

GROUPE
SENSATION
MODE

FESTIVAL

MODE
DESIGN

MONTREAL

EN COLLABORATION AVEC



MÉMOIRE

Avant-propos

Au nom du Groupe Sensation Mode et du Festival Mode & Design Montréal, nous sommes très heureux de l'occasion qui nous est donnée par la Commission sur la Culture, le patrimoine et les sports de la ville de Montréal de contribuer à la réflexion qui conduira à l'adoption de la Politique de développement culturel 2017-2022 de la ville de Montréal.

Notre intervention portera essentiellement sur la mode.

Sommaire

La mode est le plus souvent considérée d'abord et avant tout comme un vecteur de développement économique. On l'associe souvent aux échanges commerciaux, aux entreprises industrielles, ou aux grandes marques.

Nous sommes pour notre part d'avis que la mode constitue aussi un axe de développement culturel très porteur, un élément de l'ADN de la ville et une incroyable carte de visite culturelle de la Métropole à l'international.

Qu'elle soit portée ou mise en scène, la mode fait rêver, traduit nos manières d'être et de vivre et permet l'expression de notre identité et de notre créativité. L'industrie est composée bien sûr des fabricants, des grossistes-distributeurs, des chaînes, des détaillants ou des boutiques. Mais la mode c'est aussi de grands créateurs de renom, des designers émergents trop peu connus mais tout aussi talentueux, des écoles de mode et de design reconnues à l'international, des musées, des événements d'envergure ou encore le Cirque du Soleil. Le secteur trouve aussi son écho dans les plus grandes institutions culturelles montréalaises.

La mode est partie prenante du quotidien des citoyens de notre société et de ce fait, elle constitue une pratique culturelle qui se vit au quotidien de la ville.

Un événement mode est en lui-même un geste culturel, fondé sur le vêtement et les accessoires, il est multidisciplinaire et avec des touches importantes de design. Des défilés, tels que le Groupe Sensation Mode les conçoit, deviennent des expériences totalement à part entière, des « fashiontainment ». Ils offrent au public une expérience immersive dont il devient un des acteurs, car ils mettent à contribution le design, le costume, la musique, l'éclairage, la projection vidéo, la beauté, des conférences, le « Street Style and Fashion », la photographie, la danse, la gastronomie, etc.

Pour toutes ces raisons, nous recommandons que la Ville confirme la mode comme un axe culturel de sa nouvelle politique et convienne d'objectifs et de priorités en conséquence.

Mode : repositionner Montréal comme une des villes les plus reconnues en mode dans le monde.

Il y a quatre décennies, Montréal était le leader de l'industrie de la mode au Canada avec plus de 80 % des parts de marché et exprimait la très grande créativité des designers québécois, comme en témoigne la magnifique exposition MODE EXPO 67 présentée par le Musée McCord.

La réputation des jeunes créateurs québécois était telle que deux d'entre eux, Marielle Fleury et Michel Robichaud, avaient été choisis par le gouvernement du Québec et la Ville de Montréal pour faire une tournée des capitales européennes et jouer, par le biais de la mode, le rôle d'ambassadeurs pour la grande exposition internationale Expo67, organisée par la Ville à l'occasion du 350e anniversaire de la métropole et du 100e anniversaire de la Confédération canadienne. Certes, l'industrie a subi de sérieux bouleversements, comme partout ailleurs dans le monde, mais les entreprises d'ici ont décidé de relever le défi et de changer. Les ventes de l'industrie québécoise totaliseraient aujourd'hui plus de 7,5 milliards \$. Selon les données recueillies en 2015 par mmode la grappe métropolitaine de la mode, l'industrie montréalaise regroupe 70 % des établissements de l'industrie de la mode au Québec, ce qui représente plus de 30 000 emplois. Montréal se classe ainsi au troisième rang en Amérique du Nord pour la fabrication de vêtements.

Depuis 2008, tous les secteurs de l'industrie ont accepté de s'impliquer dans une démarche commune. En 2009, à l'instigation du gouvernement du Québec, Montréal se dotait d'un Bureau de la mode pour aider l'industrie à se repositionner en faisant la promotion de Montréal, ville de mode.

Plus récemment, en 2015, les acteurs ont décidé de se regrouper au sein de mmode la grappe métropolitaine de la mode, pour positionner Montréal comme une des villes les plus reconnues dans le monde en matière de mode.

Dirigée par Madame Debbie Zakaib, mmode aspire à devenir une grappe de classe mondiale, en faisant rayonner le savoir-faire de l'industrie montréalaise et la créativité des designers et entreprises de mode de la métropole.

Le défi est de taille. Le marché est dominé par de grandes marques qui contrôlent toute la chaîne de valeur et attirent les talents. L'industrie montréalaise et ses designers doivent aussi se réinventer pour faire face à la révolution engendrée par le virage numérique.

Ma mode : un élément de l'ADN et un axe important du développement culturel de Montréal.

La mode est un axe de développement culturel de la métropole.

Elle est soutenue par de grands créateurs de renom et des designers indépendants encore trop méconnus, mais des plus talentueux.

Elle a donné naissance à de grandes écoles réputées tels que l'UQÀM, le Collège LaSalle avec ses 22 écoles à travers le monde dont LCI Barcelona, le CÉGEP Marie-Victorin ou encore le Collège Inter-Dec.

En 2016, lors des consultations menées par le ministère de la Culture et des Communications (MCCQ) à propos de la politique culturelle du Québec, nous avons souligné dans le mémoire que nous avons déposé, que la mode n'a pas de « case » dans l'échiquier des

politiques culturelles actuelles parce qu'on a encore du mal à faire l'énoncé précis de ce qu'elle représente.

Le cahier de consultation du MCCQ soulignait avec beaucoup de pertinence que :

« La culture est porteuse de sens, d'identité et de valeurs ; elle est aussi un vecteur de démocratie, d'enracinement, de dialogue interculturel et de cohésion sociale. La culture participe également au développement des autres domaines de la vie en société et favorise la créativité et l'innovation ». (Québec, cahier de consultation, 2016, p.11)

« Nous avons l'habitude historiquement de concevoir le champ culturel comme étant essentiellement défini par les arts (musique, danse, théâtre, littérature, arts visuels), les lettres, le patrimoine et, dans une certaine mesure, les industries culturelles (cinéma, télévision, édition, disque, métiers d'art). Force est de constater qu'il y a un élargissement majeur et constant des types de manifestations dans l'ensemble des secteurs d'intervention. S'y sont notamment ajoutés les arts du cirque, la bande dessinée, le design, les arts numériques, les œuvres interactives, les festivals et événements et de nombreuses formes d'expression au croisement d'autres domaines (art public, architecture urbaines urbanisme, arts et santé, etc.) ». (Québec, cahier de consultation, 2016, p.11)

Nous partageons ces éléments de vision.

La mode : une incroyable carte de visite culturelle pour Montréal.

Le secteur mode trouve aussi son écho dans les plus grandes institutions culturelles montréalaises.

Nous avons déjà évoqué la plus récente exposition du Musée McCord ; il faudrait aussi parler de ses collections exceptionnelles, dont témoigne notamment son exposition permanente Porter son identité - la collection Premiers peuples. Il fallait voir aussi l'impressionnante exposition Eleganza — la mode italienne de 1945 à aujourd'hui, dont la venue à Montréal témoigne de la réputation du Musée à l'international.

Et qui ne se souvient pas de l'exposition La planète Mode de Jean Paul Gaultier : de la rue aux étoiles, conçue sous la direction du Musée des Beaux-Arts de Montréal et dont la tournée record en 12 étapes a permis de faire rayonner partout sur la planète, encore une fois par le biais de la mode, nos meilleures compagnies de création, telles que UBU et Moment Factory.

Et que dire de l'Atelier de costumes du Cirque du Soleil qui crée et produit les costumes et accessoires de ses spectacles qui ont fait plusieurs fois le tour de la planète. La mode accompagne les artistes sur toutes les scènes au théâtre, à l'Orchestre Symphonique, aux Grands Ballets, au Musée.

Un secteur culturel fort est une incroyable carte de visite pour une métropole. Ses créateurs et les activités qui les mettent en scène contribuent de manière significative à sa notoriété dans les réseaux internationaux.

Le Groupe Sensation Mode et le Festival Mode & Design.

Depuis sa création en 2000, le Groupe Sensation Mode présente à ciel ouvert au cœur du centre-ville de Montréal le Festival Mode & Design, le plus important événement du genre à l'échelle internationale.

Chaque année, de nombreux designers canadiens et québécois de renom, des créateurs indépendants, des écoles de mode, des icônes internationales, des institutions muséales, de grandes marques et des détaillants montréalais y partagent leur art et leur vision avec le grand public. Les festivaliers ont l'opportunité d'assister à des défilés, des séances de création en direct, des représentations du design, des performances musicales et depuis deux ans, à une série de conférences données par des leaders de la mode et du design.

La vision du Groupe est d'offrir une EXPÉRIENCE décloisonnée de la Mode et du Design en proposant une programmation des plus variées qui met de l'avant les grandes tendances mode, design, musique, beauté et magasinage.

Le Festival s'est d'abord tenu sur le boulevard Saint-Laurent, durant la période du Grand Prix. Il a ensuite été présenté durant une dizaine d'années, grâce à l'appui indéfectible de Destination Centre-Ville, sur la prestigieuse l'avenue McGill College. En 2010, l'événement change de date et se tiendra dorénavant en août. Depuis 2014, il se déroule sur la grande place des Festivals du nouveau quartier des spectacles.

De 2006 à 2013, le Groupe Sensation Mode a également réalisé la Semaine de Mode de Montréal.

Il a aussi expérimenté avec succès l'organisation d'un « Rallye Shopping » au centre-ville qui s'est tenu en même temps que le Festival. Depuis quelques années, il développe avec la Place Ville-Marie, le Centre de Design de l'UQÀM, le Centre d'expertise sur la construction commerciale en bois et l'association du design urbain du Québec, différentes installations et des placotoirs qui mettent en vedette le bois ainsi que les designers et fabricants québécois.

Depuis 2003, le Groupe a également conçu des activités à la demande dans les principales places d'affaires du centre-ville, telles que le Complexe Les Ailes, la Place Montréal Trust, le Centre Eaton et la Place Ville-Marie.

Au fil des ans, il a ainsi acquis une très bonne connaissance et une expertise unique du territoire du centre-ville, des règles qui régissent le domaine public et des contraintes qui y sont associées, ainsi que du comportement des consommateurs qui y circulent.

Le Groupe Sensation Mode entretient des liens privilégiés avec les créateurs émergents et établis de la scène locale. Sa connaissance de l'écosystème de ces univers lui est reconnue par les leaders dans le domaine et fait du groupe un joueur important au sein de la nouvelle grappe industrielle métropolitaine de la mode. Celle-ci, créée en 2015, regroupe dorénavant l'ensemble des acteurs du secteur qui ont décidé de s'allier pour faire face aux grands changements qui bouleversent l'industrie.

Depuis sa création, le Groupe Sensation Mode et le Festival collaborent aussi avec les plus grandes bannières nationales et internationales de mode et design.

Son réseau lui a notamment permis de collaborer avec les plus importants créateurs de la planète tels que Jean Paul Gaultier, JC de Castelbajac et la Maison Sonia Rykiel.

Certains des concepts novateurs développés par le Groupe, comme le Fashion Theatre ont été présentés sur les scènes de plusieurs grandes capitales du monde, notamment à Berlin, Tokyo, New York, Londres ou Paris. En 2012, le Groupe a été associé au lancement de la production Iris du Cirque du Soleil à New York et en 2013 au 10e anniversaire de TV5 Monde.

Depuis sa création, le Festival a obtenu l'appui de la Ville de Montréal, du gouvernement du Québec, du gouvernement du Canada ainsi que Tourisme Montréal. Au fil des ans, il a reçu le soutien d'acteurs clés du centre-ville, tels que Destination centre-ville, la Place Ville-Marie, le Loews Hôtel Vogue ainsi que de nombreux autres partenaires, médias, producteurs de contenus et fournisseurs.

De plus, le Festival collabore régulièrement avec diverses institutions culturelles montréalaises, dont le Musée d'art contemporain, le Musée McCord, le Musée du Costume et du Textile du Québec (Musée de la mode), le Musée des beaux-arts de Montréal, le Musée Pointe-à-Callière, Espacio Mexico, le Cirque du Soleil, l'Opéra de Montréal, L'OSM, le Cinéma du Parc, l'École de design de l'UQAM, Fierté Montréal, Piknic Électronique et la Société des Arts technologiques.

Les organisateurs du Festival Mode & Design peuvent également compter sur un conseil d'administration composé de 9 administrateurs aguerris et, depuis cet été, sur un Cercle d'Ambassadeurs nouvellement formé, composé de 14 spécialistes des secteurs de la mode, de la culture, du tourisme et des affaires.

La mode et le design, un des grands atouts du centre-ville montréalais.

La vitalité du secteur repose en partie sur son offre commerciale et sur l'activité magasinage qui en découle. Le poids du pôle commercial centre-ville a diminué au fil des ans mais il demeure stable. Cet écosystème crée ainsi un important volume d'achalandage. Selon les données de la Ville de Montréal, l'activité commerciale et l'emploi se soutiennent mutuellement. Rappelons que le magasinage est l'activité principale des touristes au centre-ville de Montréal.

Soulignons-le encore une fois : la mode, qu'elle soit portée ou mise en scène, la mode fait rêver, traduit nos manières d'être et de vivre et permet l'expression de notre identité et de notre créativité. Sous cette optique, la mode est une pratique culturelle qui se vit au quotidien de la ville.

Saviez-vous que.

Dans les années 50 et 60, au Forum de Montréal, HENRI HENRI popularise au hockey l'expression « le tour du chapeau » en offrant gratuitement un chapeau à tout joueur ayant compté trois buts ou plus durant une même partie. Le magasin couronne ainsi les têtes de plusieurs joueurs célèbres comme Maurice Richard des Canadiens de Montréal et plusieurs autres.

WAXMAN, une adresse prisée dès 1927 voit défiler toute la bourgeoisie montréalaise dont les nièces du premier ministre Maurice Duplessis et qui aujourd'hui encore conçoit des habits sur mesure.

Recommandations.

Nous sommes d'avis que la Ville de Montréal, à l'occasion de l'adoption de sa nouvelle politique culturelle, doit reconnaître que la Mode constitue un secteur culturel très porteur de la métropole, un élément de son l'ADN, une incroyable carte de visite culturelle à l'international. La Ville devrait du même coup confirmer la mode comme un axe important de sa nouvelle politique culturelle et convenir d'objectifs et de priorités en conséquence.

Comme le suggère le projet de politique, la vision de la culture appelle au développement

de politiques transversales. La mode et ses manifestations sont depuis longtemps considérées comme des activités économiques. Il ne faut pas opposer l'un et l'autre. La culture est aussi une force économique. La mode relève de ces deux mondes.

Annexe

Consultation sur la politique culturelle du Québec, Mémoire du groupe Sensation Mode, août 2016, extraits.