

MÉMOIRE | LES QUARTIERS CULTURELS

PAR LA VITRINE CULTURELLE DE MONTRÉAL

Document d'orientation présenté devant la Commission sur la culture, le patrimoine et les sports de la Ville de Montréal

Novembre 2011

Partenaire



CONTACT

NADINE GELLY
Directrice générale
514 285-4545, poste 224

SOMMAIRE

1. OBJECTIF DU MÉMOIRE IMPLICATION DE LA VITRINE CULTURELLE DE MONTRÉAL.....	2
2. INTRODUCTION	2
3. BREF HISTORIQUE.....	2
4. MISSION.....	2
5. OBJECTIFS GÉNÉRAUX	3
6. LA VITRINE CULTURELLE UN LEVIER POUR LES ARTS ET LA CULTURE	3
6.1 PLAN D’ACTION 2007-2017 DE LA VILLE DE MONTRÉAL.....	3
6.2 CITATION DE L’ÉNONCÉ DU PLAN STRATÉGIQUE DE TOURISME MONTRÉAL 2010-2015 :	3
7. UN ORGANISME FÉDÉRATEUR.....	4
8. LE CALENDRIER CULTUREL DE LA VITRINE	4
9. LA VITRINE : LEADER EN MATIÈRE D’INNOVATION TECHNOLOGIQUE.....	5
10. LE RAYONNEMENT DU GRAND MONTRÉAL AU CŒUR DU 2.22.....	6
11. LA VITRINE : UN INSTRUMENT-CLÉ DANS LE PROJET DES QUARTIERS CULTURELS	6
11.1 DES QUARTIERS CULTURELS NUMÉRIQUES & UNE SIGNALISATION CULTURELLE.....	6
13. CONCLUSION	7
ANNEXE 1 LES PARTENAIRES DE LA VITRINE.....	8



MÉMOIRE | LES QUARTIERS CULTURELS PAR LA VITRINE CULTURELLE DE MONTRÉAL

Document d'orientation présenté devant la Commission sur la culture, le patrimoine et les sports de la Ville de Montréal

1. OBJECTIF DU MÉMOIRE | IMPLICATION DE LA VITRINE CULTURELLE DE MONTRÉAL

Avec son rôle fédérateur, son expertise technologique et son mandat de promotion de la culture sous toutes ses formes à Montréal, La Vitrine culturelle de Montréal désire appuyer la Ville de Montréal dans sa réflexion sur les Quartiers culturels. La Vitrine souhaite participer au succès du développement de quartiers culturels et faire profiter de son expertise technologique pour la mise sur pied de projets numériques reliés à la signalisation culturelle sur le territoire de la Ville de Montréal.

2. INTRODUCTION

Depuis son ouverture, La Vitrine joue un rôle important dans la promotion culturelle à Montréal et s'impose comme un maillon essentiel dans l'expérience touristique et culturelle. Comme pour le projet des Quartiers culturels, La Vitrine vise à enrichir la qualité culturelle du cadre de vie des Montréalais. En participant au projet des Quartiers culturels, La Vitrine entend favoriser une meilleure accessibilité des arts et de la culture à des publics larges et variés, en plus de favoriser la croissance de la consommation culturelle dans la communauté.

Les nombreux partenariats développés avec les acteurs des milieux culturels (associations, diffuseurs, producteurs, événements, festivals, regroupements, institutions collégiales et universitaires, etc.), son offre culturelle centralisée et complète, ainsi que son expertise technologique serviront au succès du développement de ce projet novateur et rassembleur.

3. BREF HISTORIQUE

L'idée d'une billetterie culturelle chemine à Montréal depuis plus de 20 ans. En novembre 1998, à la suite du colloque tourisme et culture, le milieu culturel démontre un intérêt soutenu devant l'idée de lancer le concept de billetterie culturelle à Montréal, comme le font, entre autres, Toronto, Boston, New-York et Londres.

En 2001, le ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire, ainsi que le ministère de la Culture et des Communications confient à Tourisme Montréal le mandat de reprendre la réflexion et le développement de la Vitrine. En 2006, un plan d'affaires final est adopté à l'unanimité par les différents ministères. La Vitrine prend dès lors son envol au cœur du quartier des spectacles et est inaugurée le 10 octobre 2007. Dès novembre 2011, La Vitrine entamera une nouvelle étape de son existence avec son implantation au 2.22, rue Sainte-Catherine, le nouvel édifice-phare du Quartier des spectacles.

4. MISSION

La Vitrine est un organisme à but non lucratif voué à la promotion de toutes les activités culturelles et artistiques du grand Montréal. La Vitrine offre sous un même toit, au cœur du Quartier des spectacles, un guichet central d'information et de billetterie à tarif réduit et régulier, destinés aux clientèles locales et touristiques. Alliant convivialité et technologie, La Vitrine constitue également un portail Internet unique et transactionnel qui favorise la vente de billets, en complémentarité aux réseaux actuels de distribution.



5. OBJECTIFS GÉNÉRAUX

En partenariat avec les acteurs des industries culturelles, La Vitrine vise à :

- S'affirmer comme étant le centre de référence de l'offre culturelle du Grand Montréal
- Augmenter la visibilité des secteurs d'activités composant l'offre culturelle
- Offrir une meilleure accessibilité aux activités et représentations culturelles
- Contribuer à la hausse de l'achalandage des lieux culturels et artistiques
- Élargir le bassin des clientèles de l'offre culturelle montréalaise
- Agir comme outil novateur de promotion et de mise en marché pour les organisations culturelles, notamment en écoulant les places invendues
- Offrir un service d'information culturelle adéquat et de haute qualité

6. LA VITRINE CULTURELLE | UN LEVIER POUR LES ARTS ET LA CULTURE

6.1 PLAN D'ACTION 2007-2017 DE LA VILLE DE MONTRÉAL

La Vitrine culturelle de Montréal est l'une des réalisations concrètes de la mise en œuvre de la **Politique de développement culturel et du Plan d'action 2007-2017 – Montréal, métropole culturelle** par la Ville et ses partenaires, tout comme le projet de Quartiers culturels qui découle également des engagements de ces plans et politiques.

Comme le mentionnait le Plan d'action 2007-2017-Montréal, Métropole culturelle :

« Rarement le potentiel de Montréal comme grande métropole culturelle aura-t-il été aussi prometteur. Montréal peut tabler sur une intense ébullition de talent et d'expertise et sur des réalisations convaincantes et internationalement remarquées en formation, création, production, diffusion et conservation dans toutes les disciplines artistiques et dans l'ensemble du champ culturel.

Son dynamisme culturel trouve écho parmi les citoyens et attire des publics enthousiastes et fidèles; un nouveau consensus en faveur du rôle de levier des arts et de la culture dans le développement de la cité mobilise les leaders montréalais dans tous les domaines; le rayonnement culturel international de Montréal est sans commune mesure avec sa taille relativement modeste. Rarement également, la compétition aura-t-elle été aussi forte à l'échelle nationale, continentale et planétaire, puisque, désormais, la majorité de l'humanité vit dans les villes. Inspirées par les observations récentes sur le pouvoir de la créativité, saisies d'une ardeur alimentée par la nécessité d'améliorer leur offre culturelle et leur positionnement, des villes de toutes tailles cherchent maintenant à prendre leur place dans l'économie du savoir, de la créativité et de la culture et multiplient stratégies audacieuses et investissements massifs pour y arriver. »

6.2 CITATION DE L'ÉNONCÉ DU PLAN STRATÉGIQUE DE TOURISME MONTRÉAL 2010-2015 :

« Montréal propose une offre artistique et culturelle éclectique, riche et diversifiée. En fait, cette abondance d'activités provoque parfois un problème de repérage, que ce soit pour le simple citoyen ou pour le touriste, qui risque de passer à côté d'une expérience unique et mémorable qui pourrait lui être offerte lors de son séjour. Comme la multiplicité d'événements ou d'équipements à promouvoir et l'organisation insuffisante de l'expérience et de l'information culturelles rendent complexes les efforts de commercialisation, il est essentiel de se préoccuper des moyens à mettre en œuvre pour favoriser une meilleure « lecture » de l'offre pour tous.

Dans cette perspective, autant du point de vue physique, par sa localisation stratégique au cœur du Quartier des spectacles, que virtuelle, par son site Web, La Vitrine devrait devenir le pivot central autour duquel organiser l'information sur l'offre culturelle montréalaise, mais également un acteur majeur dans la confection d'expériences intégrées de tourisme culturel en partenariat avec les divers acteurs culturels de Montréal.

La Vitrine travaillera entre autres au développement de partenariats médias afin de rendre ses services encore plus attrayants pour les « annonceurs » potentiels du milieu culturel. Une collaboration accrue avec les différents diffuseurs et promoteurs permettra à La Vitrine de devenir la référence en matière d'expériences et d'événements culturels ainsi que le guichet par excellence d'achats de billets, tout particulièrement pour les touristes. »

7. UN ORGANISME FÉDÉRATEUR

Depuis sa création, La Vitrine travaille étroitement avec les intervenants du milieu culturel afin de promouvoir leurs activités auprès de ses diverses clientèles cibles. Dans l'ensemble de ses activités, La Vitrine se soucie constamment du développement et de la revitalisation des clientèles des organismes culturels montréalais, en développant des liens étroits et personnalisés avec les joueurs de l'industrie.

En outre, La Vitrine a établi des ententes de partenariat avec Admission, Ticketpro, Boxxo, la Société des musées québécois, l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), l'Association des galeries d'art contemporain (AGAC), Montréal Ville UNESCO de design, le Conseil des arts de Montréal, la Société de développement des périodiques culturels québécois (SODEP), la Saison de la lecture de Montréal, ainsi que la plupart des associations sectorielles dans le milieu des arts et de la culture.

Par ailleurs, puisque La Vitrine croit à l'importance du développement de quartiers culturels, elle soutient étroitement le nouveau projet **La Ligne bleue**, dont le mandat est de faire valoir les lieux artistiques, culturels et patrimoniaux de l'environnement urbain parcourant le circuit de la Ligne bleue. La Vitrine est également l'un des grands partenaires du réseau **Accès culture**, qui se déploie dans les 19 arrondissements ainsi que du Conseil des arts de Montréal pour le développement de son nouveau calendrier du Conseil des arts de Montréal en tournée.

8. LE CALENDRIER CULTUREL DE LA VITRINE

La Vitrine propose à ses clientèles le calendrier culturel le plus complet du Grand Montréal. Tous les spectacles et toutes les activités culturelles du Grand Montréal (rayon de 80 km), de toutes les disciplines et les genres confondus, sont inscrits au calendrier culturel virtuel de La Vitrine. Mis à jour quotidiennement, il s'agit sans contredit du calendrier culturel le plus complet du grand Montréal. Au service du développement culturel et économique de la ville avec plus de 1 500 partenaires et plus de 2 millions redistribués aux organismes en 4 ans, La Vitrine représente à la fois les très petits organismes comme les grandes institutions. De l'Octogone à LaSalle, à la Bibliothèque Jean-Corbeil à Anjou, à la Maison Nivard-de-Saint-Dizier de Verdun, à la TOHU dans St-Michel, à L'eXcentris sur le Plateau.

Principale tribune promotionnelle de la culture à Montréal, La Vitrine culturelle représente dans son calendrier culturel :

- La programmation de 1 250 diffuseurs
- Plus de 1 500 activités représentant plus de 4 600 représentations par jour



9. LA VITRINE : LEADER EN MATIÈRE D'INNOVATION TECHNOLOGIQUE

La Vitrine souhaite rappeler qu'avec le développement technologique sur lequel elle a misé depuis les dernières années, elle peut pertinemment venir soutenir la Ville de Montréal et les arrondissements dans plusieurs des pistes de réflexions contenues dans le document, notamment par la promotion des événements, des festivals, des spectacles, de l'histoire et du patrimoine et des circuits culturels, dans **une perspective numérique**.

Constamment à l'affût des plus récentes technologies, La Vitrine est à l'avant-garde des tendances en matière de communication, et elle se distingue par ses constantes innovations, qu'elle met ensuite au service de l'industrie culturelle. Parmi les innovations technologiques développées par La Vitrine, on compte :

Un site Internet transactionnel

En plus de présenter la totalité des spectacles du grand Montréal, le site internet permet l'achat des billets et le partage des informations par courriel, sur *facebook* et *twitter*. On y retrouve la description détaillée de chaque activité incluant des photos et des vidéos. De plus, la base de données de La Vitrine est conçue de sorte à ce qu'il soit possible de rechercher ses activités culturelles par quartiers.

La multiplication des plateformes Internet

Grâce à sa technologie, La Vitrine peut fournir à des partenaires tout le contenu de sa base de données d'activités culturelles (photos, textes, liens url, etc.). Cette intégration de contenus sur différents sites internet de haute fréquentation permet de multiplier la visibilité des activités culturelles et par le fait même, stimuler des ventes. Chaque activité culturelle possède son lien url vers la page transactionnelle de La Vitrine. Présenté également par quartier, il est possible d'exporter toute la programmation culturelle par quartier sélectionné.

Une application mobile unique

La Vitrine a lancé en décembre 2010 son application mobile pour iPhone et iPod touch et bientôt pour Androïde. Grâce à cette application en réalité augmentée, les mobinautes peuvent accéder facilement à tous les spectacles et activités culturelles du grand Montréal à même leur téléphone intelligent. Cette application contient la base de données culturelle la plus complète à Montréal. Toutes les activités se retrouvent à même la nouvelle application, qui révolutionne complètement la façon de magasiner ses activités culturelles.

La programmation en un clin d'œil grâce aux codes QR :

La Vitrine s'est associée à quelques 50 salles de spectacles et 24 diffuseurs du réseau Accès culture de Montréal (avec plusieurs autres à venir) pour l'installation prochaine d'affiches contenant des codes matriciels 2d (ou QR codes) permettant aux utilisateurs de téléphones mobiles intelligents de voir en un clin d'œil la programmation de chaque salles, avec des extraits de spectacles, etc. L'implantation de cette nouvelle technologie dans les salles de spectacles est promise à un brillant avenir.

L'Escouade culturelle de La Vitrine

Durant toute la période estivale, La Vitrine a déployé des escouades composées de 3 agents culturels pour une sélection de festivals et manifestations artistiques. Les membres de l'escouade portaient un vêtement avec le code QR en évidence. Ils interagissaient avec les festivaliers en encourageant le téléchargement de l'Application mobile de La Vitrine pour accéder à l'ensemble de la programmation du festival. Le code QR imprimé sur le vêtement renvoie le mobinaute au téléchargement de l'application, dans ce cas-ci directement à la programmation complète du festival sur l'application mobile de La Vitrine.

10. LE RAYONNEMENT DU GRAND MONTRÉAL AU CŒUR DU 2.22

En novembre 2011, La Vitrine déménagera au cœur du futur phare culturel du Quartier des spectacles à Montréal : le « complexe 2.22 », qui accueillera les bureaux administratifs de La Vitrine, son centre d'information culturelle, ainsi que ses nombreux équipements technologiques interactifs voués à la promotion des arts et de la culture du grand Montréal. La qualité des services à la clientèle sera maximisée par les infrastructures technologiques d'accueil, d'information et de promotion développées par La Vitrine.

Développées en partenariat avec Moment Factory, trois bornes technologiques seront accessibles aux visiteurs dans le grand hall culturel du 2.22. Ces bornes permettront aux visiteurs de s'informer de façon interactive et ludique sur les activités culturelles offertes, par l'entremise d'écrans tactiles. Y seront présentés des cartes de la ville à partir desquelles les utilisateurs pourront naviguer dans la programmation culturelle des lieux de diffusion identifiés. En plus d'accéder à toute la programmation culturelle du grand Montréal, les visiteurs pourront très bientôt laisser des commentaires, bonifier le contenu par l'ajout de photos et de vidéos (grâce à une application mobile), envoyer des invitations en lien avec les différents réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Foursquare), faire parvenir l'information à des tiers par l'entremise de courriels et par textos. Ces bornes technologiques pourraient être implantées dans plusieurs quartiers de Montréal.

Cette forme de présentation de contenus interactifs est très significative parce que La Vitrine poursuit l'objectif de développer une véritable communauté de consommateurs culturels, au sein de la population montréalaise et touristique. Avec cette forme d'interactivité dans la bonification des contenus culturels, La Vitrine souhaite vivement développer un certain sentiment d'appartenance au milieu artistique et touristique vis-à-vis de la métropole culturelle.

Bref, La Vitrine veut générer au 2.22 un lieu animé, central et stratégique, où la culture prédomine. Elle fera du 2.22 un lieu incontournable à Montréal autant pour les clientèles locales que touristiques. Avec ses équipements technologiques et interactifs de pointe accessibles aux visiteurs, La Vitrine aura comme effets d'élargir le bassin des clientèles des différents secteurs d'activités de l'offre culturelle montréalaise, de rejoindre de nouveaux publics consommateurs de culture et de voir à la croissance des ventes de billets de spectacles.

11. LA VITRINE : UN INSTRUMENT-CLÉ DANS LE PROJET DES QUARTIERS CULTURELS

Comme son nom l'indique, La Vitrine a le mandat de mettre les projecteurs sur le foisonnement culturel, de démocratiser la culture et de favoriser son accès à un maximum de clientèles, locales et internationales. Avec son positionnement stratégique au cœur du Quartier des spectacles et avec les technologies qu'elle rendra accessible auprès des Montréalais et des visiteurs, La Vitrine devient un instrument clé dans le développement et la promotion des quartiers culturels.

11.1 DES QUARTIERS CULTURELS NUMÉRIQUES & UNE SIGNALISATION CULTURELLE

La Vitrine est persuadée qu'il est essentiel aujourd'hui de miser sur le développement de **quartiers culturels numériques**. Non seulement les citoyens s'approprient physiquement la ville et ses quartiers, mais le font également sous forme numérique. Or, nous offrons à la Ville de former un comité de réflexion composé de différentes entreprises, groupes et organismes afin de développer un projet novateur sur la question des quartiers culturels numériques, qui pourrait également miser sur les données ouvertes. Par ailleurs, l'expérience des bornes interactives du 2.22 positionne La Vitrine comme leader en la matière.



Nous croyons également que les nouvelles technologies permettront de renouveler le concept de **signalisation culturelle** de manière plus dynamique et interactive. Certes, une signalisation commune et traditionnelle est nécessaire pour identifier les forces vives d'un secteur et faciliter le repérage mais il faut également penser à miser sur des projets qui permettront aux citoyens de connaître, de s'approprier et de s'exprimer par, et grâce, au numérique.

Montréal se targue d'être un des terreaux fertiles en matière de création numérique et bien c'est le moment de faire appel à ces créateurs pour repenser la signalisation culturelle et augmenter l'interaction, le sentiment d'appartenance et d'identité grâce aussi à des projets qui misent notamment sur la médiation numérique.

13. CONCLUSION

Nous jugeons que le positionnement actuel de La Vitrine dans la sphère médiatique, culturelle, artistique, touristique et technologique pourra conférer à la Ville de Montréal un atout de taille pour la réussite du développement des Quartiers culturels numériques et de la signalisation culturelle. D'abord, La Vitrine a développé au fil des ans des relations durables et étroites avec tout le milieu culturel, elle entretient quotidiennement et consolide continuellement ses partenariats avec les joueurs, petits et grands, de l'industrie culturelle du grand Montréal. Avec son calendrier culturel disponible sur Internet, sur son application mobile en réalité augmentée et bientôt dans les bornes interactives présentes au 2.22, La Vitrine effectue la promotion des activités culturelles des artistes, producteurs, diffuseurs, galeries d'art, musées, festivals, événements culturels, lieux et des circuits patrimoniaux, etc.

La technologie a été développée de sorte à ce que les données soient facilement exportables sur d'autres plateformes médiatiques, afin qu'un maximum de visibilité soit octroyé aux organismes culturels, et ce, dans un contexte de démocratisation de la culture. Or, la Ville de Montréal, par son projet de Quartiers culturels et La Vitrine culturelle partagent cette vision commune : celle de rendre plus accessible le travail des artistes auprès des différentes communautés et de favoriser les interactions physiques et/ou numériques entre les citoyens, les artistes, les touristes et les consommateurs culturels.

La Vitrine remercie la Ville de Montréal pour son soutien constant depuis sa création.



ANNEXE 1 | LES PARTENAIRES DE LA VITRINE

PARTENAIRES PUBLICS ET PRIVÉS

- Conférence régionale des Élus de Montréal
- Conseil des arts de Montréal
- Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine
- Ministère des Affaires municipales et de l'Occupation du territoire
- Ville de Montréal et Arrondissement Ville-Marie
- Patrimoine canadien
- Tourisme Montréal
- Ville de Saguenay

PARTENAIRES CULTURELS

- Plus de 1 250 organismes culturels : tous les lieux de diffusion du grand Montréal, producteurs, galeries d'art, musées, bibliothèques, maisons de la culture, églises, etc.
- Réseau Accès culture
- ADISQ
- Cirque du Soleil
- Culture Montréal
- La Ligne Bleue
- Montréal Ville Unesco de Design
- Partenariat du Quartier des spectacles
- RIDEAU
- Société de gestion des périodiques culturels québécois (SODEP)
- Tournée Montréal
- Transcontinental (sortirlanaudiere.ca)

PARTENAIRES DE CONTENUS

- Admission
- Association des galeries d'art contemporain de Montréal
- Boxxo
- Evenko
- Place des Arts
- Société des musées québécois
- Ticketpro

PARTENAIRES ÉVÉNEMENTIELS

- Aires Libres
- Arts Souterrains
- Chromatic
- Conférence internationale des arts de la scène (CINARS)
- Coup de cœur francophone
- Festival Diapason
- Festival international du Film Fantasia
- Festival Montréal Complètement cirque
- Festival de musique de chambre



- Festival du film black de Montréal
- Festival du nouveau cinéma
- Festival international de Films Vues d’Afrique
- Festival international des Feux Loto-Québec
- Festival international Nuits d’Afrique
- Festival Juste pour Rire
- Festival Mode & Design
- Festival Montréal en Lumières | Nuit Blanche
- Festival Trans-Amériques
- Igloofest
- Mondial des Chorales Loto-Québec
- Montreal Festimania
- Montreal Electronic Groove (MEG Montréal)
- M pour Montréal
- Mutek
- Osheaga
- Piknik électronique
- Pop Montréal
- Présence autochtone
- Rendez-vous du cinéma québécois
- Rencontres internationales du documentaire de Montréal
- Saison de la lecture de Montréal
- Semaines de mode de Montréal
- World Press Photo

PARTENAIRES MÉDIAS

- 24 Heures
- ARTV
- CIBL
- Métromédia Plus
- La Presse
- Cyberpresse
- Camuz
- Le Mur mitoyen
- Les Guides Presti-Presse
- L’Itinéraire et L’itinéraire Géotourisme
- Newad
- Patwhite.com
- Quoifaireaujourd’hui.com
- Sympatico
- Télé-Québec

