

Mode + Design
2022

festivalmodedesign.com

BILAN 25 - 28 août 2022

MODESIGN
MODESIGN
MODESIGN
MODESIGN

Mode + Design 2022

À PROPOS

Le Festival Mode & Design célèbre la créativité, l'inclusion et l'expression de soi. Fondé, produit et réalisé par le Groupe Sensation Mode, ce rendez-vous unique propose une programmation extérieure gratuite entourant l'art urbain, la mode, la danse, le design et la musique. Chaque année, de nombreux artistes émergents, des designers canadiens, des détaillants et des icônes y partagent leur art et leur vision avec le public. Véritable plateforme de créativité urbaine, cet événement est le plus grand happening du genre à ciel ouvert en Amérique du Nord.

MISSION

Le Festival Mode + Design est l'événement montréalais grand public annuel incontournable pour célébrer l'expression de soi par l'entremise de la mode, des arts, du divertissement et de la créativité culturelle.



ÉDITION 2022 EN QUELQUES CHIFFRES



+ 2M\$
REVENUS GÉNÉRÉS
POP UP - MARQUES
LOCALES



372 000
VISITES SUR LE SITE

240 000
VISITEURS UNIQUES



+50 M
IMPRESSIONS
payées, possédées
et gagnées

4

JOURS
DE FESTIVAL
25-28 AOÛT 2022

56

MÉDIAS
EN ONT PARLÉ

107

INFLUENCEURS
EN ONT PARLÉ

52

BOUTIQUES
SUR LE SITE

+90

SPECTACLES DE
MUSIQUE,
MODE ET DANSE

+100

MARQUES et CRÉATEUR
PARTICIPANTES

+250

ARTISTES
IMPLIQUÉS

+150

ÉTUDIANTS
PARTICIPANTS

CONTEXTE 2022



- 1** À la suite d' une édition réussi en 2021, le Festival Mode + Design est de retour en force au Quartier des spectacles, pour le bonheur des festivaliers et de l'écosystème
- 2** Après deux ans de pandémie, les visiteurs sont de plus en plus nombreux au centre-ville. C'est le moment idéal pour offrir de la visibilité aux designers et aux artistes québécois.
- 3** La mode et les arts sont au rendez-vous sur la place des Festivals, le public répond présent à l'invitation lancée par le FMD; l'ambiance est positive et festive.
- 4** L'année 2022 est ponctuée par l'augmentation du coût de la vie. Ainsi, le Festival Mode + Design se démarque en offrant une programmation entièrement gratuite.

OBJECTIFS 2022

- Soutenir les créateurs locaux et participer à la relance économique en favorisant l'achat local;
- Maintenir un engagement envers le public du Festival Mode & Design et aller chercher des nouvelles communautés;
- Contribuer au rayonnement Montréal à l'international, de concert avec nos collègues des grands événements;
- Favoriser le tourisme de proximité;

LES STRATÉGIES

- Accentuer la présence en ligne du Festival Mode + Design;
- Proposer une programmation riche et diversifiée;
- Innover en proposant de nouveaux contenus;
- Impliquer l'écosystème du Festival Mode + Design par un message positif et dynamique.



PARTENAIRES

2022



DANS LE JARDIN

LIVOM



Canada

TOURISME /
MONTREAL

Montréal

Québec



CR34TE



AMARULA

drop



FASHIONUNITED

fugues

NARCITY



ELLE
QUÉBEC

Clin d'œil



EVERYDAY SUNDAY

FASHION
Preview

CeraVe

Carbon Theory.™



intik

VINYL CARAVAN



Jean Coutu

Lucille's



LA BOÎTE À CRÊPES

FASHINNOVATION

LANCEMENT

Le Festival Mode + Design a tenu un lancement le 25 août afin d'annoncer le début de ses activités.

Mme Geneviève Guilbault, vice-première ministre du Québec et Mme Ericka Alneus, membre du comité exécutif de la Ville de Montréal, ont fait des allocutions dans le cadre de ce lancement.



Sondage in situ - aperçu du profil des festivaliers



372 000

JOURS DE PARTICIPATION



240 000

VISITEURS UNIQUES

Firme *L'Observateur*

72%

FEMMES

83%

18 À 34 ANS

47

INDICE DE
RECOMMANDATION

43%

INDICE DE
NOTORIÉTÉ

Provenance des
visiteurs

66

LOCAUX
(RAYON DE 40KM)
%

13%

QUÉBEC

9%

CANADA

12%

INTERNATIONAL

Mode + Design
2022

festivalmodedesign.com

PROGRAMMATION



Les Ateliers

- Coudonc et le Festival Mode + Design proposent des ateliers pour découvrir la couture, se sensibiliser à la récupération textile de manière ludique.
- Lignes de fuite et le Festival Mode + Design se réunissent pour offrir un drink & draw aux festivaliers. L'objectif est d'offrir un espace aux spectateurs pour interpréter sur papier les créations des designers.



Futurs Divergents

Créé en collaboration avec Indigenous Fashion Arts, Futurs Divergents est un spectacle de théâtre de rue d'une durée de 30 minutes mêlant musique, danse, chant classique, hip-hop et mode. Son décor est une installation scénographique d'envergure à laquelle le public a accès lorsqu'il n'y a pas de représentations.

Futurs Divergents est la cérémonie d'adieu d'une bande dont les membres, ne se sentant pas libres d'exister comme iels l'entendent, décident de passer dans un autre monde, vierge et dénué de préjugé.

Les particularités

- 8 interprètes;
- Spectacle sans texte;
- Le décor est des plus important parce qu'il interpelle les passants, et propose une interaction aux spectateurs qui ont accès à l'installation;
- Collaboration avec Indigenous Fashion Arts pour le volet mode du spectacle;
- Scène alternative.



Mode + Design
2022



COLLÈGE LASALLE DÉFILÉ ECLECTIK

Le Festival Mode + Design présente le défilé ECLECTIK, en collaboration avec le Collège LaSalle. Dans un contexte de DJ battle, la promotion 2022 d'étudiants en mode a relevé le défi en proposant des designs des plus originaux. Un événement qui a à nouveau permis de mettre en avant le talent de la relève créative ainsi que le dynamisme du centre-ville de Montréal.

- Un défilé du Collège LaSalle à la place des Festivals.
- 40 mannequins
- 80 créateurs de la relève
- 125 à 150 créations
- 5 danseurs
- 2 DJs + 2 animateurs
- Participation de Patsy Gallant
- Mixbus



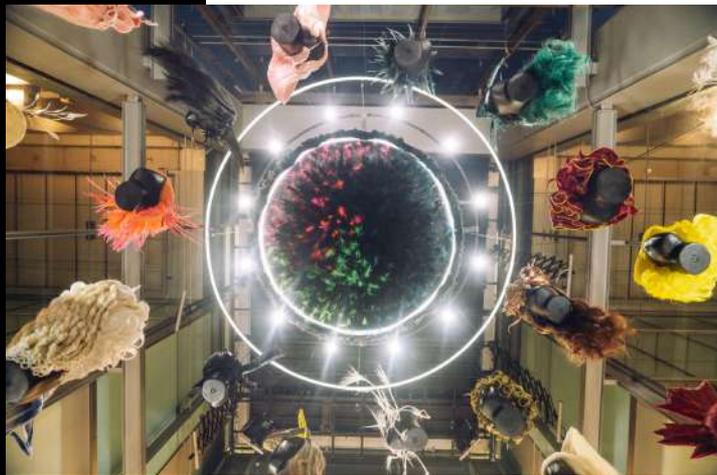
Centre Eaton de Montréal

Vitrine [IMPERTINENCE]

Le Festival Mode + Design a tissé sa vision à l'artiste Stéphane Scotto Di Cesare, connu tant ici qu'à l'international, afin de créer une vitrine haute en couleur. Celle-ci met en vedette 28 perruques que le designer capillaire et perruquier a confectionnées. [IMPERTINENCE] est la première exposition de l'artiste.

Déambulateur

Dans le cadre du Festival, les festivaliers ont eu la chance d'assister à une séance photo extérieure, tenue sur la place des Festivals et ses alentours. Les mannequins ont enfilé des vêtements qui seront disponibles à l'automne au Centre Eaton.



DÉFILÉS

Cette année, le Festival Mode + Design a mis un point d'honneur sur l'expression identitaire, le mélange des styles et l'achat local :

- **45 défilés**
- **275 mannequins et casting public**
- **52 créateurs**
- **32 artisans coiffeurs et maquilleurs**

La grande scène a été retirée pour laisser la place à des performances qui utilisent l'espace différemment (escaliers, fontaines). Des podiums à divers endroits du site permettent d'étendre la programmation, pour un contact plus direct entre les festivaliers et les créateurs.

- COOPER'S DEN
- MADE TO BE MAD
- PARCELLE
- DAILYSTORY CLOTHING X BERTRAND LA LIGNE
- KATA FASHION
- FINKO X MISTER KING K
- PÉNÉLOPE GROMKO
- 1ER MAI
- LAKUACHIMOTO
- LIGNES DE FUITE
- MONI AMULI COUTURE
- MADALEINE NELSON
- KRYKOU
- FDG
- MAMÉ
- MARC ALEXANDRIN
- DORSALI
- LA PIMBÊCHE
- CYNTAULT X JEFF MALO
- FASHION PREVIEW





MUSIQUE

Une programmation musicale diversifiée et éclatée :

Plus de 35 prestations musicales

MARY JEANS
JOYCE N'SANA
XELA EDNA & ECHO EIUS
LaF
TEIKI
PLAYDAYS
MIKE SHABB
NICHOLAS CRAVEN

XELA EDNA & EIUS
ECHO
LAKESSHIA KIKI
QUALITÉ DE LUXE
FRASE FT. FAWANA &
EMBODY MVMT
DJ FRIGID
VINYL CARAVAN
SOUNDSYSTEM

DANSE

La danse est un créneau important du Festival Mode + Design et a rayonné tout au long de l'édition 2022.

- **Plus de 60 danseurs**
- **6 performances de danse**
 - Intuitiv Mood
 - Lynsey Billing & L'académie De Danse Scream
 - Ballroom 4 Community
 - Political Bodies
 - Lakesshia Kiki
 - A-Bantu & Axelle Munezero
- **Plus de 7 défilés intégrant la danse**
 - Finko x Mister King K
 - Pénélope Gromko
 - Lakuachimoto
 - Krykou
 - Fdg
 - Cyntault Créations X Jeff Malo
 - Made To Be Mad
- **2 Grands événements chorégraphiés**
 - Collège LaSalle
 - Futurs divergents



ART & DESIGN

Le Design et l'Art font partie intégrante du Festival Mode + Design depuis le tout début. Le Design est présent partout, dans la création du site comme dans le mobilier choisi et les collaborations.

L'art est intégré à la programmation sous la forme de plusieurs disciplines. La danse, la musique et les infrastructures originales sont quelques exemples.



UNE EXPÉRIENCE MULTIPLE

Le Festival Mode + Design 2022 a permis de tisser des liens avec des partenaires ayant les mêmes aspirations et objectifs, créant ainsi des expériences bien intégrées pour les Festivaliers.

- Cadillac
- Bombay
- Collège LaSalle
- Dans Un Jardin
- LIVOM
- Simple Drop
- Amarula
- Lambert
- Kiehl's
- Postes Canada
- Musée McCord

Stir Creativity



BOUTIQUES ÉPHÉMÈRES (Pop-Up)

Le FMD a fait découvrir de nombreux créateurs locaux. Le village Pop Up a été intégré de façon marquée à la programmation du Festival, devenant ainsi un élément clé de l'expérience du Festivalier. Certaines marques du village ont défilé, ce qui a favorisé la découverte, les ventes et créé un lien avec le public.

L'action était soutenue par une campagne de promotion multiplateforme avant et pendant l'événement.

Au total, ce sont **52 boutiques éphémères** qui ont pris place au Festival:

BKIND - HOAKA SWIMWEAR - BERTRAND LA LIGNE - TRUAND TRUAND - TWENTY COMPASS - SELV RITUEL - MAMÉ - FJ WATCHES - LA NATURA CASA - COOPER'S DEN - MOONDAY.CA - LACHAPELLE ATELIER- OUT OF THE - FDG DESIGN - ANOTHER LAND NEARBY - LITTLE YOGI - LES FLEURS SÉCHÉES - BALANCE ACTIVEWEAR - MATHILDE POTERIE - MARC ALEXANDRIN - PIXIE WOO - TAMELO BOUTIQUE - COAST 95 - CRÉATION FERVIDO - TOULOUSEY - BYJEHMARTINEZ - BROMANCE - LILUNDERWEAR - FINGERNAILS ARE PRETTY - ALOWA APPAREL - SEGSEA - KEN & JAME BÉBÉ - DAILYSTORY - LA PIMPÊCHE - DORSALI - TIPOU BÉBÉ - SARAH BIJOUX - GOLD HEART CLUB - OYCEE - LUVO - ALTER SOLE - KRAYWOODS - ATELIER SYP - GROOM - BEGO - VALERIE C. - HAPPY TEARS - NOBLE - MAD - VINYLE CARAVAN - GIRL CRUSH - COUDONC





BOUTIQUES ÉPHÉMÈRES *(Pop up)*

Un sondage a été réalisé auprès des pop up afin de valider leur appréciation de l'expérience. Les résultats sont très positifs:

- Tous les créateurs sont locaux;
- Les répondants sont satisfaits unanimement de l'expérience sur le site;
- Ils ont profité de leur présence pour créer des maillages avec d'autres pop-up, des designers ou des écoles de mode;
- Retombées estimées à 2M\$ pour le village de boutiques éphémères;
- La majorité des pop up ont atteint ou dépassé leur objectif de ventes;
- Tous les répondants souhaitent participer l'an prochain.

ENGAGEMENT SOCIAL



ROULO BOULO

Roulo-Boulo, le bus de l'emploi, est un point de rencontre mobile entre les jeunes chercheurs d'emploi et les entreprises de la grande région de Montréal.



ÉCOLES & RELÈVE

Le FMD offre une vitrine sur la relève créative en présentant les défilés des écoles de design de mode montréalaises:

- Défilé Fusion jeunesse
- Collège LaSalle
- Marie-Victorin
- Lignes de fuite



DIVERSITÉ & INCLUSION

La diversité et l'expression identitaire est ancrée au Festival Mode + Design et fait partie de son ADN. La diversité est naturellement représentée dans la programmation, qu'elle soit de genre, corporelle ou culturelle. Des podcasts portant sur des enjeux de société ont également été produits, proposant des discussions porteuses et pertinentes à notre communauté.

Philanthropie RELUXE

Reluxe mélange mode et philanthropie: L'objectif est de soutenir les femmes en difficulté par la collecte et la revente de vêtements et d'accessoires de grands noms.

Des personnalités publiques influentes se sont rassemblées pour la cause dans le cadre du défilé Reluxe présenté au Festival, permettant de promouvoir l'initiative.

Geneviève Guillbault, Geneviève Borne, Lolitta Dandoy, Isabelle Ethier, Ody Giroux, Chantal Durivage, Ericka Alneus, Andrew McNally, Patrick Delisle Crevier, AngeLo Cadet, Cathy Wong, Eva Friede, Gisele Lullaby, IMA, Isabelle Lafliche, Kim KK Clavel, Louise Faubert, Manuela Goya, Marie-Pierre David, Pierre-olivier Joseph, Roseline Guevremont et Sarra Ghribi ont défilé pour soutenir les femmes en difficulté.



CONTENU NUMÉRIQUE

(La Boîte à Questions)

Pour valoriser et promouvoir le travail des designers québécois, le Festival Mode + Design a créé La Boîte à Questions. Ces entrevues ont donné lieu à des discussions riches et pertinentes, abordant divers sujets de façon originale et intéressante. Trois capsules vidéos sont produites et seront diffusées au cours de l'automne sur les plateformes du Festival.



Participants:

1. La Pimpêche
2. Pénélope Gromko
3. Lakuachimoto



LE CONTENU

+ 3000 PHOTOS

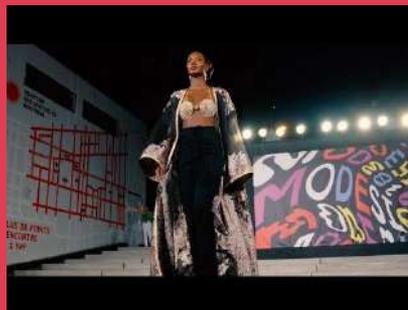


3 GRANDES VIDÉOS

MODE + DESIGN 2022



Défilé de mode Fashion Preview



Défilé Eclectik du Collège LaSalle



Mode + Design
2022

festivalmodedesign.com

COMMUNICATION & MARKETING

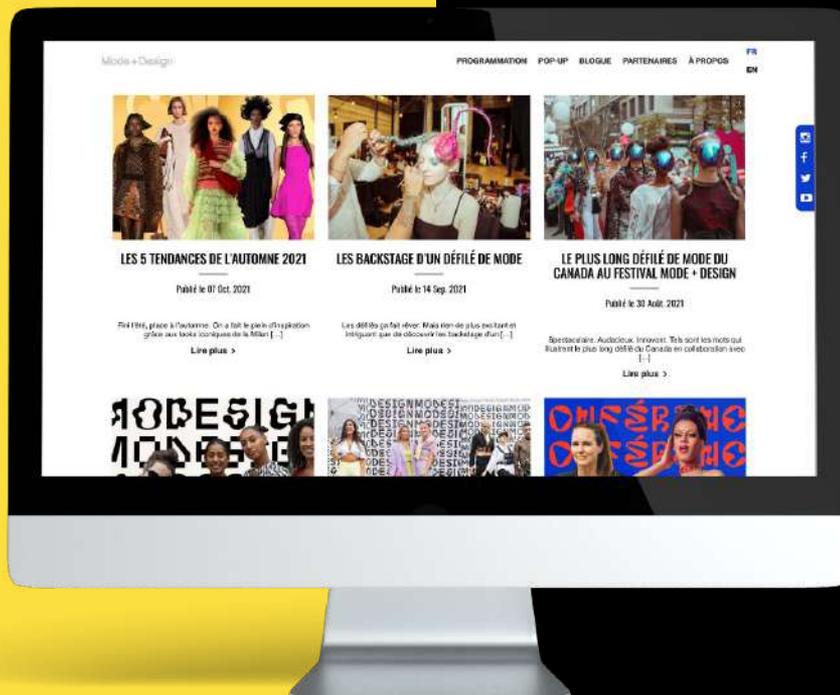


CONTENU NUMÉRIQUE

35 articles de blogue (+9%)

Plus de 80 marques québécoises
mises de l'avant

Près de 190 000 lectures
d'articles (+153%)



Le Blogue

Tous les mois, le Festival propose un ou des articles à sa communauté, sur différents sujets touchant au lifestyle.

COMMUNAUTÉ DÉMOGRAPHIQUE

Objectif:

Augmenter l'attrait masculin pour atteindre 50% femmes 50% hommes au festival.

Mettre l'emphase sur les 18-35 pour qu'ils représentent 75% de nos festivaliers.

SITE WEB

64.6% femmes
VS
35.4% hommes

18-24: 17.71%
25-34: 20.72% } **38.4%**
35-44: 17.13%
45-54: 14.76%
55-64: 14.05%
65+: 15.74%

INSTAGRAM

79.6% femmes
VS
20.3% hommes

18-24: 19.4%
25-34: 42.3% } **61.7%**
35-44: 22.4%
45-54: 8.9%
55-64: 3.3%
65+: 1.8%

FACEBOOK

76% femmes
VS
20% hommes

18-24: 4.5%
25-34: 41.7% } **46.2%**
35-44: 28%
45-54: 11.5%
55-64: 5.7%
65+: 4.5%

PINTEREST

84,7% femmes VS 8.8% hommes

0-24 : 29,6%
25-34 : 51,1% } **80.7%**
35-44 : 11,9%

TIKTOK

44,7% femmes VS **55,3% hommes**

N/A

PERSONAS

”



Camille, 33 ans

“Je me considère assez trendy, mais classique à la fois. J’aime les belles choses, les bons restos et me faire plaisir.

C’est une femme éduquée avec de grandes ambitions personnelles et professionnelles. Elle aime découvrir de nouveaux trucs, mais seulement si ses amies (ou influenceurs) le recommandent.

Zara. Starbucks. Noovo. Aeroplan.



Lola, 19 ans

Je suis ma propre mode. Je vais au festival parce qu’il est diversifié et les shows représentent des vrais artistes underground à découvrir.”

Elle et ses amis aiment sortir et vivre des expériences qui font réagir, découvrir, réfléchir. De nature contestataire, elle n’aime pas qu’on lui impose ce qu’elle devrait être.

**Renaissance. Café Saint-Henri.
Urbania. Nintendo.**



Charles, 28 ans

C’est cool de pouvoir magasiner local en même temps qu’aller voir un show, boire un verre et chiller avec des amis.”

Avec son esprit critique et sa curiosité intellectuelle, il aime rester à l’affût de l’actualité et regarde les reviews avant chaque achat.

Decathlon. Bar le Darling. Reddit. SAQ.

Mode + Design
2022

PUBLICITÉS #PAID

Achats publicitaires pour renforcer notre présence dans les lieux et médias où on a peu de visibilité naturelle.

Google Ads : **2,31 M impressions**

Virgin Radio : **439 204 impressions**

La Presse : **371 276 impressions**

Fugues: **41 724 impressions**

TOTAL : 3,3 M



Mode + Design
2022

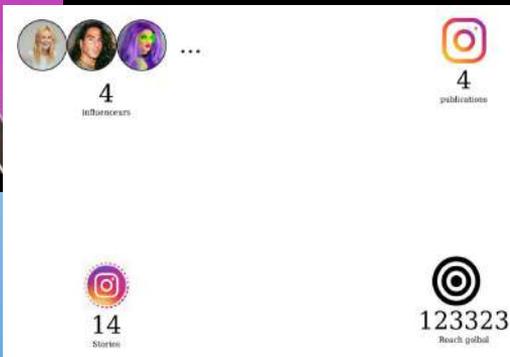
DRESS TO EXPRESS 📌

Un mois avant le festival, nous avons créé une campagne avec quatre influenceurs en surfant sur la tendance Dress to Express. Le but était d'aller chercher les fashionistas en leur promettant enfin une bonne raison de porter ces outfits de fou. Comme c'était des concours en loop, l'objectif était de ramener les gens sur notre page Instagram, et alors là, leur véhiculer notre positionnement de marque et notre branding.

- Camille Felton - 134.4k
- Cary Tauben - 51.3 k
- Rainbow Drag - 25.5k
- Tracy Valentine - 11.1k



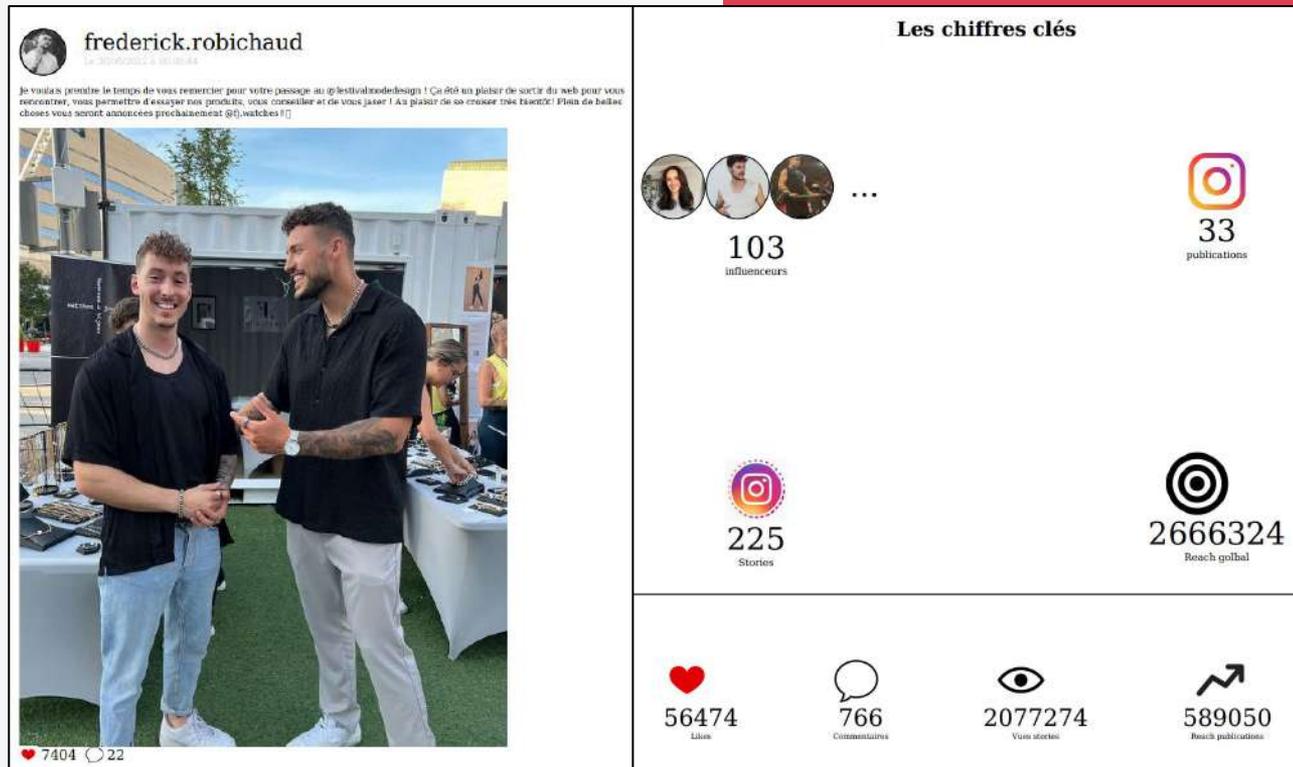
festivalmodedesign.com



CAMPAGNES D'INFLUENCES

Lancement et Festival

- Mise en place d'une liste d'invités médias et influenceurs pour augmenter le rayonnement de l'événement;
- Implication de la programmation pour travailler avec différents influenceurs (Girl Crush Gang, Noémie Lacerte, Élisabeth Rioux, etc.);
- Tenue du lancement officiel du Festival, au Quartier des spectacles pour positionner l'événement et la programmation.



NOS STATS

#OWNED



FACEBOOK

Abonnés:
34 468 (+3868)

Impressions enregistrées:
1,1M

Abonnés internationaux:
21,3% (+1,1%)

Taux d'engagement:
+/- 2%

Intéressés à l'événement FB
7,4K (+177%)



INSTAGRAM

Abonnés:
20 155 (+39,6%)

Mentions j'aime:
60K (+18,81%)

Impressions :
1,5M (+54%)

Publications :
333 posts

Stories :
840 stories

Reels :
800k de vues

Taux d'engagement :
5,6%

Mentions:
1140+ (+84%)

TIKTOK

Nombre d'abonnés
2 585

Nombre de tiktoks créés :
62

Nombre de vues totales :
90K

Mentions j'aime :
11,7K

Taux d'engagement :
18%

PINTEREST

Abonnés:
535

Impressions :
1 million

Engagement :
143K

Audience engagée :
30,5K

NOS STATS

#OWNED



SITE WEB

Nombre de sessions:
106 346 (+411%)

Nombre de pages vues :
203 206 (+362%)

Temps de visite moyen:
1 min 07 sec

Pages/session:
1,91

Acquisition directe (taux):
16%

Référencement organique (taux):
63% (+40%)

Référencement externe:
6%

Médias sociaux:
14%



INFOLETTRE

Abonnés:
4 308 (+2%)

Nombre d'infolettres:
28 (+155%)

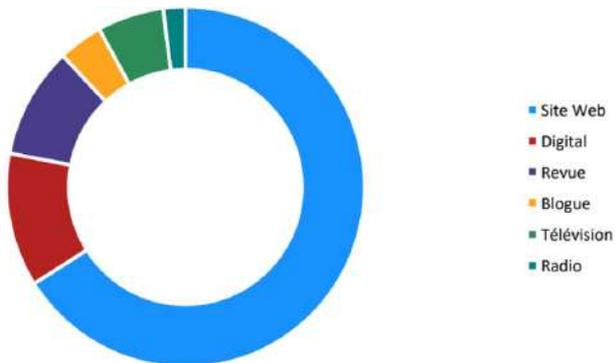
Taux d'ouverture moyen:
26,8% (+ 7%)

Taux de clics moyen :
3,3%

REVUE DE PRESSE

Quantité totale 56
Portée totale 40,433,486

Type de Média	Portée	Coupages
Site Web	29,351,000	35
Digital	6,903,000	7
Revue	1,277,000	5
Blogue	112,486	7
Radio	15,000	2
Télévision	2,775,000	3



#EARNED

Grande majorité de **médias Web**, suivi de **médias sociaux**, **télévision**, **radio** et **hebdo**, parmi lesquels on retrouve :

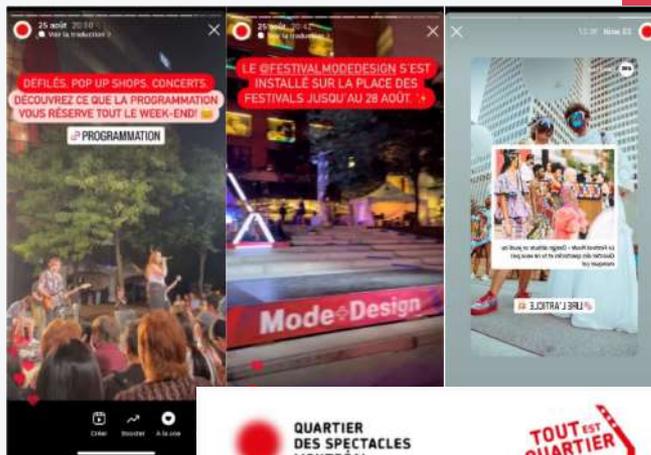
- La Presse
- LCN
- Nightlife.ca
- Magazine Cool!
- Virgin Radio
- 7 jours
- Rouge FM
- TVA
- Journal de Montréal
- Fashion United
- Fashinnovation
- PassionMTL
- fm1047.ca
- Clin d'oeil
- Elle Québec
- Journal Metro
- Ton petit look
- noovo moi
- Silo 57
- Le Devoir
- Fugues
- Narcity
- Echo Vedettes
- Sorstu.ca
- montrealsecret.co

REVUE DE PRESSE



CAMPAGNE ESTIVALE 2022 - PQDS

- Placement vidéo Youtube: taux de complétion de près de 60%
- Médias sociaux
 - Vidéo Facebook CTR 2.83%
 - 2 Publications Instagram
 - 3 Stories Instagram
- 1 communiqué de presse
- 1 infolettre
 - FR: taux d'ouverture 44% / taux de clic 1.29%
 - EN: taux d'ouverture 32% / taux de clic 0.46%
- 1 placement publicitaire en pre-roll: taux de complétion au-dessus de 90%



Mode + Design
2022

festivalmodedesign.com

ANNEXES



LES FONDATEURS



JEAN-FRANÇOIS DAVIAU - Fondateur et président

Jean-François Daviau détient un baccalauréat en communications de l'Université de Montréal. Depuis 22 ans, il contribue au rayonnement de Montréal pour sa vitalité culturelle en mettant de l'avant la créativité, la mode et le design. Très actif dans la sphère culturelle, il siège également au conseil de la Fondation de la mode de Montréal. En 2000, il cofonde avec Chantal Durivage le Groupe Sensation Mode qui est maintenant reconnu comme l'un des plus grands influenceurs canadiens du secteur de la mode, générant des retombées économiques importantes pour les créateurs d'ici. Il a dirigé pendant 15 ans La Semaine de la mode de Montréal et préside maintenant le Groupe Sensation Mode et ses événements.



CHANTAL DURIVAGE - Fondatrice et VPE Développement créatif

Diplômée de l'Université d'Ottawa en théorie et en histoire de l'art, Chantal Durivage a géré avec succès la carrière de plus d'une quarantaine d'artistes avant de se lancer dans la production de spectacles. Elle a aussi travaillé chez Max Films, où elle assistait Roger Frappier dans ses activités de production, et chez Analekta Productions, où elle supervisait la production d'enregistrements de musique classique. Depuis 18 ans, les multiples productions du Groupe Sensation Mode ont rejoint des centaines de milliers de spectateurs, de nombreux journalistes et une foule de créateurs et de leaders d'opinion de tous les horizons. Les événements mode et design du Groupe Sensation Mode comptent parmi les plus prestigieux dans le monde. Notons par exemple le succès critique du Fashion Theater (produit à Berlin, Tokyo, New York et Londres) et du spectacle Fashion & Opéra Runway Show présenté à Los Angeles et à New York. Plus près de nous, le Festival Mode et Design de Montréal et URBANI_T à Toronto, contribuent fortement à la reconnaissance et au rayonnement des créateurs canadiens à l'échelle mondiale. Le Groupe Sensation Mode est également partenaire d'importantes franchises internationales, comme le Tokyo Fashion Week et le prestigieux salon Who's Next.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION



ALAIN DROUIN

PRÉSIDENT et TRÉSORIER
Associé retraité, Services-conseils
transactionnels KPMG



MARIE-PIERRE DAVID

VICE-PRÉSIDENTE
Mannequin, Doctorante en
communication et chargée
de cours à l'Université du
Québec à Chicoutimi



JEAN-FRANÇOIS DAVIAU

ADMINISTRATEUR
Président fondateur, Groupe
Sensation Mode



CHANTAL DURIVAGE

SECRÉTAIRE
VPE développement créatif
& fondatrice,
Groupe Sensation Mode



MADELEINE CHAMPAGNE

ADMINISTRATRICE
Vice-présidente et
lobbyiste conseil, AGC
Communications



SÉBASTIEN VÉZINA

ADMINISTRATEUR
Associé, Lavery avocats



ALEXANDRE JUMELLE

ADMINISTRATEUR
Analyste principal, Capital de risque,
Investissement Québec



ERIC-OLIVIER BROUSSEAU

ADMINISTRATEUR
Guru Marketing, Creative Embers™
Projets Spéciaux, Outbox™

L'ÉQUIPE DU FESTIVAL **Mode + Design**

Idéation - Groupe Sensation Mode

Direction

Président et co-fondateur - [Jean-François Daviau](#)
VPE, Développement et co-fondatrice - [Chantal Durivage](#)
Directrice de projet - [Arianne LaSalle](#)

Affaires publiques

Chargée des affaires publiques - [Julia Francoeur](#)
Assistant aux affaires publiques - [Simon-Olivier Gauthier](#)

Administration et finances

Directrice finances et comptabilité - [Hayat El Alaoui](#)
Technicien comptable - [Mouad Maani](#)
Gestionnaire administrative - Talents et Studio - [Vivia Hally](#)

Programmation

Chef programmation - [Hejer Chelbi](#)
Chef des opérations mode - [Nancy Richard](#)
Coordonnatrice à la programmation - [Marianne Demchuk](#)

Production

Directrice de production - [Jade Marcoux-Archambault](#)
Coordonnateur de production - [Maxime Daviau](#)
Coordonnatrice de production - [Aglée Bugel](#)

Communications et marketing

Directrice communications et marketing - [Marie-Ève Lajeunesse Poulin](#)
Gestionnaire rayonnement partenariats - [Jasmine Belemhaidi](#)
Gestionnaire médias sociaux - [Julie Rigal](#)
Chargée des plateformes numériques et projets marketing - [Mélina Di Ciocco](#)
Chargée des plateformes numériques et projets marketing - [Arminda Okinda](#)
Chargée de projet marketing et rédactrice - [Angèle Simon](#)
Assistante au développement des contenus - [Wendy Alvarez](#)

Contenu

Productrice de contenu - [Audrée Bellehumeur](#)
Coordonnateur contenu numérique et studio - [Lambert Bouchard-Godon](#)
Design graphique et identité visuelle - [David Bellerose](#)

Partenariats

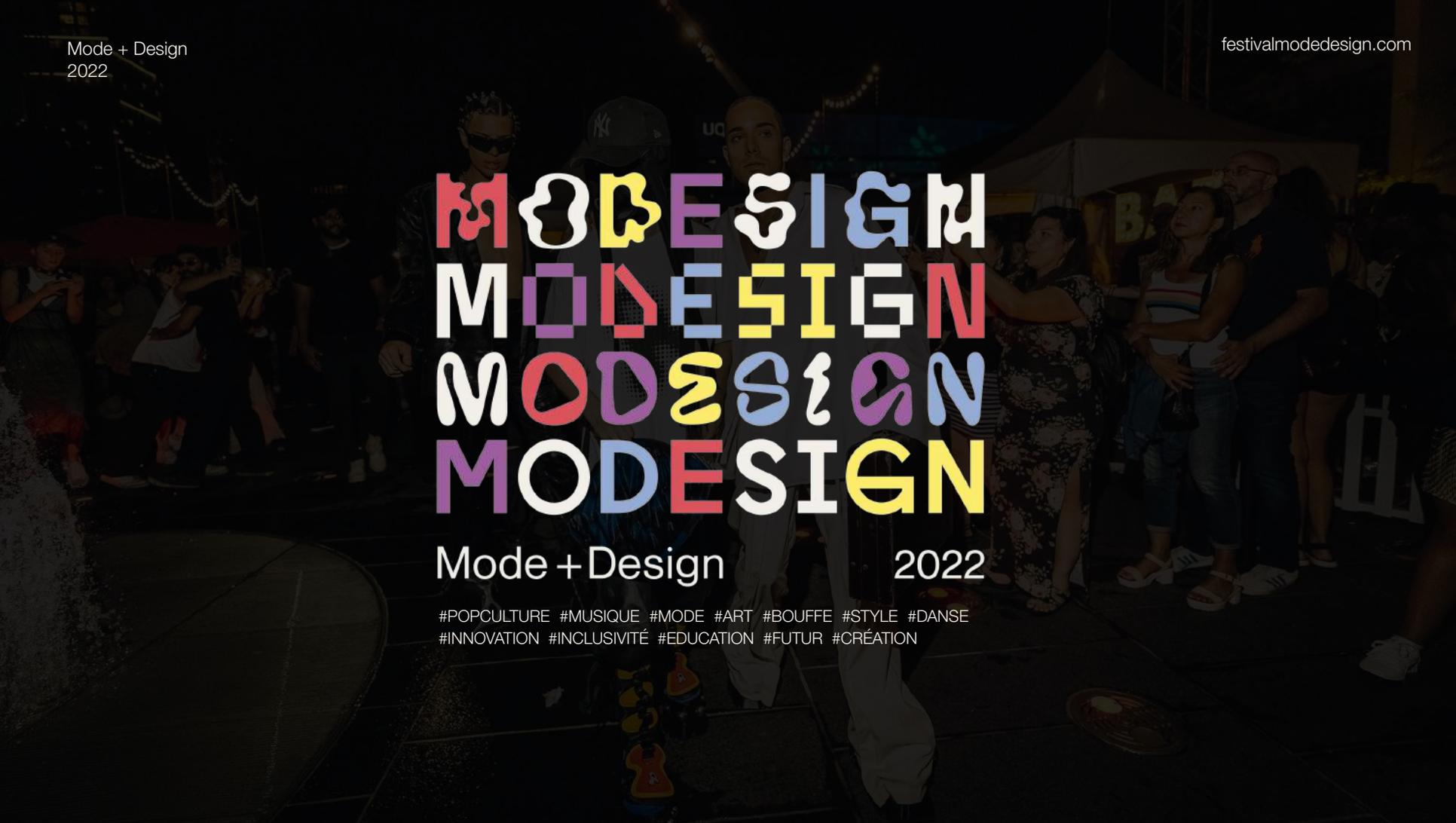
Chargée des partenariats - [Fatima Biadillah](#)
Chargée des partenariats - designers & artisans - [Tanya Ciamaglia](#)

Équipe de création - Événements spéciaux

Directeur artistique - [Louis Tremblay](#)
Directrice de la programmation - [Emilie Therrien](#)
Chef des opérations artistiques - [Rosalie Montmarquette](#)

Mode + Design
2022

festivalmodedesign.com



MODE DESIGN
MODE DESIGN
MODE DESIGN
MODE DESIGN

Mode + Design

2022

#POPCULTURE #MUSIQUE #MODE #ART #BOUFFE #STYLE #DANSE
#INNOVATION #INCLUSIVITÉ #EDUCATION #FUTUR #CRÉATION

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL

ÉTATS FINANCIERS

AU 31 AOÛT 2022

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Aux membres du conseil d'administration de
Festival Mode & Design Montréal

Opinion

Nous avons effectué l'audit des états financiers de Festival Mode & Design Montréal, qui comprennent le bilan au 31 août 2022, et les états des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi que les notes annexes, y compris le résumé des principales méthodes comptables.

À notre avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'organisme au 31 août 2022, ainsi que des résultats de ses activités et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Fondement de l'opinion

Nous avons effectué notre audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers » du présent rapport. Nous sommes indépendants de l'organisme conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à l'audit des états financiers au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités déontologiques qui nous incombent selon ces règles. Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard des états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle des états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Lors de la préparation des états financiers, c'est à la direction qu'il incombe d'évaluer la capacité de l'organisme à poursuivre ses activités, de communiquer, le cas échéant, les questions relatives à la continuité de l'exploitation et d'appliquer le principe comptable de continuité d'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider l'organisme ou de cesser ses activités ou si aucune autre solution réaliste ne s'offre à elle.

Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de l'organisme.

Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers pris dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant notre opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, individuellement ou collectivement, elles puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des états financiers prennent en se fondant sur ceux-ci.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, nous exerçons notre jugement professionnel et faisons preuve d'esprit critique tout au long de cet audit. En outre :

- nous identifions et évaluons les risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, concevons et mettons en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunissons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;
- nous acquérons une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'organisme;
- nous apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière;
- nous tirons une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'organisme à poursuivre ses activités. Si nous concluons à l'existence d'une incertitude significative, nous sommes tenus d'attirer l'attention des lecteurs de notre rapport sur les informations fournies dans les états financiers au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion modifiée. Nos conclusions s'appuient sur les éléments probants obtenus jusqu'à la date de notre rapport. Des événements ou situations futurs pourraient par ailleurs amener l'organisme à cesser ses activités;
- nous évaluons la présentation d'ensemble, la structure et le contenu des états financiers, y compris les informations fournies dans les notes, et apprécions si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière propre à donner une image fidèle.

Nous communiquons aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et nos constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que nous aurions relevée au cours de notre audit.

*Lemieux Cantin S.E.N.C.R.L.*¹

Montréal, le 15 décembre 2022

¹Par Richard Massy, CPA Auditeur

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL
RÉSULTATS

EXERCICE TERMINÉ LE 31 AOÛT 2022

	2022	2021
	\$	\$
PRODUITS		
Subventions provinciales (note 4)	614 000	672 500
Subventions municipales (note 4)	135 000	260 000
Subventions fédérales (note 4)	171 800	76 400
Contributions financières	46 196	62 000
Apports sous forme de biens et services	1 338 177	682 345
Revenus - commandites	114 000	-
Revenus - participation	294 645	131 460
Revenus - alcool	39 408	17 721
Autres produits	1 707	-
	2 754 933	1 902 426
CHARGES		
Frais de multimédias	97 303	56 294
Frais de création et programmation	739 469	299 903
Frais de logistique, production et technique	445 739	453 849
Frais de marketing	918 451	598 723
Frais de ventes	46 061	51 519
Frais d'administration	445 823	413 173
	2 692 846	1 873 461
EXCÉDENT DES PRODUITS SUR LES CHARGES DE L'EXERCICE	62 087	28 965

Voir les notes et les renseignements complémentaires

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL
ÉTAT DE L'ÉVOLUTION DE L'ACTIF NET NON AFFECTÉ (DÉFICITAIRE)

EXERCICE TERMINÉ LE 31 AOÛT 2022

	2022	2021
	\$	\$
Solde au début	(59 283)	(88 248)
Excédent des produits sur les charges de l'exercice	62 087	28 965
Solde à la fin	2 804	(59 283)

Voir les notes et les renseignements complémentaires

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL
FLUX DE TRÉSORERIE

EXERCICE TERMINÉ LE 31 AOÛT 2022

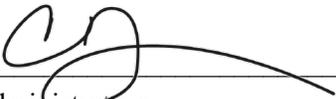
	2022	2021
	\$	\$
ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT		
Excédent des produits sur les charges de l'exercice	62 087	28 965
Élément sans incidence sur la trésorerie :		
Amortissement - immobilisations corporelles	2 246	5 904
	64 333	34 869
Variation des éléments hors caisse du fonds de roulement		
Débiteurs	(261 545)	(181 960)
Dépôt	-	300
Créditeurs	164 675	261 726
Revenus reportés	-	(51 000)
	(96 870)	29 066
Variation nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie	(32 537)	63 935
Trésorerie et équivalents de trésorerie au début	269 180	205 245
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA FIN	236 643	269 180

Voir les notes et les renseignements complémentaires

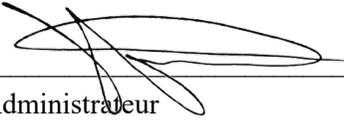
FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL
BILAN

AU 31 AOÛT 2022

	2022	2021
	\$	\$
ACTIF À COURT TERME		
Encaisse	236 643	269 180
Débiteurs (note 5)	676 735	415 190
	913 378	684 370
Immobilisations corporelles (note 6)	-	2 246
	913 378	686 616
PASSIF À COURT TERME		
Créditeurs (note 8)	910 574	745 899
ACTIF NET NON AFFECTÉ (DÉFICITAIRE)	2 804	(59 283)
	913 378	686 616

APPROUVÉ AU NOM DU CONSEIL D'ADMINISTRATION


 Administrateur



 Administrateur

Voir les notes et les renseignements complémentaires

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL

NOTES COMPLÉMENTAIRES

AU 31 AOÛT 2022

1 STATUT ET NATURE DES ACTIVITÉS

Festival Mode & Design Montréal, organisme sans but lucratif constitué selon la troisième Partie de la Loi sur les compagnies, a pour objectif de promouvoir le design par la création et la tenue d'événements de mode. L'organisme est exempté d'impôt et a le statut d'un organisme sans but lucratif au sens de la Loi de l'impôt sur le revenu.

2 MODIFICATION DE MÉTHODES COMPTABLES

Instruments financiers - Instruments financiers créés ou échangés dans une opération entre apparentés

L'organisme a adopté les modifications au chapitre 3856, Instruments financiers, relatives à la comptabilisation des instruments financiers créés ou échangés dans une opération entre apparentés.

Ces nouvelles exigences prévoient principalement qu'un tel instrument financier soit initialement évalué au coût. Ce coût dépend du fait que l'instrument financier est assorti ou non de modalités de remboursement. Lorsqu'il l'est, le coût est déterminé au moyen de flux de trésorerie non actualisés, compte non tenu des paiements d'intérêts, et déduction faite des pertes de valeur. Sinon, son coût est déterminé en fonction de la contrepartie transférée ou reçue par l'organisme. L'évaluation ultérieure dépend de la méthode utilisée initialement et sera généralement le coût, diminué pour tenir compte de la dépréciation, ou la juste valeur.

Conformément aux dispositions transitoires, de tels instruments financiers qui existent à la date de première application, soit le 1er septembre 2021, sont évalués comme suit. Le coût d'un instrument financier assorti de modalités de remboursement est déterminé au moyen de ses flux de trésorerie non actualisés, compte non tenu des paiements d'intérêts, et déduction faite des pertes de valeur à la date d'ouverture de la première période présentée à titre comparatif, soit le 1er septembre 2020. Le coût d'un instrument financier qui n'est pas assorti de modalités de remboursement est réputé correspondre à sa valeur comptable, déduction faite des pertes de valeur, à cette même date.

L'adoption de ces nouvelles exigences n'a eu aucune incidence sur les états financiers de l'organisme.

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL**NOTES COMPLÉMENTAIRES**AU 31 AOÛT 2022

3 PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

Les états financiers ont été dressés selon les normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif et comprennent les principales méthodes comptables suivantes :

Utilisation d'estimations

La préparation d'états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, exige que la direction ait recours à des estimations et à des hypothèses qui ont une incidence sur les montants de l'actif et du passif comptabilisés et sur la présentation des éléments d'actif et de passif éventuels à la date des états financiers, ainsi que sur les montants comptabilisés des produits et des charges au cours de l'exercice. Les renseignements réels pourraient être différents de ceux établis selon ces estimations et hypothèses. Ces dernières sont réévaluées de façon continue et les changements sont comptabilisés aux résultats de l'exercice au cours duquel ils deviennent connus.

Constataion des produits

L'organisme applique la méthode du report pour comptabiliser les apports. Les apports non affectés sont constatés à titre de produits lorsqu'ils sont reçus ou à recevoir si le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que sa réception est raisonnablement assurée.

Les apports affectés et les commandites sont constatés à titre de produits de l'exercice au cours duquel les charges connexes sont engagées.

L'ensemble des autres produits est comptabilisé lorsque les services ont été rendus.

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La politique de l'organisme consiste à présenter dans la trésorerie et les équivalents de trésorerie, les soldes bancaires incluant les découverts bancaires dont les soldes fluctuent souvent entre le positif et le négatif.

Apports reçus sous forme de biens et de services

Dans le cadre de son fonctionnement courant, l'organisme sollicite des entreprises pour des biens et services. Ces apports sont évalués à la juste valeur des biens et services reçus et sont inclus à l'état des résultats. Par contre, en raison de la difficulté de déterminer la juste valeur de certains des apports reçus sous forme de biens et services, ceux-ci ne sont pas constatés dans les états financiers.

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL**NOTES COMPLÉMENTAIRES**AU 31 AOÛT 2022

3 PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (Suite)**Instruments financiers***Évaluation initiale*

L'organisme évalue initialement ses actifs financiers et ses passifs financiers créés ou échangés dans des opérations conclues dans des conditions de pleine concurrence à leur juste valeur. Ceux créés ou échangés dans des opérations entre apparentés sont initialement évalués au coût.

Le coût d'un instrument financier issu d'une opération entre apparentés dépend du fait que l'instrument est assorti ou non de modalités de remboursement. Lorsqu'il l'est, le coût est déterminé au moyen de ses flux de trésorerie non actualisés, compte non tenu des paiements d'intérêts et déduction faite des pertes de valeur déjà comptabilisées par le cédant. Sinon, le coût est déterminé en fonction de la contrepartie transférée ou reçue par l'organisme dans le cadre de l'opération.

Évaluation ultérieure

L'organisme évalue ultérieurement tous ses actifs financiers et ses passifs financiers au coût ou au coût après amortissement.

Les actifs financiers évalués au coût après amortissement selon la méthode linéaire se composent de l'encaisse, des comptes clients et des subventions et contributions financières à recevoir.

Les passifs financiers évalués au coût après amortissement selon la méthode linéaire se composent des fournisseurs et frais courus.

Le compte client d'un organisme sous contrôle commun et le compte fournisseur d'une société apparentée sont comptabilisés au coût.

Coûts de transaction

Les coûts de transaction attribuables à des instruments financiers créés ou échangés dans une opération entre apparentés sont comptabilisés dans les résultats de l'exercice au cours duquel ils sont engagés. Les coûts de transaction relatifs à des instruments financiers créés ou échangés dans des conditions de pleine concurrence qui sont évalués ultérieurement au coût ou au coût après amortissement sont comptabilisés au coût initial de l'instrument. Lorsque l'instrument est évalué au coût après amortissement, les coûts de transaction sont ensuite comptabilisés aux résultats sur la durée de l'instrument selon la méthode de l'amortissement linéaire.

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL
NOTES COMPLÉMENTAIRES

 AU 31 AOÛT 2022

3 PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (Suite)
Dépréciation

En ce qui a trait aux actifs financiers évalués au coût ou au coût après amortissement, l'organisme détermine s'il existe des indications d'une possible dépréciation. Dans l'affirmative, et si l'organisme détermine qu'il y a eu au cours de l'exercice un changement défavorable important dans le calendrier ou le montant prévu des flux de trésorerie futurs, une réduction de valeur est comptabilisée aux résultats. Si les indications d'une perte de valeur s'atténuent ou disparaissent, la moins-value déjà comptabilisée doit faire l'objet d'une reprise de valeur dans la mesure de l'amélioration. La valeur comptable de l'actif financier ne peut être supérieure à ce qu'elle aurait été à la date de reprise de valeur si la moins-value n'avait jamais été comptabilisée. La reprise de valeur est comptabilisée aux résultats.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont composées d'ameublements. Elles sont comptabilisées au coût et sont amorties en fonction de leur durée de vie utile selon la méthode linéaire sur 5 ans.

4 SUBVENTIONS

Les subventions suivantes font partie intégrante des montants présentés à l'état des résultats :

	2022	2021
	\$	\$
	<u> </u>	<u> </u>
Patrimoine Canada	171 800	76 400
Ministère de l'Économie et de l'Innovation	75 000	117 000
Secrétariat à la région métropolitaine (SRM)	350 000	350 000
Tourisme Québec - Volet 2	189 000	205 500
Ville de Montréal - Bureau des festivals	135 000	135 000
Ville de Montréal - Service de la culture	-	125 000
	<hr/> 920 800 <hr/>	<hr/> 1 008 900 <hr/>

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL
NOTES COMPLÉMENTAIRES

 AU 31 AOÛT 2022

5 DÉBITEURS

	2022	2021
	\$	\$
Clients	302 221	21 122
Client - Sensation Mode (note 9)	2 300	-
Sommes à recevoir de l'État	83 001	73 330
Subventions et contributions financières à recevoir	289 213	320 738
	676 735	415 190

6 IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	2022	2021		
	\$	\$		
	<u>Coût</u>	<u>Amortissement Cumulé</u>	<u>Valeur Nette</u>	<u>Valeur Nette</u>
Ameublement	29 517	29 517	-	2 246

7 FACILITÉS DE CRÉDIT

L'organisme dispose d'une marge de crédit pour un montant autorisé de 250 000 \$ portant intérêt au taux préférentiel majoré de 3,15% et renouvelable annuellement. La marge de crédit est garantie par une hypothèque mobilière de 1er rang de 250 000 \$ grevant l'universalité des biens meubles corporels et incorporels de Festival Mode & Design Montréal, présents et futurs, par le cautionnement de Groupe Sensation Mode Inc. pour 250 000 \$ et par le cautionnement de deux administrateurs pour 125 000 \$. La marge de crédit était inutilisée au 31 août 2022 et l'organisme a procédé à l'annulation de sa marge de crédit après la fin d'exercice. Une demande pour une nouvelle marge de crédit est en cours auprès d'une autre institution financière.

De plus, l'organisme dispose de trois cartes de crédit d'une limite totalisant 11 000 \$.

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL
NOTES COMPLÉMENTAIRES

 AU 31 AOÛT 2022

8 CRÉDITEURS

	2022	2021
	\$	\$
Fournisseurs et frais cursus	446 110	308 265
Fournisseur - Groupe Sensation Mode Inc. (note 9)	464 464	437 634
	910 574	745 899

9 OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

Les deux actionnaires de Groupe Sensation Mode Inc. siègent au conseil d'administration de Festival Mode & Design Montréal qui compte huit administrateurs dont six sont non-apparentés et indépendants. Ces deux actionnaires siègent également au conseil d'administration d'Expérience Centre-Ville et de Sensation Mode.

Outre les informations mentionnées aux notes 5, 7 et 8, l'organisme a effectué les opérations suivantes avec des apparentés :

	2022	2021
	\$	\$
<i>Groupe Sensation Mode Inc.</i>		
Charges - honoraires de gestion		
Création et programmation	88 110	23 023
Logistique, production et technique	39 495	28 313
Multimédias	45 252	35 785
Marketing	114 366	111 866
Ventes	46 061	49 273
Administration	238 437	193 932
Charges - frais d'opérations		
Multimédias	278	-
Marketing	-	22 917
Ventes	-	145
Administration	164 125	173 253
	736 124	638 507

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL
NOTES COMPLÉMENTAIRES

 AU 31 AOÛT 2022

9 OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS (Suite)

	2022	2021
	\$	\$
<i>Expérience Centre-Ville</i>		
Apports sous forme de biens et services	20 000	-
Charges - Frais de logistique, production et technique		
Valeur de commandites reçues en biens et services	20 000	-
<i>Sensation Mode</i>		
Revenus - Participation	2 000	-

Ces opérations ont eu lieu dans le cours normal des affaires et sont mesurées à la valeur d'échange, qui est le montant de la contrepartie convenue et acceptée par les apparentés. Le compte client de l'organisme sous contrôle commun et le compte fournisseur de la société apparentée ont été évalués au coût déterminé au moyen des flux de trésorerie non actualisés. Aucun écart n'a résulté de ces opérations.

10 INSTRUMENTS FINANCIERS
Risques et concentrations

L'organisme, par le biais de ses instruments financiers, est exposé à divers risques sans pour autant être exposé à des concentrations de risque. L'analyse suivante indique l'exposition et les concentrations de l'organisme aux risques à la date du bilan.

Risque de crédit

Le risque de crédit est le risque qu'une partie à un instrument financier manque à l'une de ses obligations et amène de ce fait l'autre partie à subir une perte financière. Les principaux risques de crédit pour l'organisme sont liés aux comptes clients, au compte client d'un organisme sous contrôle commun et aux subventions et contributions financières à recevoir. L'organisme évalue de façon continue les débiteurs sur la base des montants qu'il a la quasi-certitude de recevoir.

Au 31 août 2022, 36% des comptes clients étaient à recevoir de trois clients importants (aucun client important en 2021).

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL**NOTES COMPLÉMENTAIRES**AU 31 AOÛT 2022

10 INSTRUMENTS FINANCIERS (Suite)**Risque de liquidité**

Le risque de liquidité est le risque qu'une entité éprouve des difficultés à honorer des engagements liés à des passifs financiers. L'organisme est exposé à ce risque principalement en regard à ses fournisseurs et frais courus et à son compte fournisseur d'une société apparentée.

Risque de marché

Le risque de marché est le risque que la juste valeur ou les flux de trésorerie d'un instrument financier fluctuent en raison des variations des prix du marché. Le risque de marché inclut trois types de risque: les risques de change, le risque de taux d'intérêt et le risque de prix autre. L'organisme est principalement exposé au risque de taux d'intérêt.

Risque de taux d'intérêt

Le risque de taux d'intérêt est le risque que la juste valeur ou les flux de trésorerie futurs d'un instrument financier fluctuent en raison des variations de taux d'intérêt du marché. L'organisme est exposé au risque de taux d'intérêt en ce qui concerne ses instruments financiers à taux d'intérêt variable. Les instruments à taux d'intérêt variables assujettissent l'organisme à un risque de flux de trésorerie.

11 ÉVENTUALITÉ

Une condition rattachée à une subvention de 350 000 \$ reçue du gouvernement du Québec exigeait que l'organisme n'obtienne pas une source de financement additionnelle qui viendrait modifier le plan de financement énoncé à la convention de subvention. Le total des produits a été supérieur aux produits budgétés d'environ 583 000 \$. Cette hausse des produits est attribuable à un festival d'une plus grande envergure et est principalement en lien avec la hausse des apports reçus sous forme de biens et services qui, par contre, entraîne la comptabilisation de charges pour le même montant. Étant donné que le gouvernement pourrait conclure à un non-respect de cette condition, il pourrait décider de réduire le montant de la subvention. Il est actuellement impossible de déterminer si le gouvernement réduira ou non le montant de la subvention accordée et aucune provision à cet égard n'a été comptabilisée dans les états financiers.

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

EXERCICE TERMINÉ LE 31 AOÛT 2022

	2022	2021
	\$	\$
<hr/>		
FRAIS DE MULTIMÉDIAS		
Honoraires de gestion	45 252	35 785
Équipe multimédias	29 511	19 430
Outils multimédias	15 942	747
Valeur de commandites reçues en biens et services	6 000	-
Frais de déplacements	320	293
Frais de bureau	278	39
	<hr/>	<hr/>
	97 303	56 294
	<hr/> <hr/>	

FRAIS DE CRÉATION ET PROGRAMMATION

Valeur de commandites reçues en biens et services	512 082	144 142
Honoraires de gestion	88 110	23 023
Équipe de création et programmation	75 777	63 765
Distribution	46 329	57 611
Matériel artistique	13 108	10 429
Frais de déplacements	3 546	634
Frais de bureau	277	-
Droits	205	299
Frais de déplacement	35	-
	<hr/>	<hr/>
	739 469	299 903
	<hr/> <hr/>	

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

EXERCICE TERMINÉ LE 31 AOÛT 2022

	2022	2021
	\$	\$
FRAIS DE LOGISTIQUE, PRODUCTION ET TECHNIQUE		
Équipements techniques	94 868	65 113
Équipe de production et technique	87 941	79 443
Valeur de commandites reçues en biens et services	72 900	168 813
Frais logistiques	46 619	39 939
Honoraires de gestion	39 495	28 313
Transport	27 870	7 936
Traiteur	27 796	16 161
Sécurité	25 123	30 055
Équipe logistique	23 127	18 076
	445 739	453 849
FRAIS DE MARKETING		
Valeur de commandites reçues en biens et services	747 195	367 990
Honoraires de gestion	114 366	111 866
Promotion et publicité	50 853	49 379
Outils marketing	4 342	48 380
Équipe marketing	1 500	19 877
Frais de déplacements	195	866
Frais de bureau	-	365
	918 451	598 723
FRAIS DE VENTES		
Honoraires de gestion	46 061	49 273
Valeur de commandites reçues en biens et services	-	1 400
Équipe des ventes	-	700
Frais de bureau	-	122
Frais de déplacements	-	24
	46 061	51 519

FESTIVAL MODE & DESIGN MONTRÉAL
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

EXERCICE TERMINÉ LE 31 AOÛT 2022

	2022	2021
	\$	\$
FRAIS D'ADMINISTRATION		
Honoraires de gestion	238 437	193 932
Location	63 456	47 661
Honoraires professionnels	56 290	113 098
Assurances	20 983	5 476
Frais de bureau	17 494	13 531
Télécommunications	13 900	14 251
Frais de déplacements	10 894	3 536
Frais de représentation	6 547	3 313
Entretien et réparations	6 487	1 612
Taxes et permis	901	1 006
Mauvaises créances	-	1 974
Intérêts et frais de banque	8 188	7 879
Amortissement des immobilisations corporelles	2 246	5 904
	445 823	413 173
