



**FRANCOS**  
DE MONTRÉAL.

**MONTRÉAL**  
**EN LUMIÈRE**

**NUIT**  
**BLANCHE**  
À MONTRÉAL

**MÉMOIRE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DE JAZZ DE MONTRÉAL INC.,  
appuyé par:**

**Les Francofolies de Montréal inc.**

**Montréal en Lumière inc.**

**Nuit blanche à Montréal inc.**

**Les festivals de Montréal : des actifs inestimables**

**Présenté à la Commission sur la culture, le patrimoine et les sports  
dans le cadre de la consultation publique sur le Projet de Politique  
de développement culturel 2025-2030**

**Préparé par :**

**Maude Brouillette**, Directrice – Partenariats publics et industries culturelles, L'Équipe Spectra inc.,  
**Kathleen Barbeau**, Gestionnaire principale – Partenariats publics et industries culturelles, L'Équipe Spectra inc.,

15 novembre 2024

# Table des matières

<b>Table des matières</b> .....	<b>4</b>
<b>1- PORTRAIT DES FESTIVALS</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1 Présentation des Festivals</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2 L'impact économique, touristique, social et culturel des Festivals</b> .....	<b>5</b>
<b>1.2.1 Impact économique et touristique</b> .....	<b>5</b>
<b>1.2.2 Impact social et culturel</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3 Recommandations générales</b> .....	<b>9</b>
<b>2- PÉRENNISER ET DÉVELOPPER LES FESTIVALS</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 Dans l'espace public (QDS)</b> .....	<b>10</b>
<b>2.2 Par le financement</b> .....	<b>12</b>
<b>2.3 Vision de développement grâce à un financement accru</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3.1 Investissement en programmation extérieure</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3.2 Investissement dans l'expérience festivalière et sociale</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4 Recommandations générales</b> .....	<b>16</b>
<b>3- RÉSUMÉ DES RECOMMANDATIONS</b> .....	<b>17</b>

*L'utilisation du genre masculin a été adoptée afin de faciliter la lecture et n'a aucune intention discriminatoire.*

# 1- PORTRAIT DES FESTIVALS

## 1.1 Présentation des Festivals

Depuis plusieurs dizaines d'années, le Festival International de Jazz de Montréal inc. (FIJM), les Francofolies de Montréal inc. (Francos), Montréal en Lumière inc. (MEL) et Nuit blanche à Montréal inc. (NB, et collectivement avec le FIJM, les Francos et MEL : les Festivals) contribuent au développement et au rayonnement de la scène culturelle montréalaise, et ce, tant à l'échelle nationale qu'internationale.

1980 : Création du FIJM

1989 : Création des Francos

2000 : Création de MEL

2003 : Création de NB

Ces quatre (4) festivals se déploient dans le Quartier des spectacles (QDS) à la fois durant la saison hivernale avec MEL et NB et durant la saison estivale avec le FIJM et les Francos assurant ainsi une diffusion culturelle d'envergure sur deux saisons.

### **Festival International de Jazz de Montréal**

Le FIJM est le plus grand des événements culturels montréalais. Depuis 44 ans, le FIJM fait vibrer la métropole en accueillant une programmation comptant des milliers d'artistes offrant des concerts répartis sur plusieurs scènes extérieures gratuites et dans près d'une dizaine de salles de diffusion du centre-ville.

Depuis deux (2) ans, le FIJM a développé un volet professionnel accueillant une cinquantaine d'invités professionnels du Québec, du Canada et de l'international en vue de développer le réseautage, les opportunités d'affaires et les rencontres entre acteurs de l'industrie de la musique jazz.

### **Francos de Montréal**

Le festival les Francos est l'une des plus importantes manifestations culturelles au niveau mondial mettant à l'honneur l'univers musical de la francophonie. Depuis 35 ans, Les Francos promeuvent la musique d'expression française et sa diffusion, la circulation des artistes de toute la francophonie, et priorisent l'accessibilité à la culture *via* une programmation alliant des artistes établis et de la relève.

Les Francos permettent de réunir les diverses populations qui ont le français comme langue commune, que ce soit en provenance des pays d'Europe, de certains pays d'Afrique et d'Amérique. C'est également un puissant outil de francisation permettant de faire connaître la culture d'ici aux nouveaux arrivants. Selon les résultats d'un sondage Léger mis en lumière dans l'étude menée par la Chambre de commerce du Montréal Métropolitain<sup>1</sup>, 88% des répondants étaient d'avis que les activités culturelles facilitent l'intégration des personnes immigrantes.

Le festival possède également un volet professionnel (Les Rendez-vous pros des Francos) qui attire plus de 500 participants chaque année. Ce volet permet la découverte et le rayonnement des artistes du Québec (i.e. réseautage, opportunités professionnelles et rencontres industrielles autour de la musique francophone.)

### **Montréal en Lumière**

Avec ses 25 ans, MEL est devenu un événement phare de la saison hivernale de Montréal, et fait rayonner la métropole grâce à ses activités uniques et innovantes pour toute la famille.

Composé de trois volets interconnectés mettant à l'honneur la musique, la gastronomie et des activités hivernales extérieures, MEL propose une multitude d'activités culturelles et de natures connexes en plein hiver au cœur du QDS.

### **Nuit blanche à Montréal**

NB est une célébration qui s'inscrit dans un circuit international de nuits blanches. Le modèle montréalais fut le deuxième à s'implanter au niveau mondial, et s'est rapidement distingué par sa spécificité hivernale et son ouverture à de multiples formes d'expression mettant en valeur les arts de toutes les disciplines.

Depuis 21 ans, NB met en valeur toute l'effervescence de la métropole et ses quartiers avec plus d'une centaine d'activités culturelles proposées. NB permet aux citoyens de découvrir la ville sous un nouvel angle.

Ces Festivals ont aussi développé une proximité avec 2 agences d'artistes et une dizaine de salles de spectacle emblématiques de Montréal, ce qui leur permet de jouer un rôle unique dans le développement et le rayonnement des artistes d'ici et de positionner la scène culturelle de Montréal à l'international comme un incontournable.

---

<sup>1</sup> Montréal, métropole culturelle : Protéger et développer nos atouts culturels. Analyse des défis et opportunités du secteur des arts vivants et des lieux de diffusion

## 1.2 L'impact économique, touristique, social et culturel des Festivals

### 1.2.1 Impact économique et touristique

Les Festivals sont de véritables moteurs économiques dans l'écosystème culturel de Montréal, notamment par leurs liens avec de nombreux travailleurs, fournisseurs locaux et artistes.

D'entrée de jeu, soulignons que l'organisation des Festivals requiert la mobilisation de très grandes équipes à longueur d'année, et encore plus au moment de l'événement. Comme mentionné, afin d'éviter les enjeux de recrutement, les Festivals travaillent avec l'Équipe Spectra inc. qui met à leur disposition des équipes de bureaux permanentes, évitant ainsi le recours à des pigistes et des ressources externes plus onéreuses. Cette équipe stable devenue très expérimentée est l'une des clés du succès des Festivals. Quant aux équipes dites *terrain*, elles sont mutualisées entre les Festivals. Au total, plus de 500 personnes sont amenées à travailler sur les Festivals au cours d'une année.

Les Festivals retiennent les services de plus de 110 fournisseurs et partenaires culturels, notamment dans les domaines de l'alimentaire, de la production, ainsi que de la scénographie et du design. En moyenne, 94,3%<sup>2</sup> de ces fournisseurs proviennent d'un rayon de moins de 100km de Montréal, donc il s'agit de fournisseurs locaux. Non seulement des retombées économiques découlent des liens créés, mais ceux-ci permettent des avancées en termes de recherches et de développement de produits innovants (à titre d'exemple, le sentier de patin de MEL développé par le festival en collaboration avec Échafauds Plus, ou la forêt lumineuse qui sera présentée dans le cadre de MEL2025 et qui a été développée en collaboration avec Lucion, un partenaire artistique qui met de l'avant des méthodes alternatives de création d'installations d'art public).

Chaque année, le FIJM et les Francos travaillent aussi avec différents lieux intérieurs de diffusion du centre-ville. En 2024, les deux festivals ont ainsi travaillé avec une dizaine de salles de spectacles (les cinq salles de la Place des arts, Studio TD, Club Soda, MTELUS, Fougounes électriques, Théâtre du Nouveau monde, Espace SAT, Gesù) dans lesquelles ils ont présenté plus de 214 spectacles. Ces salles retiennent les services d'un nombre significatif de travailleurs culturels.

Enfin, les Festivals FIJM et Francos ont présenté plus de 165 artistes locaux au sein de leurs événements en 2024, ce qui a un impact sur le rayonnement de ces artistes, mais aussi de leurs équipes.

---

<sup>2</sup> Données issues des rapports de Modus Operandi pour le FIJM, les Francos et MEL.

Les Festivals ont également des répercussions économiques significatives et positives sur l'ensemble des commerçants du QDS et de Montréal, tels que les restaurateurs. Le succès des Festivals est manifestement l'une des raisons principales de l'augmentation de l'offre alimentaire du QDS depuis 2003. Les Festivals, particulièrement le FIJM, a d'ailleurs vu une nette réduction de ses revenus provenant de la vente de produits au détail (i.e. alimentaire et produits dérivés) parallèlement à l'essor de cette offre.

Les Festivals sont des moteurs touristiques et leur attractivité continue encore aujourd'hui de croître à l'international. En effet, le FIJM, les Francos et MEL ont tous connu une augmentation de leur nombre de touristes et excursionnistes<sup>3</sup> en 2024, allant même jusqu'à 34% d'augmentation pour les Francos. Ensemble en 2024, ils ont généré 231 397 nuitées auprès des hôtels de la région de Montréal créant ainsi des retombées économiques significatives pour ce secteur.

De façon générale, les Festivals sont également devenus une vitrine pour la métropole, et un incitatif pour attirer des gens de l'extérieur. En effet, il est fréquent de voir les Festivals mis de l'avant par les universités, les promoteurs immobiliers et les acteurs du secteur touristique dans leurs promotions à l'international. Même à l'intérieur de Montréal, il est notoire que le caractère attractif et festif des Festivals joue un rôle positif sur le retour des travailleurs et des visiteurs au centre-ville de Montréal.

### 1.2.2 Impact social et culturel

Chaque année, les 4 Festivals font rayonner plus de 2000 artistes<sup>4</sup> et partenaires établis comme de la relève dans le cadre de 727 activités ou spectacles, dont 73,5% sont gratuits.

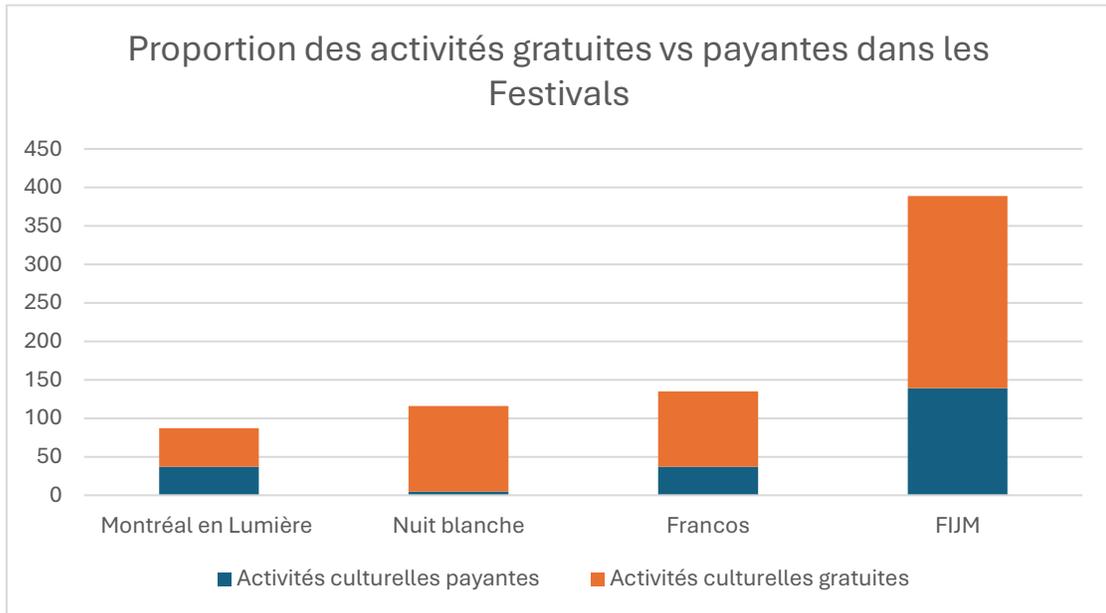
	<b>Nombre d'artistes présentés au total (incluant les spectacles gratuits et payants)</b>
<b>Montréal en Lumière</b>	65 artistes
<b>Nuit blanche</b>	111 partenaires <sup>5</sup>
<b>Festival International de Jazz de Montréal</b>	1219 artistes
<b>Francos de Montréal</b>	693 artistes
<b>TOTAL</b>	<b>2088 artistes ou partenaires</b>

<sup>3</sup> Les excursionnistes sont considérés comme des festivaliers ayant fait un aller-retour dans la même journée et résidant à l'extérieur d'un rayon de 40 km de Montréal.

<sup>4</sup> Ce chiffre inclut l'ensemble des artistes et les musiciens diffusés aux festivals.

<sup>5</sup> Les partenaires sont désignés ici comme étant des organismes culturels et artistiques collaborant sur l'événement par la diffusion d'activités durant la Nuit blanche.

Pour les Festivals, la notion de gratuité est importante et se trouve au cœur de leur mission, car elle permet la démocratisation des arts et de l'accès à la culture à l'ensemble de la population sans discrimination économique.



Cette gratuité permet de plus aux Festivals de rejoindre un vaste bassin de festivaliers de tous horizons, ce qui se traduit par un achalandage important.

À titre d'exemple, en 2024:

	Participation	Pourcentage de participants locaux
<b>MEL</b>	636 088 entrées de site	73,5%
<b>NB</b>	Plus de 200 000 participants uniques	ND
<b>FIJM</b>	1 274 080 entrées de site	50,4%
<b>Francos</b>	671 216 entrées de site	69,2%
<b>TOTAL</b>	2 581 384 entrées de site pour MEL, FIJM et Francos et plus de 200 000 participants uniques pour NB	Moyenne de 64,3%

Les Festivals additionnent donc 2 581 384 entrées de site durant l'année 2024 (hiver comme été), correspondant ainsi à une moyenne de 25,8% des 10 millions de participants aux événements indiqués dans la Politique de développement culturel 2017-2022<sup>6</sup>.

Avec une moyenne de participation locale (i.e. Montréalais) de 64,3%, ces Festivals s'inscrivent dans la culture populaire des Montréalais qui profitent pleinement de cet accès à la culture, tout en agissant sur le renforcement de leur tissu social. L'apport des Festivals au milieu de vie des Montréalais agit sur plusieurs plans tant social, démocratique, éducatif qu'en santé.

Pour les artistes, l'occasion de se produire aux Festivals qui sont des événements majeurs internationaux et des *leaders* dans leurs créneaux, est unique et amène plusieurs opportunités, et ceci est encore plus vrai pour les artistes de la relève:

- Une première expérience devant des milliers de festivaliers;
- Interagir avec des artistes de renom nationaux et/ou internationaux;
- Performer dans des conditions techniques de haut standard;
- Augmenter leur visibilité et leur notoriété auprès du grand public et par conséquent leur auditoire;
- Se créer et développer un réseau professionnel.

Qui plus est, le travail des Festivals dans le développement des artistes ne s'arrête pas là. En effet, les Francos et le FIJM possèdent tous deux (2) des volets professionnels afin de redonner au milieu culturel en jouant un rôle clé dans la découverte des artistes d'ici.

Il est important de souligner que les Francos tissent également beaucoup de partenariats dans le milieu culturel avec des festivals et événements locaux et internationaux en vue de faire rayonner les artistes.

Les Festivals se positionnent donc sans conteste comme des acteurs de premier plan de la vie culturelle de la métropole, et participent activement à sa vitalité artistique, économique tout en promouvant son cœur créatif au niveau national et international, ce qui doit être pleinement reconnu dans le cadre du Projet de Politique culturelle.

---

<sup>6</sup> Politique de développement culturel 2017-2022 de la Ville de Montréal, page 45

### 1.3 Recommandations générales

En lien avec les rôles et responsabilités de la ville en culture, les principes directeurs du projet de Politique de développement culturel, et les objectifs 4, 5, 12, 14 et 15 du projet de Politique de développement culturel:

- Ajouter l'objectif suivant: *Affirmer Montréal comme une ville de festivals* dans le projet de Politique de développement culturel;
- Reconnaître le FIJM et les Francos comme des actifs culturels inestimables. Le FIJM, pour son impact extraordinaire tant qu'un point de vue culturel que d'un point de vue touristique et les Francos, notamment pour son rôle central dans la promotion de la langue française et de la chanson d'expression française. Ces actifs doivent être maintenus, mis en valeur et protégés, au même titre que les immeubles patrimoniaux à titre d'exemple;
- Reconnaître les festivals comme des diffuseurs, au même titre que les lieux de diffusion à titre d'exemple;
- Reconnaître davantage le milieu culturel, incluant les festivals, comme générateurs de retombées économiques et touristiques majeures, et par conséquent, mettre en place un soutien financier du Service du développement économique de la Ville de Montréal pour les festivals;
- Accompagner et soutenir la mise en place d'initiatives de développement durable ou inclusives au sein des festivals, par exemple visant des populations plus marginalisées (aînés, personnes à mobilité réduite, personnes en situation de faible revenu, etc.).

## 2- PÉRENNISER ET DÉVELOPPER LES FESTIVALS

« Les festivals et événements sont des favoris des Québécoises et des Québécois. Ils figurent en tête des intentions de pratique d'activités estivales et hivernales. Toutefois, malgré un achalandage bien présent, les promoteurs font face à une pression financière grandissante parce que les coûts augmentent beaucoup plus rapidement que les revenus. Afin de protéger cette offre indispensable pour le loisir et le tourisme, pour l'accès à la culture et aux sports, pour le soutien à l'identité et l'économie des collectivités, il devient essentiel que le milieu des festivals se rallie pour trouver des pistes pour faire les choses différemment, et ce, avec la complicité des partenaires, des commanditaires et des bailleurs de fonds. Il faut agir prestement pour éviter une déstructuration et un affaiblissement de cette offre (...). »<sup>7</sup>

François-G. Chevrier, directeur général d'Événements Attractions Québec (ÉAQ)

### 2.1 Dans l'espace public (QDS)

Dans son projet de Politique de développement culturel, la ville insiste sur l'importance de consolider la présence des lieux de création et de diffusion sur le territoire. Or, il importe de s'assurer que les principaux lieux de diffusion extérieurs de la ville conservent un aménagement qui permet et valorise la diffusion d'événements culturels.

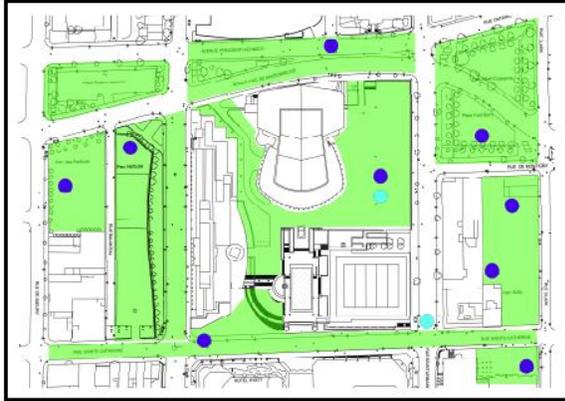
Le QDS a comme mission d'ancrer les grands festivals au centre-ville et de mettre en valeur les institutions culturelles et les salles de spectacles. Cette vision, développée en 2003, perdure encore aujourd'hui. Le QDS, tout comme les festivals qu'il abrite, appartient à tous les Montréalais.

Or, les pieds carrés d'espaces disponibles pour le déploiement des événements culturels au QDS ont grandement diminué au fil des années tel qu'il apparaît au plan ci-dessous. À ceci s'ajoutent les nombreux chantiers qui s'y déploient, par exemple, les travaux du Musée d'art contemporain qui ont lieu actuellement et se poursuivront jusqu'en 2028 et qui viennent également limiter l'espace utilisé par les festivals:

---

<sup>7</sup> Communiqué de presse : Portrait financier des festivals et événements du Québec, une pression grandissante pour les promoteurs, Événements Attractions Québec, 9 septembre 2024

Avant 2010



2025



- Scène
- Animation
- Zone aménagée Festival
- Zone de chantier
- Zone perdue

Cette perte d'espace au QDS est un enjeu qui préoccupe grandement les Festivals, non seulement car cela affecte l'espace disponible pour l'offre culturelle (i.e. scènes ou zones d'animation) et l'achalandage, mais aussi pour toutes les opérations nécessaires au déploiement des Festivals, telles que la gestion des déchets et la machinerie. Déjà en 2019, l'étude de MCE Conseils sur la situation économique des festivals du QDS indiquait ceci :

« L'évolution des espaces physiques a contraint ou affecté négativement l'offre disponible. Les projets des édifices Wilder et Balmoral contribuent à terme à l'amélioration de l'environnement, mais ont généré d'importantes nuisances visuelles, sonores et logistiques. La réfection de l'esplanade de la Place des Arts réduit d'autant l'espace pour les points de vente. Le nombre de pieds carrés d'espace d'opération, le nombre de scènes et le nombre de jours d'opération ont tous été réduits pour certains festivals. Il devient ainsi difficile de distinguer les contraintes de l'offre de l'épuisement de la demande dans le déclin observé de l'achalandage. Cette dernière demeure déterminante. Avec la densification continue du quartier (Maestria, Parc Domtar, etc.) qui représente néanmoins un indicateur clair du succès du QDS, viennent des contraintes d'arrière-scène et de coulisses qu'il faudra résoudre.<sup>8</sup> »

<sup>8</sup> MCE conseils. Juin 2019. Ville de Montréal, Étude sur la situation économique des festivals du Quartier des spectacles, p.2.

La réduction de l'espace disponible pour les Festivals au QDS fait aussi en sorte qu'il y a moins d'espaces disponibles pour des activations des commanditaires, ce qui touche directement - négativement - les revenus des festivals. Or, puisqu'ils présentent une offre principalement gratuite, les Festivals doivent pouvoir compter sur le soutien financier des commanditaires qui représente une part significative de leurs revenus totaux. S'ajoutent à ceci, des exigences contraignantes limitant la visibilité des commanditaires privés qui sont édictées notamment par la ville ainsi que par le Partenariat du Quartier des spectacles et qui viennent complexifier les partenariats des Festivals.

Enfin, la densification résidentielle du QDS au cours des dernières années qui témoigne du succès et de l'attractivité de ce lieu ne doit pas se faire au détriment de l'offre culturelle qui y est déployée et qui a contribué à cette attractivité. En effet, la Place des Festivals située au QDS est saturée de tours d'habitation dont la construction n'a pas été soumise à des normes qui auraient pu permettre de mitiger les impacts des activités culturelles nocturnes sur les occupants. Par exemple, le bâtiment Myriade Appartement, situé vis-à-vis l'Esplanade Tranquille ne semblerait pas s'être doté de triple vitrage (meilleures propriétés acoustiques), alors que plusieurs spectacles y ont lieu en période estivale.

Dans la foulée de la situation du Théâtre La Tulipe, les Festivals désirent que la mission première du QDS, soit l'accueil des festivals et événements culturels, soit réaffirmée et préservée.

## 2.2 Par le financement

Afin que Montréal demeure une *ville de festivals*, et que ces derniers continuent de faire rayonner la métropole à travers le monde et de contribuer aux retombées culturelles, économiques et touristiques de la ville, les Festivals recommandent que la ville reconnaisse leur financement comme un enjeu prioritaire.

La pandémie et le contexte inflationniste économique des dernières années ont grandement impacté à la hausse les budgets d'opérations (production, programmation, promotion et administration, etc.) des Festivals. Il n'est désormais plus possible de faire un festival de la même envergure qu'avant la pandémie au même budget pré-pandémique.

À titre d'exemple, suite à la pandémie et jusqu'à maintenant :

- Les coûts de sécurité ont augmenté d'environ 30%;
- Les coûts des fournisseurs ont augmenté d'environ 30%;
- La location de scène a augmenté d'environ 30%;
- Les cachets d'artistes ont augmenté d'environ 50%;

Bref, les dépenses d'opération sont à la hausse, mais les revenus ne suivent pas cette même hausse. Les revenus découlant des commandites stagnent étant donné notamment la perte d'espace au QDS.

Les revenus de billetterie servent uniquement à éponger les coûts des spectacles en salle, et ne contribuent pas à financer les activités gratuites. Les Festivals diffusent gratuitement autant en été qu'en hiver plus de 374 spectacles et animations en extérieur et dans des lieux environnants. Bien que la démocratisation et l'accès à la culture s'inscrivent dans l'ADN de ces Festivals, cette gratuité à un coût, et l'absence d'une billetterie significative limite les revenus des festivals et les solutions qui s'offrent à eux pour pallier les augmentations de coûts. En ce qui concerne les revenus découlant de la vente de produits au détail (alimentaire et produits dérivés), il y a une nette réduction de ceux-ci depuis plusieurs années qui peut s'expliquer par l'essor de l'offre alimentaire du QDS.

Enfin, les subventions récurrentes des Festivals stagnent ou diminuent, et cela est le cas à tous les paliers de gouvernement y compris à la ville de Montréal. Les Festivals tiennent toutefois à souligner la bonification significative et salutaire de 1 million de dollars au Fonds des festivals et événements majeurs (FFEM). Par ce geste, la Ville de Montréal vient témoigner de sa confiance dans le dynamisme porteur des festivals.

Cela dit, au cours des huit dernières années, les montants attribués aux Festivals n'avaient pas réellement été augmentés, hormis quelques exceptions non récurrentes (notamment en lien avec la reprise postpandémique ou la subvention 2024 prévue pour Juste pour rire).

Plus précisément quant au FIJM, il se heurte au plafond du programme depuis des années, sans possibilité de hausse en dépit de son succès et l'ampleur de ses activités. Le montant reçu de la ville devient de plus en plus petit dans le budget du FIJM, et est donc un frein pour sa croissance.

Quant aux Francos, malgré son importance pour l'identité collective, et bien que la ville se déclare métropole francophone des Amériques, l'évolution de son financement est relativement stagnante depuis des années.

Même constat du côté de MEL et NB qui s'inscrivent pourtant dans la stratégie hivernale de la métropole. De plus, la saisonnalité impacte les coûts d'opération d'un événement. Par exemple, les événements se déroulant l'hiver nécessitent plus de ressources tant humaines qu'en énergie.

Si nous prenons le cas de MEL et NB qui se déroulent en période hivernale, les coûts de production augmentent par rapport à un festival en période estivale, car cela prend généralement 50% de temps en plus pour l'installation d'un site similaire. La saisonnalité

impacte aussi les revenus des festivals, par exemple il est plus difficile d’avoir un grand achalandage l’hiver, et les festivaliers vont passer moins de temps au festival et consommer moins. Cela a un impact négatif sur les ventes sur le site, et peut également affecter l’attractivité du festival aux yeux des partenaires. L’étude sur le portrait financier des festivals et membres d’Événements Attractions Québec<sup>9</sup> indiquait d’ailleurs que « (...) les événements hivernaux et de Noël affichent une performance financière nettement inférieure avec seulement 25% de bénéfiques et 75% de déficits. Contrairement aux autres événements culturels qui iront plus dans une répartition à 50-50% ».

L’augmentation des coûts couplée à la stagnation des montants de financement conduit à une remise en question du modèle d’affaires de ces Festivals majoritairement gratuits. En effet, les Festivals se retrouvent à jongler entre le fait de devoir assurer un équilibre budgétaire stable, gérer les enjeux d’espaces réduits et donc de site, trouver de nouvelles alternatives de financement, résorber et/ou ne pas accumuler de déficit, proposer une offre de qualité et gratuite à l’ensemble des festivaliers tout en investissant et renouvelant leurs activités par l’innovation.

Ce casse-tête les amène parfois à faire des choix déchirants, tels que réduire les jours de programmation, le nombre de spectacles ou la quantité de décors, et ce au détriment de l’expérience festivalière et du rayonnement des artistes. Et par extension, au détriment du rayonnement de la métropole.

Les partenaires publics, y compris la ville, doivent consolider les acquis par un soutien financier à la hauteur de la réalité économique que vivent actuellement les festivals.

## **2.3 Vision de développement grâce à un financement accru**

### **2.3.1 Investissement en programmation extérieure**

Une augmentation du financement octroyé permettrait d’investir davantage dans la programmation offerte aux Montréalais, notamment en programmation gratuite sur les scènes extérieures. Pour rappel, les cachets d’artistes ont augmenté de près de 50% depuis trois ans, ce qui certainement a un impact quant aux choix que nous pouvons faire au niveau de la programmation.

---

<sup>9</sup> Portrait financier des festivals et événements membres d’EAQ, année financière 2023, 9<sup>e</sup> édition

Aux Francos par exemple, nous réussissons à rejoindre de nouveaux publics à travers les différentes communautés culturelles nouvellement arrivées au Canada, venant d'Europe et d'Afrique entre autres. Des artistes comme SDM, Big Flo & Oli, Dadju, Maitre Gims, qui performant dans les palmarès sur les plateformes d'écoute en continu, seraient sans aucun doute, des choix de programmation fort intéressants.

Toutefois, faire venir de tels artistes sur les scènes des Francos représente un coût non négligeable puisque le marché européen est fortement concurrentiel. Il est donc difficile d'offrir les performances de ces artistes aux publics qui en seraient certainement friands. L'expérience de l'artiste Soolking en 2023 aux Francos a démontré que les différentes communautés montréalaises apprécient ce contenu, qui renforce à la fois leur lien avec la musique francophone ainsi que la cohésion sociale à travers le territoire montréalais. Plusieurs idées créatives multilingues sont déjà en idéation pour rejoindre et encourager les Montréalais de tous horizons à venir participer à la grande fête francophone de la métropole.

Concernant le FIJM, nous sommes loin des années où nous pouvions créer des événements de très grande envergure en matière de programmation comme ce fut le cas avec la performance de Stevie Wonder en 2009 ou l'événement Cirque du Soleil en 2004 qui auront marqué l'histoire de la musique à Montréal. Un financement accru permettrait de réexplorer des partenariats avec des entreprises culturelles majeures comme des compagnies de cirque ou de danse pour rendre notre programmation extérieure encore plus extraordinaire qu'elle ne l'est déjà.

### **2.3.2 Investissement dans l'expérience festivalière et sociale**

Les Festivals souhaitent également réinvestir davantage dans l'expérience hors scène proposée aux festivaliers, qui a malheureusement dû être réduite au cours des dernières années. Avec un financement accru, les Festivals pourraient développer des partenariats avec des créateurs et entreprises créatives locales (Moment Factory, Creos, Normal, Lucion, etc.) pour nous accompagner dans des projets créatifs novateurs.

Pendant plusieurs années, le FIJM a créé du contenu musical historique en enregistrant des dizaines de concerts retransmis notamment à la télévision. Cette retransmission contribuait au rayonnement du festival et de la musique jazz dans son ensemble en permettant de rejoindre un plus large public, que ce soit à Montréal ou ailleurs. Un financement accru permettrait de reprendre la captation et la retransmission de ces moments parfois historiques et d'en assurer l'archivage.

## 2.4 Recommandations générales

En lien avec l'objectif 5, visant les lieux de diffusion qui doivent comprendre les lieux extérieurs tels que le QDS ou le Parc Jean-Drapeau ainsi que l'objectif 11 :

- Positionner le QDS parmi les lieux de création et de diffusion essentiels à la vitalité culturelle et des festivals de Montréal;
- Assurer le maintien des espaces de diffusion extérieurs du QDS, et créer des espaces pour les opérations des festivals (i.e. arrière-scènes);
- Instauration d'un modèle de mutualisation et de prise en charge d'équipements et de services de base par le QDS tels que les clôtures ou la gestion des déchets à l'instar d'un lieu de diffusion intérieur;
- Assouplissement de certaines règles de visibilité applicables aux commanditaires afin d'encourager l'apport du privé en culture;

En lien avec les objectifs 6, 9, et 12 à 15:

- Reconnaître le financement des festivals comme un enjeu prioritaire, voire existentiel, pour le maintien d'une offre abondante de programmations extérieures gratuites;
- Bonification du Fonds des Festivals et Événements Majeurs et augmentation du plafond de ce Fonds afin notamment de considérer la réalité entourant la gratuité des festivals et événements se déroulant dans l'espace public;
- Bonification du financement des événements mettant en valeur la langue française ou la saison hivernale;
- Assouplir certaines règles afin de permettre des approches innovantes pour hausser les revenus des festivals. À titre d'exemple, permettre l'ouverture des concessions alimentaires (boissons et nourriture) en amont de l'ouverture officielle du Festival (par exemple : durant les tests de sons);

### 3- RÉSUMÉ DES RECOMMANDATIONS

En lien avec les rôles et responsabilités de la ville en culture, les principes directeurs du projet de Politique de développement culturel, et les objectifs 4, 5, 12, 14 et 15 du projet de Politique de développement culturel:

- Ajouter l'objectif suivant: *Affirmer Montréal comme une ville de festivals* dans le projet de Politique de développement culturel;
- Reconnaître le FIJM et les Francos comme des actifs culturels inestimables. Le FIJM, pour son impact extraordinaire tant qu'un point de vue culturel que d'un point de vue touristique et les Francos, notamment pour son rôle central dans la promotion de la langue française et de la chanson d'expression française. Ces actifs doivent être maintenus, mis en valeur et protégés, au même titre que les immeubles patrimoniaux à titre d'exemple;
- Reconnaître les festivals comme des diffuseurs, au même titre que les lieux de diffusion à titre d'exemple;
- Reconnaître davantage le milieu culturel, incluant les festivals, comme générateurs de retombées économiques et touristiques majeures, et par conséquent, mettre en place un soutien financier du Service du développement économique de la Ville de Montréal pour les festivals;
- Accompagner et soutenir la mise en place d'initiatives de développement durable ou inclusives au sein des festivals, par exemple visant des populations plus marginalisées (aînés, personnes à mobilité réduite, personnes en situation de faible revenu, etc.).

En lien avec l'objectif 5, visant les lieux de diffusion qui doivent comprendre les lieux extérieurs tels que le QDS ou le Parc Jean-Drapeau ainsi que l'objectif 11 :

- Positionner le QDS parmi les lieux de création et de diffusion essentiels à la vitalité culturelle et des festivals de Montréal;

- Assurer le maintien des espaces de diffusion extérieurs du QDS, et créer des espaces pour les opérations des festivals (i.e. arrières-scènes);
- Instauration d'un modèle de mutualisation et de prise en charge d'équipements et de services de base par le QDS tels que les clôtures ou la gestion des déchets à l'instar d'un lieu de diffusion intérieur;
- Assouplissement de certaines règles de visibilité applicables aux commanditaires afin d'encourager l'apport du privé en culture;

En lien avec les objectifs 6, 9, et 12 à 15:

- Reconnaître le financement des festivals comme un enjeu prioritaire, voire existentiel, pour le maintien d'une offre abondante de programmations extérieures gratuites;
- Bonification du Fonds des Festivals et Événements Majeurs et augmentation du plafond de ce Fonds afin notamment de considérer la réalité entourant la gratuité des festivals et événements se déroulant dans l'espace public;
- Bonification du financement des événements mettant en valeur la langue française ou la saison hivernale;
- Assouplir certaines règles afin de permettre des approches innovantes pour hausser les revenus des festivals. À titre d'exemple, permettre l'ouverture des concessions alimentaires (boissons et nourriture) en amont de l'ouverture officielle du Festival (par exemple : durant les tests de sons);