
HORROR VACUI

Quand l'art fait ce que la publicité ne peut pas

Dossier de partenariat et commandite

Exposition itinérante 2027-2029

Fondation Jordi Bonet

659, Cardinal

Mont-Saint-Hilaire (Québec) J3H 3Z4

info@fondationjordibonet.info

fondationjordibonet.info

Laurent Bonet

Directeur général et directeur artistique

TABLE DES MATIÈRES

1.	Trois constats et une occasion	3
2.	La Fondation Jordi Bonet : qui nous sommes	5
3.	Horror Vacui : le projet	6
4.	Ce que nous offrons aux partenaires	8
5.	Les paliers de partenariat	9
6.	Preuves et données	11
7.	Contexte : l'économie circulaire au Québec	12
8.	Calendrier et prochaines étapes	13
9.	Coordonnées	13

1. TROIS CONSTATS ET UNE OCCASION

Les entreprises et institutions engagées en économie circulaire communiquent davantage, mieux et plus souvent. Les rapports sont rigoureux, les campagnes sont professionnelles, les engagements sont réels. Et pourtant, quelque chose ne passe pas.

Constat 1 — Le public est sceptique, et il a ses raisons

75 % des Canadiens considèrent que l'étiquette « verte » apposée sur les produits est un outil de marketing. 38 % sont ouvertement sceptiques face aux pratiques de développement durable des entreprises, craignant qu'elles ne soient qu'un coup de pub. Même les consommateurs sensibilisés — ceux qui recherchent activement des produits durables — exigent désormais des certifications indépendantes pour vérifier ce qu'on leur annonce.

Sources : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Sondage sur les perceptions des consommateurs (2023) ; Capterra/Québec circulaire (2021) ; Sondage Tork/Léger.

Ce scepticisme ne vise pas telle ou telle entreprise en particulier — il est systémique. Après une décennie de promesses sans mesures, le public a appris à se méfier de tout message environnemental qui vient directement d'une marque. C'est un réflexe de protection, pas un caprice.

Constat 2 — Les outils habituels ne changent pas assez vite les comportements

L'indice de circularité du Québec se situe à 3,5 % — contre 8,6 % pour la moyenne mondiale. Dit autrement : 96,5 % de l'économie québécoise fonctionne encore selon le modèle linéaire « extraire – produire – jeter ». Le gouvernement du Québec a investi 758 millions de dollars dans sa Feuille de route en économie circulaire 2024-2028, impliquant 21 ministères et 132 actions. Mais RECYC-QUÉBEC elle-même reconnaît que la transition « ne peut pas seulement reposer sur les technologies et les politiques — elle doit s'appuyer sur des modèles innovants et sur la capacité collective à se réinventer ».

Source : RECYC-QUÉBEC, Rapport annuel 2024-2025 ; Feuille de route gouvernementale en économie circulaire, avril 2025.

Campagnes de sensibilisation, guides pratiques, rapports annuels : ces outils sont nécessaires, mais ils rejoignent surtout un public déjà convaincu. Pour toucher les sceptiques — les trois quarts de la population — il faut des véhicules différents.

Constat 3 — L'art contourne le scepticisme parce qu'il n'argumente pas

Une campagne publicitaire avance un argument. Le public peut l'accepter ou le rejeter. Une œuvre d'art propose une expérience. Le visiteur n'est pas en position de juger un message — il est en train de vivre quelque chose. Et cette expérience crée un souvenir qui reste associé au contexte dans lequel elle a eu lieu : le lieu, le geste, et le partenaire qui l'a rendu possible.

Quand une artiste de calibre international transforme un réfrigérateur récupéré en écocentre en sculpture exposée dans un musée, le geste démontre l'économie circulaire sans avoir à l'expliquer. Ce n'est pas du marketing. Ce n'est pas de la publicité. C'est un acte dont la crédibilité ne dépend pas de

l'entreprise qui l'a soutenu — et c'est exactement pour cela qu'il la renforce.

La Fondation Jordi Bonet offre aux organisations engagées en économie circulaire un espace de parole que la publicité ne peut pas reproduire. Pas parce que leur communication est mauvaise — mais parce que le public a besoin de preuves qui ne viennent pas d'elles.

Horror Vacui est cet espace. Une exposition itinérante sur trois ans, portée par des artistes de calibre international, présentée dans des institutions muséales reconnues, et construite — littéralement — avec les matériaux de l'économie circulaire.

Ce que vous faites déjà, et ce que Horror Vacui ajoute

Votre objectif	Vos outils actuels	Ce que Horror Vacui rend possible
Démontrer un engagement EC authentique	Rapports ESG, campagnes, communiqués	Une preuve indépendante : des artistes reconnus transforment vos matières en œuvres, dans un musée, devant un public
Rejoindre un public qui ne lit pas vos rapports	Web, médias sociaux, publicité	350+ visiteurs/jour en exposition, panel animé par Émilie Perreault (ICI Première), couverture médiatique nationale
Soutenir les objectifs gouvernementaux en EC	Conformité REP, rapports réglementaires	Association avec un projet financé par le CALQ et le Gouvernement du Québec, présenté dans des institutions muséales
Se distinguer dans votre secteur	Positionnement marketing	Exclusivité sectorielle : un seul partenaire par industrie. Votre nom est associé à l'art, pas à la concurrence

2. LA FONDATION JORDI BONET

Quarante ans de savoir-faire au service du regard contemporain

Constituée en 1997 et basée à Mont-Saint-Hilaire, la Fondation Jordi Bonet développe une approche singulière où l'art contemporain devient espace de questionnement et de transformation. Elle porte l'héritage du muraliste Jordi Bonet (1932-1979), dont les œuvres monumentales — notamment la murale du Grand Théâtre de Québec — font partie du patrimoine culturel québécois.

Sous la direction de Laurent Bonet, fils de l'artiste, la Fondation a connu depuis 2023 une relance significative, présentant une série de projets qui ont marqué le milieu :

Année	Projet	Impact
2023	Devenir comme l'arbre — Manoir Rouville-Campbell	15 artistes, relance de la Fondation
2023	Tout est Gaïa — Land art urbain, Jardin Daniel A. Séguin, présidence d'honneur de Marc Séguin	2 000+ visiteurs, 10 équipes artistes-étudiants ITAQ
2024	Couples Artistes — Manoir Rouville-Campbell	1 000+ visiteurs en 3 jours, 110 œuvres, 20 couples
2025	Encan-bénéfice — Commissariat Filiation Bonet/Sagrada Família	80 artistes, 27 000 \$ amassés
2025	Dévoiler le potentiel de la matière — Musée des beaux-arts de MSH. Panel animé par Émilie Perreault (ICI Première)	350+ visiteurs/jour. 13 artistes de calibre national et international. Commandite Desjardins. Soutien CALQ + MRC + Ville.

En chiffres depuis 2023

170+ artistes accompagnés	3 500+ visiteurs cumulés	4 expositions majeures	27 000 \$ encan-bénéfice 2025
-------------------------------------	------------------------------------	----------------------------------	---

Partenaires et soutiens actuels

Desjardins — Caisse Beloeil-Mont-Saint-Hilaire (commandite), Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ), MRC de La Vallée-du-Richelieu (Entente de développement culturel), Ville de Mont-Saint-Hilaire, Gouvernement du Québec — Ministère de la Culture et des Communications.

3. HORROR VACUI

L'exposition itinérante 2027-2029

Horror Vacui est une exposition-installation itinérante qui explore la peur du vide — cette pulsion contemporaine de combler chaque espace par l'accumulation d'objets, d'informations, de certitudes. Le dispositif scénographique transforme des réfrigérateurs récupérés en écocentres en une architecture immersive : une boutique d'électroménagers abandonnée que le visiteur traverse pour découvrir les œuvres de 8 à 11 artistes professionnels.

Le geste curatorial est délibéré : les matériaux mêmes de l'exposition — réfrigérateurs évidés, grilles métalliques, cageots de débris — incarnent physiquement la thèse de l'économie circulaire. Ce n'est pas un discours sur la circularité. C'est un acte de circularité, validé par des institutions muséales et porté par des artistes de calibre international.

Les artistes

Artistes invités : Des figures majeures de l'art contemporain canadien, dont la pratique incarne les tensions fondatrices du projet, seront invitées par le commissaire. Ces artistes reconnus par les institutions — lauréats de prix nationaux, présents dans les biennales internationales et les collections muséales — constitueront les pôles structurants de l'exposition. Leur confirmation sera annoncée au cours de l'année 2026.

Artistes sélectionnés : 5 à 8 artistes recrutés par appel de dossiers et comité de pairs, selon les normes CARFAC-RAAV. Un artiste local est intégré à chaque lieu d'itinérance pour un ancrage régional authentique.

Volet patrimonial : Dessins inédits de Jordi Bonet — un dialogue entre l'héritage et la création contemporaine, particulièrement significatif en 2029 (50e anniversaire de son décès).

L'itinérance

Période	Phase	Lieux visés
2026-2027	Développement, production, prémontage	Confirmation des lieux, appel de dossiers artistes, construction scénographie
2027	Première présentation	Salle Alfred-Pellan (Laval) — dossier déposé
2027-2028	Itinérance Phase 1	Centres d'exposition et musées régionaux — démarches en cours
2028-2029	Itinérance Phase 2	Autres lieux en développement à travers le Québec
2029	Culmination — 50e anniversaire Jordi Bonet	Événement commémoratif d'envergure nationale

La dimension commémorative 2029

L'année 2029 marque le 50e anniversaire du décès de Jordi Bonet, l'un des artistes les plus importants du Québec moderne. Cet anniversaire générera une attention médiatique et institutionnelle significative, avec des enveloppes budgétaires spéciales de Patrimoine Canada et du ministère de la Culture du Québec. Pour un partenaire, s'associer à Horror Vacui dès maintenant, c'est être présent lorsque cette vague commémorative atteindra son sommet.

La médiation culturelle

Chaque lieu d'itinérance inclut un volet de médiation : visites commentées par le commissaire, ateliers scolaires et communautaires, panels publics, collectes citoyennes d'objets. Le modèle a été validé par l'exposition DPM (panel Émilie Perreault, ateliers Émotions en matière, 4 samedis au Pavillon de l'Érablière). Ce volet représente un actif de commandite supplémentaire : les partenaires peuvent associer leur marque à des activités participatives à fort impact social.

4. CE QUE NOUS OFFRONS AUX PARTENAIRES

Cinq dimensions de valeur

La commandite culturelle traditionnelle offre un logo sur une affiche. Horror Vacui offre cinq dimensions de valeur qui répondent à des besoins stratégiques réels.

1. UN ESPACE DE PAROLE INDÉPENDANT

Votre engagement en économie circulaire est démontré par un geste artistique — pas par votre propre communication. Des artistes reconnus par les institutions (CALQ, musées, jurys de pairs) transforment des matières récupérées en œuvres. Ce geste est indépendant, donc crédible. Utilisable dans vos rapports ESG, rencontres ministérielles, réponses aux exigences REP.

2. UNE EXPÉRIENCE QUI RESTE

Le visiteur ne reçoit pas un argument sur l'économie circulaire. Il traverse un environnement immersif où un réfrigérateur abandonné devient sculpture. Cette expérience crée un souvenir associé à votre marque qui dure bien au-delà de la visite.

3. DU CONTENU QUE L'ARGENT NE PEUT PAS PRODUIRE

Photos d'œuvres, capsules vidéo d'artistes en création, images de vernissages VIP — du contenu de qualité muséale que votre équipe marketing ne pourrait pas produire seule. Droits d'utilisation inclus selon le palier.

4. UN RÉSEAU ET UN ACCÈS

Invitations VIP aux vernissages (4-6 événements sur 3 ans), rencontres privées avec les artistes, accès au réseau culturel québécois (musées, commissaires, médias culturels, élus locaux). Un espace de réseautage premium, différent des 5 à 7 d'affaires habituels.

5. UNE PORTÉE GÉOGRAPHIQUE ÉTALÉE

L'itinérance sur 4-6 lieux au Québec offre une visibilité provinciale étalée sur 3 ans, avec un ancrage local dans chaque communauté d'accueil. Pour une coopérative comme Desjardins ou une société d'État comme Hydro-Québec, c'est un alignement naturel avec leur présence régionale.

5. LES PALIERS DE PARTENARIAT

Quatre paliers structurés pour répondre à différents niveaux d'engagement. Chaque palier inclut l'exclusivité sectorielle : un seul partenaire par industrie, pour éviter la dilution et garantir la valeur de l'association.

PARTENAIRE PRÉSENTATEUR — 20 000 \$+ sur 3 ans

Un seul partenaire par secteur d'activité — Engagement sur la durée complète du projet

- Titre « Présentateur » : Horror Vacui, présentée par [Nom de l'entreprise]
- Logo en première position sur TOUS les supports (affiches, cartons, catalogues, site web, communiqués, capsules vidéo)
- Mention dans toutes les entrevues médiatiques et communiqués de presse
- Exclusivité sectorielle absolue pendant 3 ans
- 6 invitations VIP par vernissage (4-6 vernissages = 24-36 invitations totales)
- 1 rencontre privée avec les artistes par lieu d'itinérance
- Droits d'utilisation des images d'œuvres et de l'exposition pour communications corporatives et rapport ESG
- Présence dans le catalogue de l'exposition (texte de partenaire, logo, message)
- Rapport d'impact détaillé après chaque lieu d'itinérance (fréquentation, couverture médiatique, métriques)
- Mention dans le volet commémoratif 50e Jordi Bonet (2029)

PARTENAIRE MAJEUR — 10 000 \$ à 15 000 \$ sur 3 ans

Maximum 3 partenaires — Engagement sur la durée complète ou partielle

- Logo en position privilégiée sur tous les supports imprimés et numériques
- Mention dans les communiqués de presse et le matériel promotionnel
- Exclusivité sectorielle
- 4 invitations VIP par vernissage
- Droits d'utilisation limités des images (médias sociaux et infolettre de l'entreprise)
- Présence dans le catalogue (logo et remerciement)
- Rapport d'impact sommaire annuel

PARTENAIRE ASSOCIÉ — 3 000 \$ à 5 000 \$

Maximum 5 partenaires — Par lieu d'itinérance ou pour le projet complet

- Logo sur les supports du ou des lieux associés
- 2 invitations VIP par vernissage

- Mention dans les remerciements publics
- Possibilité de commandite en nature (transport, matériaux, services professionnels)

AMI DE LA FONDATION — 1 000 \$ à 2 500 \$

Nombre illimité — Engagement ponctuel ou récurrent

- Logo sur le site web de la Fondation (section Partenaires)
- 1 invitation VIP par vernissage
- Remerciement dans les publications de la Fondation
- Reçu fiscal si applicable (don vs commandite)

Note : Tous les paliers sont personnalisables. Les meilleurs partenariats naissent d'une conversation, pas d'un menu fixe. Les montants et contreparties présentés sont des points de départ — nous sommes ouverts à construire des ententes sur mesure qui maximisent la valeur pour les deux parties.

TABLEAU COMPARATIF DES PALIERS

Contrepartie	Présentateur 20 000 \$+	Majeur 10-15 000 \$	Associé 3-5 000 \$	Ami 1-2 500 \$
Titre « présenté par »	●	—	—	—
Logo 1re position tous supports	●	—	—	—
Logo supports imprimés/web	●	●	●	Web
Exclusivité sectorielle	●	●	—	—
Mention communiqués presse	●	●	—	—
Invitations VIP / vernissage	6	4	2	1
Rencontre artistes privée	●	—	—	—
Droits images œuvres	Complets	Limités	—	—
Présence catalogue	Texte + logo	Logo	—	—
Rapport d'impact	Détaillé	Sommaire	—	—
Mention 50e Jordi (2029)	●	●	—	—

6. PREUVES ET DONNÉES

Ce que nous avons déjà démontré

L'exposition pilote : Dévoiler le potentiel de la matière (novembre 2025)

Horror Vacui n'est pas un concept sur papier. Son modèle a été testé et validé par l'exposition Dévoiler le potentiel de la matière (DPM), présentée au Musée des beaux-arts de Mont-Saint-Hilaire du 20 au 23 novembre 2025 :

Indicateur	Résultat DPM 2025	Projection Horror Vacui
Fréquentation	350+ visiteurs/jour	4-6 lieux × durées variables = plusieurs milliers
Artistes de calibre	13 artistes de calibre national et international, dont des lauréats de prix majeurs et des membres d'académies	8-11 artistes, artistes invités de renom + appel de dossiers
Événement VIP	Panel animé par Émilie Perreault (ICI Première), 4 panélistes	Événement VIP à chaque vernissage, panélistes à confirmer
Couverture médiatique	ICI Première (radio nationale), communiqué MRCVR, réseaux sociaux	Couverture nationale amplifiée par le 50e Jordi Bonet
Financement public	CALQ + MRC + Ville de MSH + Gouvernement du Québec	CALQ Manifestations + CAC Rayonner + municipalités d'accueil
Commandite privée	Desjardins — Caisse Beloeil-MSH	Objectif 60 000 \$ sur 3 ans — ce dossier

Réseau de collaborateurs

La Fondation a constitué un réseau de collaborateurs qui valide la qualité de ses projets : Émilie Perreault (animatrice, ICI Première), Ginette Bureau (ex-PDG RECYC-QUÉBEC, présidente du Comité 21 Québec), Lucie Sauvé (professeure émérite UQAM, fondatrice Centr'ERE), Simon Paré-Poupart (auteur, Ordures!), Marc Séguin (artiste, président d'honneur 2023).

Ce réseau n'est pas nominal — ces personnes ont participé activement à des panels, des vernissages, des médiations. Elles constituent des références crédibles pour tout partenaire potentiel.

7. CONTEXTE : L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE AU QUÉBEC

Pourquoi le moment est idéal pour ce partenariat

Le Québec traverse un moment charnière en économie circulaire. La Feuille de route gouvernementale 2024-2028, dévoilée en avril 2025, mobilise 758 millions de dollars et 21 ministères autour de 132 actions concrètes. L'indice de circularité du Québec est de seulement 3,5 % (contre 8,6 % pour la moyenne mondiale), créant une pression politique massive pour démontrer des résultats.

Parallèlement, la Responsabilité élargie des producteurs (REP) impose depuis 2024 des obligations de récupération aux fabricants d'électroménagers — avec un taux minimal de 70 % de récupération des réfrigérateurs en 2026. Les entreprises assujetties à ces obligations cherchent activement des moyens de sensibiliser le public et de démontrer leur engagement.

Le CALQ a également lancé en 2025 son Plan d'action pour la diffusion des arts actuels 2025-2028, investissant 5 millions de dollars pour faire circuler les œuvres et encourager les collaborations entre diffuseurs. Horror Vacui s'inscrit directement dans cette priorité.

Ce que cela signifie pour un partenaire

S'associer à Horror Vacui en 2026-2027, c'est prendre position avant que tout le monde le fasse. C'est être le premier commanditaire à investir dans un projet art + économie circulaire au Québec — et bénéficier de l'avantage du premier joueur dans un marché qui ne fera que croître pendant les 5 prochaines années.

8. CALENDRIER ET PROCHAINES ÉTAPES

Période	Étape	Implication partenaire
Printemps 2026	Signature des ententes de partenariat	Engagement financier, planification de la visibilité
Été 2026	Appel de dossiers artistes, confirmation des lieux	Logo intégré aux premiers documents officiels
Automne 2026	Sélection artistes, production scénographique	Possibilité de visite d'atelier exclusive
2027	Première présentation et début itinérance	Invitations VIP, couverture médiatique, contenu
2027-2029	Itinérance 4-6 lieux	Visibilité continue, rapports d'impact, événements
2029	50e anniversaire Jordi Bonet	Culmination médiatique, événement commémoratif

9. COORDONNÉES

Laurent Bonet

Directeur général et directeur artistique

Fondation Jordi Bonet

659, Cardinal

Mont-Saint-Hilaire (Québec) J3H 3Z4

info@fondationjordibonet.info

fondationjordibonet.info

« Le public a besoin de preuves qui ne viennent pas de vous. L'art en est une. »

— Laurent Bonet, directeur général et artistique