

Politique culturelle 2017-2022
Ville de Montréal

***Savoir conjuguer la créativité et l'expérience culturelle citoyenne
à l'ère du numérique***

Un recueil de réflexions et de recommandations
par
Philippe Demers

Présenté au conseil de ville de Montréal
Le jeudi 6 avril 2017

Préambule

Suite à la présentation de la politique culturelle : *savoir conjuguer la créativité et l'expérience culturelle citoyenne à l'ère du numérique*, par l'équipe des services de la culture et de Manon Gauthier, il me fait plaisir d'adresser au conseil municipal mes recommandations pour assurer à notre ville un futur culturel brillant.

Je suis un citoyen montréalais maintenant dix ans et depuis que j'y habite je me suis particulièrement intéressé au croisement des arts et des affaires. Mon expérience personnelle, à titre de fondateur de MASSIVart et du festival Chromatic, me pousse à m'intéresser à la diversification des sources de revenus chez les artistes et à l'innovation des modèles d'affaires en culture. C'est ainsi que mes réflexions et conseils suite à la lecture de la politique porteront davantage sur le premier chantier transversal : l'entrepreneuriat culturel et créatif.

C'est donc pour aller encore plus loin dans les idées énoncées par la politique que je proposerai dans ce texte des recommandations pour dresser un plan d'action efficace sur les thèmes de l'économie, du financement et de la transversalité de la culture.

Finalement je tiens à préciser que les mesures proposées ici peuvent être irréalistes compte tenu de la connaissance réduite que je possède quant au fonctionnement de l'administration municipale.

ÉCONOMIE & CULTURE

L'entrepreneuriat culturel : Démarrer une entreprise en arts

Je suis ravi que la Ville de Montréal fasse une plus grande place à l'entrepreneuriat culturel dans ses politiques. Il est en effet évident que la culture occupe une place de choix dans le développement économique de Montréal. Or, le terme entrepreneur culturel n'apparaissait à ce jour dans aucun programme de la ville ou de son conseil des arts.

Démarrer une entreprise en culture demande en partie le même encadrement que dans le domaine de la technologie. Or, par expérience personnelle, lorsque j'ai démarré MASSIVart en 2009, le nombre de ressources était limité: les entreprises culturelles et événementielles n'étaient pas admissibles au programme du SAJE, ni au conseil des arts et aucun programme n'existait pour nous à la division économique et au service culturel de la ville.

Ce qui m'a réellement permis de démarrer mon entreprise et de me lancer fut un soutien de la CDEC Ville-Marie (économie sociale), mais surtout du ministère des Finances du Québec dans le cadre du programme d'aide à l'entrepreneuriat (PAEN) Volet : Entreprises collectives en arts et culture à Montréal. Le programme s'est terminé et n'a jamais été renouvelé depuis. Le fonctionnement du fond était intéressant dans la mesure où il offrait une subvention conditionnelle à un investissement de l'entreprise. Par exemple, pour chaque deux dollars de loyer que nous payions, 1 \$ était admissible à la subvention.

Les premières années d'une entreprise culturelle sont les plus difficiles, les ressources sont limitées et il importe de bien cerner son modèle d'affaires tout en restant authentique et axé sur la création. Un **soutien stratégique et financier accru dans la période du démarrage** pourrait permettre l'éclosion de davantage d'entreprises.

À cet effet, je suggère que la ville créer un **système ou les entreprises de la relève entre en dialogue avec un seul agent à la ville dès leur création**. Cet agent pourrait les aiguiller sur tous les programmes disponibles, donner des conseils stratégiques, favoriser la mise en relation des entreprises avec des partenaires potentiels et lui servir de guichet unique. Ce genre de suivi permettrait une meilleure connaissance terrain des entrepreneurs et ainsi un portrait réaliste des entreprises qui se démarquent. Dans cet esprit, cet agent de développement économique pourrait rencontrer annuellement les organisations et annoncer tous les changements importants à venir ou encore les nouvelles opportunités. Ces agents pourraient travailler dans un bureau ouvert aux entrepreneurs qui pourrait y venir pour consulter des ressources.

Dans un autre ordre d'idée, les entrepreneurs culturels ont souvent moins accès aux réseaux des professionnels juridiques et financiers essentiels au bon développement des entreprises. C'est pourquoi je salue les initiatives telles que GO CA qui permettent de lier des gens d'affaires aux jeunes entrepreneurs. Il pourrait être judicieux de soutenir la **création d'un service qui appuie la comptabilité et les stratégies fiscales des entreprises**. Ce genre de service pourrait permettre de s'assurer que nos futures entreprises en démarrage soient en meilleure santé financière.

L'exportation

Montréal se distingue par sa force créative. La ville regorge d'artistes et d'entreprises culturelles qui mettent sur pied des événements et des festivals fort prisés. Or, la population montréalaise et québécoise étant limitée, on ne peut compter uniquement sur elle pour consommer l'ensemble de la production culturelle montréalaise.

La solution : élargir le public cible par l'exportation. Le talent montréalais est illimité. Encourager l'exportation de notre culture, c'est créer des retombées économiques majeures et propulser notre identité à travers le monde. Le rayonnement de Montréal passe par le talent de ses artisans et favorise massivement l'attraction de talent, de tourisme et d'entreprises étrangères.

Or, les entreprises culturelles et les artistes qui ne se qualifient pas à la SODEC n'ont pas accès à un soutien pour leur exportation. Afin de s'impliquer activement, la Ville de Montréal pourrait envisager **la création d'un Bureau de l'exportation culturelle**. En collaboration avec les réseaux diplomatiques et Export Québec, ce bureau viserait la mise en place des meilleures pratiques en matière d'exportation et de rayonnement culturel. L'organisme rallierait aussi les divers acteurs de l'industrie autour de sa mission de mise de l'avant de la culture, notamment la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, les ambassades canadiennes et québécoises, Montréal International et Tourisme Montréal.

En s'entourant des organisations déjà mises en places, la Ville de Montréal pourra réaffirmer sa position de leader culturel de deux façons. D'abord, elle favorisera **la création d'initiatives de croisement entre villes créatives**. Alors que les événements, expositions et festivals montréalais cherchent à créer des ponts avec d'autres grands centres créatifs, le Bureau de l'exportation culturelle apportera son soutien par des mesures fiscales, des subventions, du support stratégique et une mise en relation avec les réseaux existants. En supervisant ces démarches, le Bureau s'assure du même coup du rayonnement global de la Ville par des communications cohérentes et porteuses.

Ensuite, elle développera un programme de missions commerciales culturelles inversées, attirant des gens d'affaires de l'International à Montréal et les connectant avec les artistes et les entreprises culturelles. Cette initiative, en plus d'encourager l'exportation culturelle,

assure un rayonnement de la Ville et la réaffirmation de son positionnement auprès d'acteurs clés du marché culturel.

La proximité des grandes métropoles favorise les échanges commerciaux avec elles, pour l'industrie de la culture comme pour toutes les autres. Cette proximité se traduit par la facilité d'accès à ces capitales. Il m'apparaît essentiel de **multiplier les collaborations entre New-York, Toronto et Montréal**. C'est pourquoi je partage un rêve avec vous, celui de la mise en place d'un TGV qui relierait Montréal à New York et à Toronto, un changement qui ne manquerait pas d'avoir des impacts énormes sur la croissance des échanges entre ces pôles créatifs.

La promotion internationale: soutenir notre réputation de ville culturelle à l'étranger

Le rayonnement de Montréal passe d'abord par sa programmation culturelle et événementielle, le fruit du travail de nos meilleurs créateurs. Ils maintiennent ainsi sa réputation de ville vibrante et accueillante. La métropole jouit aussi de la réputation d'artistes et d'entreprises culturelles reconnues qui connaissent un succès international et propulse ainsi la culture d'ici. Mais plusieurs de ces artistes et de ces événements restent méconnus à l'étranger et sont des atouts à exploiter pour la Ville.

En effet, alors qu'elle s'affaire à générer du bruit médiatique à propos Montréal, la Ville doit faire du rayonnement culturel sa priorité. Se faisant, elle s'offre ainsi un tout nouvel angle de couverture et étend sa portée à de nouveaux médias.

Pour faire rayonner Montréal à l'étranger, il faut d'abord **faire rayonner Montréal sur le web**. Des partenariats avec des géants du web pourraient aider à augmenter la portée web de la culture d'ici. Pensons notamment au *Google Arts & Culture Institute*, qui vise à promouvoir les cultures artistiques à travers le monde.

Le rayonnement de Montréal passe par les médias, mais aussi par une présence physique dans certains des regroupements culturels mondiaux les plus importants. La Ville pourrait-elle envisager, par exemple, de **créer des hubs créatifs dans vitrines culturelles à travers le monde?** Un recensement des diverses opportunités de mise de l'avant de Montréal comme force culturelle pourrait permettre à la Ville d'assurer sa présence, et celle de ses artistes, parmi les grands événements internationaux dans les marchés culturels d'importance.

Parmi ses objectifs, la Ville de Montréal a identifié sa volonté de faciliter le déploiement d'un événement phare stimulant le rayonnement des acteurs du numérique d'ici 2020. Je salue

cette mission que s'est donnée la ville et l'invite à s'inspirer d'initiatives équivalentes comme Luminato, un projet de la Ville de Toronto qui connaît un fort succès depuis sa mise en place. Dans la conception de cet événement phare, la Ville pourra aussi contribuer à la définition même de l'art numérique, une définition inclusive, offrant une meilleure compréhension et permettant au public une meilleure appréciation.

Accélérer le développement économique et culturel de Montréal

Je salue l'intention de la ville de favoriser l'exploration de modèles d'affaires et de financement innovants dans leurs prochains plans d'action. En effet, je crois que Montréal est une ville incroyable et que son bassin de créatifs et son écosystème culturel lui permettrait de rapidement devenir la «*Silicon Valley*» des arts.

C'est ainsi que je crois fortement que la ville devrait **soutenir activement les événements et initiatives permettant de concerter, d'éduquer, d'inspirer, d'outiller, d'informer les artistes entrepreneurs**, les travailleurs culturels et les dirigeants d'organisations sur les nouveaux modèles d'affaires en culture.

Il est évident aujourd'hui que les organisations culturelles doivent redéfinir leur source de revenus. Pour se faire, les organisations culturelles doivent se mettre «en mode startup» et imaginer des services commerciaux afin de générer des revenus en marge de leur activité de production artistique.

Il m'apparaît également intéressant de **multiplier les liens entre les différentes industries créatives**. En effet, je crois fortement que mélanger les organisations à but non lucratif avec les milieux corporatifs et l'industrie est extrêmement bénéfique. Les soirées composites, du Conseil des arts de Montréal, sont un pas dans la bonne direction. Cette rencontre des univers commerciaux et culturels peut, selon moi, donner un élan de dynamisme et créer des ponts qui élargissent le champ possible des organisations culturelles et des industries.

La ville pourrait encourager tous les secteurs à tenir ce genre d'événement de concertation et le conseil des arts pourrait donner l'exemple en poussant encore plus loin son programme art affaires en mettant en place des rencontres mensuelles. En effet, avec la récente multiplication des comités de jeunes ambassadeurs et de jeunes mécènes, il pourrait être intéressant pour le conseil de profiter de ses réseaux ainsi que de ceux des chambres des commerces et les mobiliser auprès de la communauté artistique.

Je salue l'initiative de la ville de resserrer la collaboration entre la division de développement économique et la division culturelle. Il me semble qu'aux yeux de beaucoup, la culture n'est pas considérée comme du développement économique. Renforcer l'idée qu'elle peut l'être

en **créant des programmes de soutien aux entrepreneurs des arts à l'intérieur de la division économique** serait une bonne manière de le faire.

Il m'apparaît également logique de travailler un partenariat fort entre le Quartier de l'innovation et nos les initiatives culturelles montréalaises. Les créatifs et les artistes remettant sans cesse en question les processus et les manières de faire ils sont d'excellent candidat à l'innovation. **Un pôle artistique dans le quartier de l'innovation** permettrait de pousser plus loin et de cultiver la recherche d'innovation dans la pratique culturelle ainsi que sa gestion.

La gestion des espaces commerciaux en culture

L'industrie culturelle en est une qui nécessite généralement la location d'espaces commerciaux, bureaux ou ateliers d'artistes. Il s'agit là d'une dépense d'ampleur qui freinera souvent la création de nouvelles entreprises culturelles.

Un programme est déjà en place pour permettre aux OBNL de se prémunir de déductions de taxes municipales, mais bien qu'il soit apprécié, il ne représente pas un allègement suffisant. Les OBNL devront souvent recourir à plusieurs bourses et programmes de financement seulement pour couvrir les taxes municipales de leur local pour la première année. **La Ville de Montréal pourrait envisager de bonifier ce programme pour les entreprises en démarrage** en leur offrant des déductions plus importantes pour les soutenir dans les premières années, cruciales à leur succès.

Reconnaissant que les artistes sont de puissants acteurs de revitalisation d'un quartier, la Ville de Montréal a mis sur pied plusieurs programmes fort bénéfiques dans les dernières années pour faciliter leur implantation dans certains quartiers de la ville. Il importe toutefois de prendre l'engagement de les soutenir à long terme. Plusieurs ateliers d'artistes, loués à des prix alléchants, ont vu leurs taxes augmenter dramatiquement, proportionnellement à la revitalisation du quartier, provoquant l'exode des artistes. Il serait judicieux de jumeler le programme de soutien aux ateliers d'artistes a des programmes d'allègement fiscal quant aux

La difficulté de la situation immobilière pour les entreprises en démarrage n'est pas méconnue des géants de la créativité comme Moment Factory, Autodesk, Sid Lee et LightSpeed qui, déjà bien impliquées dans le milieu, seraient certainement tentées d'incuber des startups culturelles si des incitatifs leur étaient proposés à cet effet. Pour ma part, l'incubation de mon entreprise chez Sid Lee pendant deux ans lui a donné l'élan nécessaire à son succès.

Les entreprises privées sont en effet de plus en plus impliquées dans l'effort collectif de soutien des artisans montréalais. La Ville de Montréal pourrait saluer ces initiatives par de nouvelles **formes d'allègement fiscal accordées aux promoteurs immobiliers qui**

accueillent des artistes au sein de leur développement et aux entreprises privées qui exploitent des lieux culturels. Je salue votre intention de soutenir ces dernières, mais je ne crois pas qu'un programme de modernisation des leurs équipements soit suffisant. Plusieurs de ces entreprises ne sont pas rentables et perdurent seulement grâce à la détermination de leurs propriétaires.

Dans le deuxième chantier transversal : *Le numérique au service de l'expérience culturelle du citoyen*, on mentionne l'ambition de la Ville de « stimuler de façon structurante l'éclosion des espaces de recherche et de rencontres citoyennes qui agiront comme incubateurs et accélérateurs d'entreprises culturelles et créatives, de talents et d'idées. » Je salue haut et fort cet objectif en ajoutant que je travaille moi-même, avec mon entreprise MASSIVart et plusieurs autres partenaires, à la création d'un hub entrepreneurial culturel. L'industrie a besoin d'un lieu où les artistes, les créatifs, les travailleurs culturels et les entrepreneurs se côtoieront. Ce projet est en voie de voir le jour dans deux ans dans le quartier du Sud Ouest. Entre temps, je propose la mise en place d'un espace de coworking pour les entrepreneurs culturels et, si cela est envisageable, l'implication du Conseil des arts de Montréal qui pourrait l'accueillir dans ses locaux.

FINANCEMENT DE LA CULTURE

Subventionner son projet à la ville

Je salue l'intention de la ville de Montréal à rechercher « une plus grande souplesse administrative afin de mieux saisir les opportunités et d'appuyer les modèles d'affaires innovants et les projets hybrides. »

En effet, mon expérience personnelle des subventions municipales n'a pas été des plus aisée. À cet effet, je suggère de décloisonner les disciplines : l'expression artistique brouille de plus en plus les frontières en devenant pluridisciplinaire, à cet effet **les subventions ne devraient pas être attribuées en fonction des disciplines**. Cela crée des «cases» qui empêchent les projets hors normes de se faire financer. Je ne crois pas qu'il faut perdre la représentativité dans le soutien, tous les types d'expressions devraient être soutenus. Je ne vois tout simplement pas l'avantage de catégoriser les soutiens par type d'expression.

Un autre problème réside dans le délai de traitement. Souvent il est difficile voir impossible pour les organisations de faire correctement leur exercice budgétaire dans la mesure où il y a un écart de six mois entre le dépôt et la demande. Je crois que la ville rate de belles occasions avec plusieurs projets qui se classent hors délais. Certains modèles dans les pays scandinaves donnent des réponses dans des délais de deux à trois semaines après le dépôt de demandes.

Deux choses peuvent aider à **accélérer le processus de subvention**. Premièrement, il faudrait moderniser la façon de procéder à la demande. D'abord il faudrait pouvoir déposer par voie électronique (par le biais d'un formulaire, par exemple, et non pas d'un DVD) en ayant l'opportunité de joindre un vidéo explicatif. Ensuite les demandes devraient être plus concises. Elle pourrait prendre la forme de sommaire exécutif. Les projets sélectionnés pourraient par la suite fournir des renseignements plus complets. Enfin je crois qu'il faudrait, pour voir venir les projets prometteurs qui ne maîtrisent pas encore les demandes de subventions, de demander aux candidats les plus intéressants de venir faire une présentation en personnes. Enfin, des agents personnalisés à chaque porteur de projet, il va sans dire que le processus serait beaucoup plus rapide parce que l'agent aurait beaucoup d'information qui lui permettrait de faciliter le processus de décisions.

Varier les formes de soutien

Je pense également que la ville, qui possède des moyens financiers limités, devrait **songer à augmenter son offre de soutien en service**. En plus des services de mobilier, poubelles, clôture, etc. déjà existants, la ville pourrait offrir des services d'une autre nature.

À titre d'exemple, elle pourrait offrir des conseils stratégiques, de l'accompagnement de développement et faciliter les mises en relation avec d'autres partenaires institutionnels.

Une autre avenue serait celle du soutien aux communications. En effet, le défi de plusieurs organisations est de faire connaître leur événement ou organisation avec des moyens publicitaires limités. Dans le même esprit que la promotion sur le territoire urbain par le biais des oriflammes, la ville pourrait négocier des ententes avec Quebecor Média, Bell Média, Cogeco et autres géants de la communication de ce genre afin de **soutenir la visibilité aux événements et entreprises en démarrage ou en développement** et en offrons un pourcentage de leurs espaces publicitaires des causes culturels. Ce programme d'accès aux plateformes de promotion pourrait être géré par le conseil des arts afin de respecter des critères d'excellences artistiques. Cela aurait pour effet de multiplier le rayonnement local et national de nos organisations culturelles.

Le département de communication de la ville pourrait également participer à l'effort en **transformant le maire et les élus en porte-parole auprès des médias**. Chaque dimanche, par exemple, La Presse pourrait couvrir l'agenda culturel de Mme Manon Gauthier et ainsi informer tous les citoyens des événements soutenus par la ville auxquels les citoyens sont invités. Ce genre de mesure permettrait à la ville de rentabiliser l'investissement de la ville en s'assurant que le projet soutenu est communiqué adéquatement.

Le mécénat, la philanthropie, le maillage art et affaires

Dans les grands centres urbains du Québec, un mouvement philanthropique a vu le jour et prend de l'ampleur. Les politiques de la Ville et de ses organisations subventionnées doivent procurer l'effet de levier qui permettra de faire de Montréal un centre philanthropique en Amérique. Il s'agirait possiblement là d'étendre les mesures actuelles d'allégement fiscal aux philanthropes au niveau municipal et de créer de nouvelles mesures qui seront adaptées aux besoins précis de nos institutions et entreprises culturelles.

Non seulement la philanthropie devrait-elle être facilitée, mais elle devrait être célébrée! La **reconnaissance accrue et la mise de l'avant des mécènes**, principalement par le Conseil des arts de Montréal et nos grands médias, favoriseront assurément le décuplement des initiatives. Ainsi, je suggère de créer une médaille d'honneur ou un hall de renommée des grands mécènes, de manière à encourager cette mouvance dans nos sociétés.

La mise en place d'un incitatif fiscal municipal pour philanthropes pourrait également agir comme un levier pour mobiliser les dons par les communautés d'affaires. À ce sujet je salue **l'importance du programme de parrainage fiscal du Conseil des arts de Montréal**. Il est très difficile pour une organisation culturelle de la relève d'accéder aux dons que les fondations et les particuliers veulent lui octroyés dans la mesure ou les démarches administratives pour obtenir un numéro de charité coûtent en moyenne 8000\$ à obtenir. Je proposerai de sécuriser la capacité de ce programme.

De nouvelles sources de revenus pour la culture

Il est évident qu'il faut se réjouir du nombre d'initiatives culturelles qui existe à Montréal. Cela pose par contre le problème des limites de fonds publics. La ville atteint des plafonds par rapport à sa capacité d'octroyer des subventions. Il devient alors nécessaire de trouver des nouveaux fonds sans faire augmenter les taxes des citoyens.

Pour ce faire, je crois qu'il pourrait être intéressant de mettre des mesures en place pour **donner l'opportunité à tous les citoyens de contribuer au financement des entreprises culturelles et des artistes**. La Californie a trouvé une façon intéressante de créer un fonds spécial pour la culture. Elle permet à ses automobilistes de choisir une plaque automobile contenant l'oeuvre d'un artiste pour un montant supplémentaire, ce qui a amassé dès la première année plusieurs millions de dollars qui ont été réinjectés dans le milieu culturel. De la même façon. Cette mesure n'est pas applicable directement à la ville qui ne contrôle pas les plaques, mais le principe pourrait s'appliquer pour les propriétaires montréalais. Une option sur leur compte de taxes pourrait permettre d'amasser des fonds pour la culture. La possibilité d'ajouter 2 \$ à son billet au musée pourrait financer des programmes muséaux, etc.

Une autre initiative intéressante dans la diversification des sources de revenus nous vient de la Belgique et permet d'enrichir les montages financiers des projets culturels tout en soutenant le développement et la fidélisation des publics. Le gouvernement belge s'est **associé à des plateformes de sociofinancement**. Lorsque les projets culturels atteignent 80 % de leur objectif, l'état verse le 20 % manquant. Ce principe est intéressant, car il finance des initiatives qui rejoignent réellement les citoyens. En effet, si plusieurs citoyens ont payé pour soutenir le projet, c'est qu'il trouve écho chez le public et que celui-ci a de plus grandes chances de connaître un succès lors de sa sortie.

De nouveau public pour la culture

Enfin, toujours dans l'objectif de rendre l'art et la culture la plus accessible possible, je crois qu'il serait **bénéfique de mettre en place un programme de soutien au développement des jeunes publics**. Ce programme visera à soutenir financièrement les initiatives visant à attirer au sein de nos organisations et institutions un public de 18 à 30 ans, en misant notamment sur une programmation qui rejoint ce segment. Les initiatives financées devront impérativement mettre les jeunes en relation avec les œuvres et prouver qu'elle contribue à la fidélisation de futurs consommateurs culturels.

Développer le public des maisons de la culture

Je crois que les maisons de la culture sont importantes et je soutiens la ville dans son intention d'en favoriser le développement. Je crois toutefois que les citoyens, particulièrement les jeunes, ne connaissent pas assez ce réseau exceptionnel. Je crois que des efforts peuvent être déployés pour améliorer l'image de marque des maisons de la culture et y développer de nouveaux publics.

Pour faciliter l'appropriation des lieux par la communauté artistique, il serait judicieux de **multiplier les coproductions avec les organisations culturelles locales**. Les maisons de la culture pourraient, par exemple, accueillir des lancements de festival, séance de projection RIDM, des performances de danse du FTA, etc. Une autre avenue serait de rendre plus accessible son offre événementielle **en proposant des types d'activité plus festive, inspirée des soirées Nocturnes du MAC**.

LA CULTURE : UNE VISION TRANSVERSALE

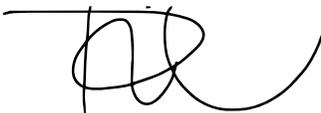
La culture au cœur de chaque service municipal

Je salue la vision de la politique culturelle conçoit la culture comme transversale. En effet, je suis également d'avis que la culture devrait être intégrée à toutes les étapes de notre vie et être la plus accessible possible. C'est ainsi que je pense que cette vision devrait se traduire jusqu'au département des travaux publics de la ville de Montréal. En effet, cette vision pourrait se traduire par **l'intégration d'art aux travaux majeurs d'infrastructures et de design urbain montréalais**. Il est dommage que nos artistes ne soient pas mis à profit dans des opérations qui forgent le paysage montréalais. Nos tunnels, nos palissades de chantiers, nos viaducs, toutes nos structures urbaines ont le potentiel de devenir de magnifiques surfaces de diffusion culturelle.

EN CONCLUSION

De façon générale, je réitère que je suis emballé par le projet de politique culturelle. Je salue les idées et les objectifs qui y sont cités et trouve que cette vision prend bien en compte la dynamique culturelle si complexe, riche et dense qui existe à Montréal. De plus, je pense qu'elle adresse la plupart des grands défis de la culture à Montréal.

J'espère que la ville pourra trouver quelques bonnes idées dans le lot de mes propositions et qu'ainsi nous puissions aller plus loin encore dans l'excellence et la santé économique de la culturelle à Montréal.



Philippe Demers
Montréalais
Fondateur du festival Chromatic & de l'agence MASSIVart

À propos de Philippe Demers

Philippe est un entrepreneur engagé dans le développement économique par le biais de l'art et de la culture. Il cofonde en 2009 MASSIVart, une agence montréalaise qui produit des événements et oeuvres innovantes en connectant les artistes aux marques et aux entreprises. Philippe est également l'initiateur du festival Chromatic, une expérience artistique immersive ayant rassemblé plus de 500 artistes et 50 000 personnes à Montréal, Paris et Toronto.

À propos de MASSIVart

MASSIVart est une agence de production et de direction artistique basée à Montréal qui connecte les artistes aux marques et aux publics. Nous produisons du contenu et des événements et offrons des services de commissariat d'art. Chaque année, nous célébrons fièrement la scène créative montréalaise avec notre festival Chromatic.

MASSIVart soutient les créateurs à travers des opportunités d'affaires innovantes, rendant ainsi l'art plus présent et accessible. Nos projets servent de vitrines pour les créateurs. Expositions, installations, vernissages et soirées créatives : nous intégrons les arts visuels, sonores, interactifs et contemplatifs au cœur de chacune de nos initiatives pour assurer une plus large diffusion du travail de la relève et des artistes établis.

À propos du festival Chromatic

Tout en mettant l'accent sur les talents de la scène québécoise, le festival a pour vocation de provoquer des rencontres entre les communautés artistiques d'ici et d'ailleurs. En 2017, pour sa 8e édition, il rassemble artistes, professionnels et grand public autour d'expériences qui allient créativité et innovations artistiques. Polyforme, il se déploie en quatre volets :

Chromatic Pro : Au travers de conférences, d'ateliers interactifs et de rencontres, assistez aux profondes mutations économiques qu'engendre l'innovation dans les domaines de l'art et de la culture.

L'Expo Chromatic : Durant près d'une semaine, une cinquantaine d'artistes montréalais et internationaux présentent leur travail. L'objectif : immerger, étonner, questionner et jouer avec le public, le tout dans une ambiance décontractée.

Les Nuits Chromatic : Deux Nuits éclectiques et électriques qui sont l'occasion pour le public du Festival de rendre hommage à l'art et aux jeunes créateurs présents au sein de l'exposition.

Chromatic Kids : Parce que la jeunesse est l'avenir de notre société, Chromatic Kids propose aux enfants et à leurs parents de participer à divers ateliers créatifs. Observer, apprendre, modifier, créer, chacun laisse libre cours à sa créativité pour une expérience inoubliable en famille.