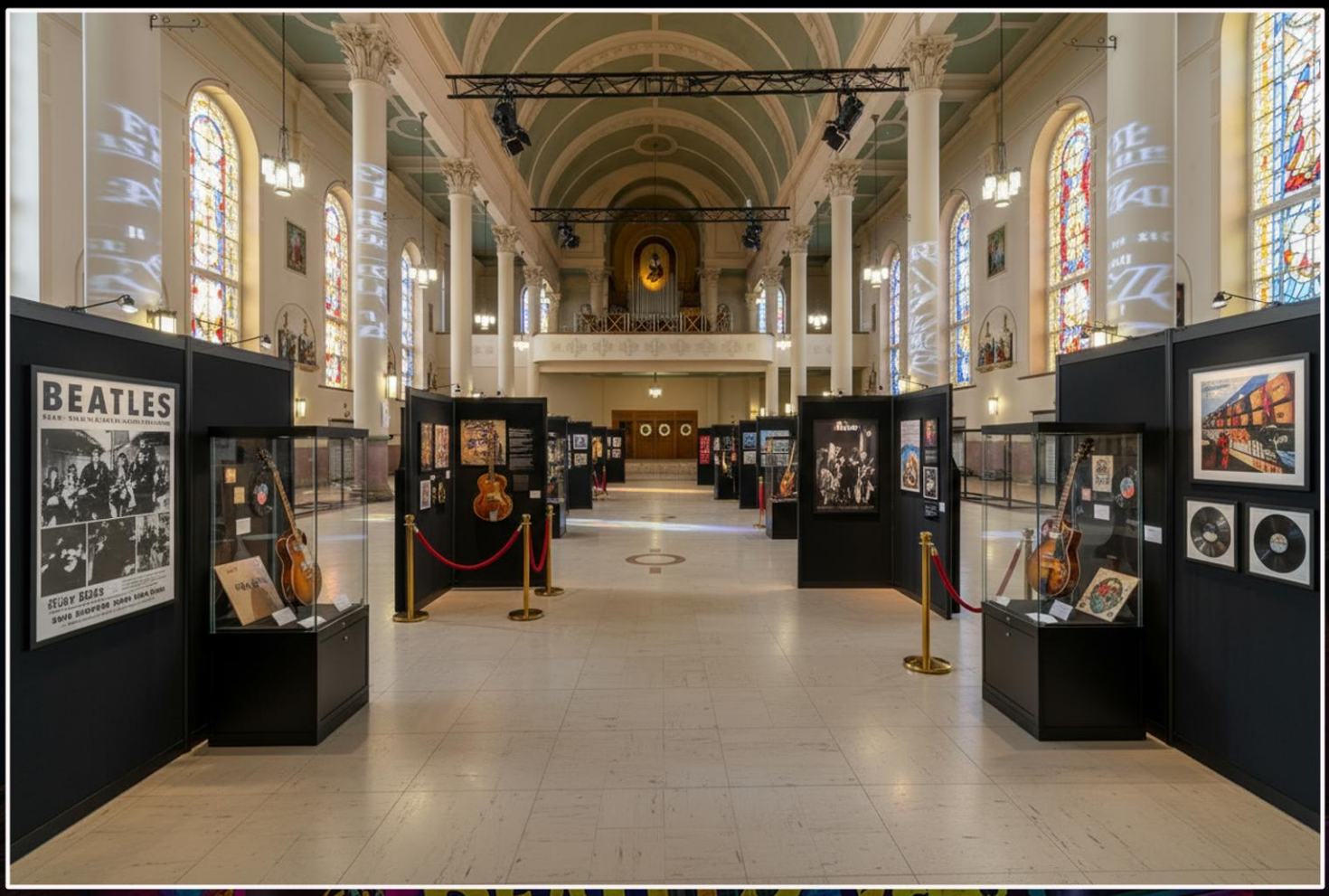


Pour en savoir plus Visitez la page du projet : **https://stephaneroy.ca/proposition-dexposition-immersive-the-beatles-lheritage-dune-generation/: https://stephaneroy.ca/proposition-dexposition-immersive-the-beatles-lheritage-dune-generation**

1681, rue Isidore-Lechasseur Mont-Joli (QC) G5H 2Z2
Téléphone : 514 585-2066
Courriel : info@stephaneroy.ca

STEPHANE ROY.CA
WEB PHOTOGRAPHE SEO MARKETING

The Beatles — La collection I Love the Fab Four
L'Héritage d'une génération



Exposition immersive temporaire

Été 2026 · Église de Mont-Joli

Mont-Joli a l'occasion unique d'affirmer son leadership culturel en accueillant une exposition immersive consacrée aux Beatles, icônes de la musique mondiale.

PROJET D'EXPOSITION TEMPORAIRE À MONT-JOLI

"I Love the Fab Four – L'Héritage d'une génération"

Proposition officielle – Présentée par Stéphane Roy

1. Introduction

Mont-Joli a l'occasion unique de poser un geste fort pour sa vitalité culturelle et touristique en accueillant, à l'été 2026, une exposition temporaire immersive consacrée à The Beatles, groupe mythique qui a marqué l'histoire de la musique, de la jeunesse et de la culture populaire mondiale.

Ce projet repose sur :

- une collection privée exceptionnelle d'une valeur de plus de **500 000 dollars**, appartenant à Monsieur **Gérard Dubé** ;
- la vision créative et numérique de Stéphane Roy, spécialiste en design, scénographie visuelle, photographie et stratégie web.

Ensemble, ces forces permettent d'imaginer une **expérience muséale immersive, accessible** à un large public, qui pourrait positionner Mont-Joli comme nouvelle destination culturelle estivale du Bas-Saint-Laurent.

Ce document constitue une **proposition de travail**. Les chiffres présentés dans les tableaux sont des **estimations prévisionnelles** destinées à illustrer le potentiel du projet et à nourrir la réflexion. Ils devront être ajustés et validés en collaboration avec la Ville et les partenaires.

2. Une collection d'exception

2.1 La collection Gérard Dubé

La collection de Monsieur Gérard Dubé, présentée en partie sur le site **ilovethefabfour.com**, rassemble des centaines d'artefacts rares liés à l'univers des Beatles, notamment :

Plus de **27 guitares, batteries et "Beatles gears"** authentiques
• Vinyles originaux et éditions rares
• Affiches et billets de concerts
• Objets autographes et souvenirs officiels
• Documents d'archives retraçant la Beatlemania
• Pièces uniques et objets de collection certifiés autographeLa valeur estimée de la collection dépasse **500 000 dollars**. Elle est déjà documentée, structurée et prête à être mise en valeur dans un cadre d'exposition professionnelle.

2.2 Contribution de Stéphane Roy

Stéphane Roy apporte au projet :

- **une expérience de plus de 30 ans** en design graphique, photographie et scénographie ;
- la réalisation d'encadrements pour disques d'or et de platine pour des artistes majeurs, ainsi que mon rôle de fournisseur officiel pendant plus de 25 ans pour la **CRIA, Canadian Music Week et la SOCAN** — incluant également des collaborations d'envergure avec **le Cirque du Soleil.;**
- **une expérience de participation** à la création d'expositions musicales (par exemple au **Musée des Beatles de Vancouver** et au **Manège militaire de Montréal**) ;
- **une expertise actuelle** comme **Web photographe et consultant SEO** basé à Mont-Joli, capable d'assurer :
    - la **promotion** numérique et le référencement,
    - la mise en place de la **billetterie en ligne**,
    - **la création** de contenus photo et vidéo,
    - **le suivi** de la visibilité médiatique.

En combinant ces expertises, le projet se positionne comme une exposition immersive, culturelle et capable de générer des **retombées économiques**.

3. L'église de Mont-Joli : un lieu à réinventer

L'église du centre-ville de Mont-Joli constitue **un écrin architectural remarquable**, au cœur du territoire, à la jonction naturelle entre le **Bas-Saint-Laurent et la Gaspésie.**

Avantages du lieu et du territoire

- **Volume intérieur et acoustique** particulièrement favorables aux expositions immersives, à la mise en lumière et aux parcours scénographiques.
- **Façade monumentale idéale** pour des projections architecturales et des spectacles de mapping vidéo en soirée.
- **Proximité immédiate** des attraits existants de Mont-Joli (centre-ville, fresques, grotte, parcours patrimoniaux), permettant de créer un véritable circuit culturel.
- **Emplacement stratégique** au cœur des grands axes routiers (route 132, accès à l'autoroute 20) et ferroviaires (gare VIA Rail Mont-Joli), facilitant l'arrivée de visiteurs de Québec, Rimouski, de la Gaspésie et d'ailleurs.
- **Proximité d'attraits majeurs** du Bas-Saint-Laurent, dont le **Site historique maritime de la Pointe-au-Père** (sous-marin Onondaga, musée de l'Empress of Ireland, phare) et les **Jardins de Métis / Reford Gardens**, reconnus à l'international, ainsi que **les installations artistiques de Sainte-Flavie**, porte d'entrée de la Gaspésie.
- **Stationnement et accessibilité** déjà en place autour de l'église, permettant d'accueillir des familles, des groupes scolaires, des autocars touristiques et des événements spéciaux.

.

Le projet s'inscrit dans une démarche de réversibilité

et de respect du patrimoine :

- **les bancs de l'église** pourraient être partiellement retirés de manière temporaire afin de dégager des zones d'exposition, tout en conservant certains éléments pour préserver l'identité du lieu ;
- **les aménagements** (structures, vitrines, éclairages) seraient conçus pour occasionner des coûts minimaux et rester démontables ;
- **la grotte et les abords** de l'église pourraient être intégrés au parcours, particulièrement lors de la saison hivernale ou pour des événements spéciaux (kiosques, animations, mise en lumière).

L'exposition constituerait ainsi un projet pilote pour amorcer la transformation progressive de l'église en espace muséal et événementiel.

4. Inspirations et références

Plusieurs institutions démontrent la force d'une programmation immersive et thématique autour de la musique et du patrimoine :

- Pointe-à-Callière, Montréal : exposition "**The Beatles à Montréal**" (2013–2014), fort succès médiatique et public ;
- Musée maritime de la Pointe-au-Père (Rimouski) : expositions "**Empress of Ireland**" et sous-marin Onondaga, références régionales en matière d'expérience immersive ;
- **The Beatles Story, Liverpool** : exposition permanente attirant des centaines de milliers de visiteurs par année ;
- **Musée de la civilisation, Québec** : modèle d'approche immersive et contemporaine pour le grand public.

Le projet proposé à Mont-Joli s'inscrit dans cette lignée, avec une version adaptée à l'échelle de la région, mais avec un potentiel de rayonnement réel.

5. Analyse du potentiel touristique et économique

5.1 Contexte démographique et affluence

- Population du Bas-Saint-Laurent : environ 199 000 habitants ;
- Population de la Gaspésie : environ 135 000 habitants ;
- Tourisme estival combiné (Bas-Saint-Laurent et Gaspésie) : plus de 100 000 visiteurs.

Ces données permettent d'envisager un scénario réaliste de fréquentation.

5.2 Prévision de fréquentation estivale

Tableau 1 – Fréquentation potentielle (été 2026)

Type de public	Estimation
Résidents régionaux	≈ 2 000 visiteurs
Touristes Québec–Maritimes	≈ 3 000 visiteurs
Visiteurs extérieurs (Montréal, Ontario, autres)	≈ 2 000 à 3 000 visiteurs
Total estimé	7 000 à 10 000 visiteurs

Ces chiffres sont prévisionnels et servent de base de discussion.

5.3 Projections financières – Revenus

Tableau 2 – Budget prévisionnel : Revenus

Élément	Détail	Montant estimé
Billetterie	7 000 visiteurs × 15 $	105 000 $
Boutique et produits dérivés	Environ 20 % des ventes de billets	21 000 $
Commandites partenaires	Ententes locales et régionales	25 000 $
Location d'espaces et kiosques	Stands, présentoirs, bannières	5 000 $
Subventions et aides publiques	MRC, CALQ, Patrimoine, DEC	15 000 $
Total des revenus (estimation)		≈ 171 000 $

5.4 Projections financières – Dépenses

Tableau 3 – Budget prévisionnel : Dépenses

Poste budgétaire	Détail	Estimation
Scénographie et installation	Conception, éclairage, structures, graphisme	25 000 $
Location et aménagement du lieu	Église, électricité, entretien	10 000 $
Assurances et sécurité	Valeur collection (≈ 500 000 $), gardiennage	7 000 $
Transport et manutention	Œuvres, vitrines, montage / démontage	5 000 $
Audiovisuel et mapping vidéo	Projection façade, sonorisation	10 000 $
Promotion et communication	Web, médias, affichage, numérique	8 000 $
Personnel et animation	Accueil, billetterie, techniciens	10 000 $
Kiosques et boutique	Location, présentoirs, mobilier	5 000 $
Logistique et divers	Administration, permis, imprévus	5 000 $
Total des dépenses (fourchette)		≈ 85 000 $ – 95 000 $

5.5 Résultat potentiel

Tableau 4 – Synthèse des scénarios financiers

Scénario	Revenus estimés	Dépenses estimées	Résultat approximatif
Scénario modéré (7 000 visiteurs)	171 000 $	95 000 $	≈ 76 000 $
Scénario optimiste (10 000)	190 000 $	100 000 $	≈ 90 000 $
Scénario minimal (5 000)	125 000 $	90 000 $	≈ 35 000 $

6. Retombées locales et partenaires potentiels

Le projet se veut un levier de développement local :

- augmentation du flux touristique vers le centre-ville ;
- retombées pour les commerces (cafés, restaurants, hébergements, boutiques) ;
- visibilité accrue de Mont-Joli comme ville culturelle ;
- dynamisation de l'image régionale auprès des médias et des plateformes touristiques.

Les partenaires potentiels incluent, à titre d'exemples :

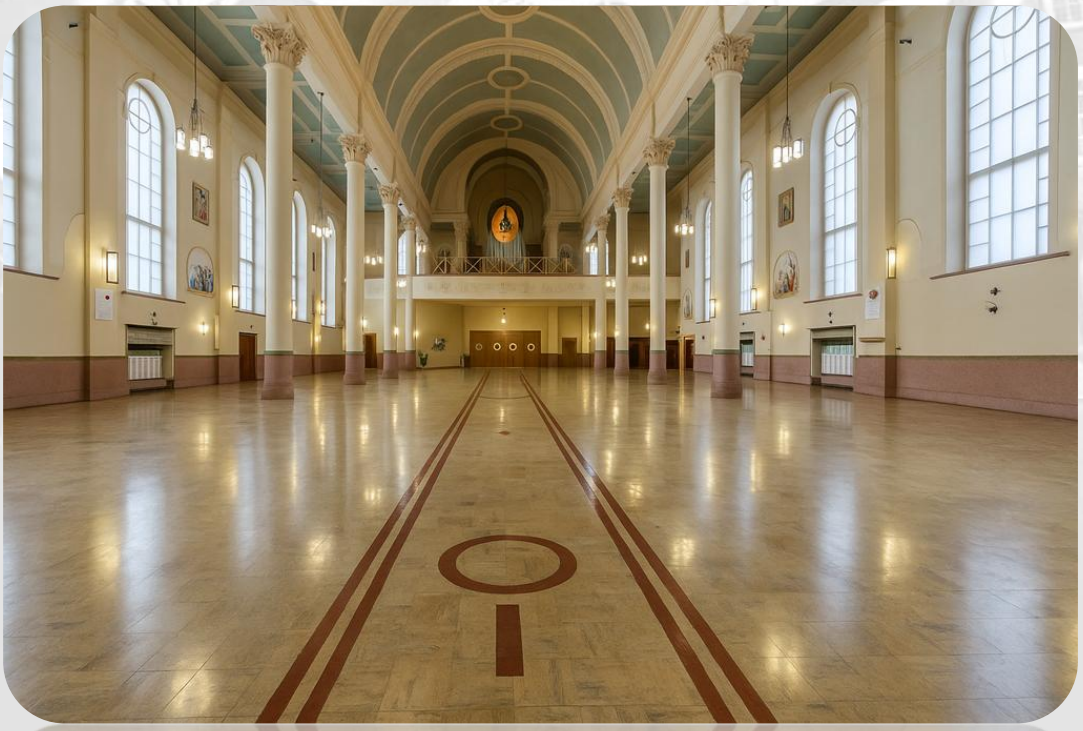
- commerces et épiceries ;
- institutions financières locales ;
- hébergements (motels, gîtes, hôtels) ;
- entreprises techniques (sonorisation, éclairage, construction légère, vitreries) ;
- organismes culturels et touristiques.

Ces partenariats peuvent se traduire en commandites financières, services, visibilité, offres conjointes ou forfaits.

7. Besoins techniques et logistiques

Tableau 5 – Besoins techniques et logistiques

Domaine	Détail principal
Éclairage et projection	Matériel de scène, éclairage immersif, mapping de façade
Sécurité	Caméras, gardiennage, assurances collections
Scénographie	Structures temporaires, vitrines, éclairage ciblé
Accessibilité	Circulation, signalisation, billetterie
Boutique	Espace de vente, présentoirs, caisse, inventaire
Ressources humaines	Accueil, guides, billetterie, communication
Assurance	Collections évaluées à 500 000 $
Communication	Site web, SEO, réseaux sociaux, affichage, publicité





STEPHANE ROY.CA
WEB PHOTOGRAPHE SEO MARKETING

8. Volet projections architecturales sur l'église

Un élément distinctif du projet est la création d'un spectacle de projections architecturales sur la façade de l'église, présenté en soirée, à une fréquence réaliste (par exemple une fois aux deux semaines, les fins de semaine durant la saison estivale).

Caractéristiques souhaitées :

- contenu visuel inspiré de l'univers des Beatles, de la musique et de la culture des années 1960, sans reproduire de logos ou visuels protégés ;
- bande sonore immersive, adaptée aux exigences de droits musicaux (licences à prévoir le cas échéant) ;
- durée compatible avec un format spectacle en plein air (par exemple 10 à 20 minutes) ;
- capacité à devenir un rendez-vous régulier pour les citoyens et les touristes, créant un effet de "soirée à Mont-Joli".

Ce volet "show extérieur" renforce l'attrait de l'exposition et contribue à l'image de "nouveau Louvre du Bas-Saint-Laurent" :

- en été : exposition intérieure + projections sur façade ;
- en hiver : possibilité de prolonger le concept avec un parcours lumineux, des kiosques de Noël, la mise en avant des produits locaux et des artistes d'ici, ainsi qu'un espace de repos intérieur animé.

9. Promotion et impact médiatique

La stratégie de communication reposerait sur :

- **une campagne** Facebook, Instagram et Google Ads ciblant le Bas-Saint-Laurent, la Gaspésie, Québec et l'Ontario ;
- l'intégration sur les **portails officiels de Tourisme Bas-Saint-Laurent** et des partenaires ;
- des relations de presse avec les **médias régionaux et provinciaux**.

Objectifs :

- plusieurs milliers de visiteurs physiques **(7 000 à 10 000 selon les scénarios)** ;
- des dizaines de milliers d'impressions numériques ;
- une forte valorisation de l'image de Mont-Joli.

10. Calendrier de réalisation (proposition)

Tableau 6 – Calendrier prévisionnel

Étape	Période proposée	Responsable principal
Validation du principe de projet	Décembre 2025	Ville de Mont-Joli / Stéphane Roy
Planification et scénographie	Janvier – Mars 2026	Équipe Roy / Dubé
Mise en place des partenariats	Janvier – Mars 2026	Ville et partenaires
Communication et prévente	Avril – Juin 2026	Stéphane Roy / Partenaires
Exposition estivale officielle	Juillet – Septembre 2026	Ville / Équipe du projet
Évaluation et démontage	Octobre 2026	Équipe Roy

Ce calendrier est indicatif et pourra être adapté selon les décisions de la Ville.

11. Vision à long terme

L'exposition "I Love the Fab Four – L'Héritage d'une génération" pourrait devenir la première étape d'une série de projets estivaux :

- thématiques musicales (histoire de la chanson québécoise, grands groupes internationaux) ;
- valorisation des artistes et artisans du Bas-Saint-Laurent ;
- projets historiques comme "Mont-Joli 1867 – Naissance d'une ville ferroviaire".

L'objectif est de faire de l'église et de son environnement un pôle culturel saisonnier : un lieu où l'on vient pour vivre une expérience, apprendre, se divertir, consommer local et découvrir la région autrement.

12. Aspects juridiques (droit d'auteur et marques)

Cette section rappelle les principes généraux à respecter concernant l'utilisation de l'univers des Beatles.

Elle sera à affiner avec des conseillers juridiques au besoin.

Tableau 7 – Résumé des usages autorisés / à risque

Domaine	Autorisé	Risque / Interdit
Exposer des objets originaux	Oui	—
Utiliser le nom "The Beatles" (informatif)	Oui (contexte descriptif)	—
Utiliser un logo officiel	Non	Marque déposée
Diffuser la musique originale	Sous conditions	Licence SOCAN requise
Utiliser des visuels inspirés (sans logo)	Oui	—
Vendre des produits dérivés "Beatles"	Non	Risque de contrefaçon
Projet indépendant, éducatif	Oui	—

13. Conclusion

"I Love the Fab Four – L'Héritage d'une génération" est davantage qu'une simple exposition :

- c'est un projet de reconversion patrimoniale pour l'église de Mont-Joli ;
- c'est un outil de développement touristique et économique ;
- c'est un marqueur identitaire fort pour la ville et la région.

Le document présent constitue une proposition de travail, avec des chiffres prévisionnels et des tableaux à discuter, afin d'ouvrir un dialogue avec la Ville et les partenaires.



STEPHANE ROY.CA
WEB PHOTOGRAPHE SEO MARKETING









STEPHANE ROY.CA
WEB PHOTOGRAPHE SEO MARKETING

Conclusion

Ce projet d'exposition immersive représente une occasion exceptionnelle de positionner Mont-Joli comme **un pôle culturel innovant et ambitieux**. Grâce à la richesse de la collection – **incluant plus de 27 guitares, instruments et pièces Beatles authentiques** – et au potentiel architectural unique de l'église Notre-Dame-de-Lourdes, Mont-Joli peut accueillir une **expérience muséale de niveau international**.

L'exposition proposée s'accompagne d'une **scénographie immersive à caractère international**, inspirée des plus grands musées modernes.

Projection architecturale grand format, ambiance sonore enveloppante (sans œuvres protégées), **mise en lumière dynamique** et parcours narratif soigneusement orchestré : tout est pensé pour offrir **une expérience culturelle digne des grands centres**, directement au cœur du **Bas-Saint-Laurent**.

J'ai également préparé une *landing page complète* présentant :

- **une vidéo immersive** démontrant le potentiel réel du projet,
- une **mise en scène nocturne projetée** sur la façade de l'église,
- des **visuels préparatoires** professionnels,
- l'ensemble des informations utiles pour saisir **l'impact touristique**, **économique et culturel** de cette proposition.

Je vous invite chaleureusement à consulter cette page pour découvrir l'ampleur, la **créativité** et la portée de ce projet. Elle constitue **une base solide** pour amorcer la discussion, évaluer les possibilités et envisager ensemble les prochaines étapes vers la création d'un **nouveau lieu culturel** phare de Mont-Joli.

Pour en savoir plus

Visitez la page du projet : : https://stephaneroy.ca/proposition-dexposition-immersive-the-beatles-lheritage-dune-generation

Coordonnées

Stéphane Roy – Web Photographe SEO Marketing
1681, rue Isidore-Lechasseur
Mont-Joli (QC) G5H 2Z2
Téléphone : 514 585-2066
Courriel : info@stephaneroy.ca
Site web : **www.stephaneroy.ca**