

RAPPORT D'ACTIVITÉ

9^E ÉDITION

5 AU 15 JUILLET 2018



LOTO
QUÉBEC

PRÉSENTE

MONTRÉAL

COMPLÈTEMENT

CIRQUE



Crédit photo : Chantal Lévesque

SOMMAIRE

BILAN 2019 – SOMMAIRE EXÉCUTIF	4
LA 9^E ÉDITION EN CHIFFRES	5
MOT DE LA DIRECTION	6
PROGRAMMATION EXTÉRIEURE	8
Programmation au Pôle Quartier latin du Quartier des spectacles	8
Hors Piste	16
Les Quartiers complètement cirque	16
PROGRAMMATION EN SALLE	19
<i>Backbone</i> – Gravity and Other Myths - Australie - TOHU	20
<i>Le Mobile</i> – La Marche du crabe – Canada - TOHU	21
<i>Espièglerie</i> – Jamie Adkins – Canada - TOHU	22
<i>Un Poyo Rojo</i> – Un Poyo Rojo – Argentine - Théâtre Centaur	22
<i>Scotch & Soda</i> – Company 2 - Australie - Théâtre St-Denis 2	23
<i>SisterS</i> – Les 7 Doigts – Canada - Théâtre Outremont	24
<i>Chute!</i> – La Volte – France - Édifice Wilder	24
QUATRIÈME MARCHÉ INTERNATIONAL DE CIRQUE CONTEMPORAIN	26
MARKETING ET COMMUNICATIONS	28
Réseaux sociaux	29
Influenceurs	29
Partenaires médias	29
Relations de presse	30
Tourisme	31
Actions <i>in situ</i> et commercialisation	32
ADMINISTRATION	34
RESSOURCES HUMAINES	35
FINANCEMENT PUBLIC	36
FINANCEMENT PRIVÉ	37
DÉVELOPPEMENT DURABLE	38
DÉFIS ET PERSPECTIVES	40
ANNEXES	45

BILAN 2019 – SOMMAIRE EXÉCUTIF

La dernière édition de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE a une fois de plus ravi le cœur des festivaliers, qui se sont rassemblés massivement (427 960 personnes) autour du meilleur du cirque contemporain. Avec une augmentation de son achalandage de 35 % par rapport à 2016¹, le succès du Festival ne se dément pas et accueille parmi son public 38 % de touristes et d'excursionnistes.

Au pôle Quartier latin du Quartier des spectacles, l'année a été marquée par une importante densification des performances sur la rue Saint-Denis ainsi qu'un nouveau design de site. Toujours au rendez-vous, les *Minutes complètement cirque* ont à nouveau évolué, surprenantes autant par leur forme que par leur contenu.

Sur la place Émilie-Gamelin, la nouvelle création *Phénix* s'est harmonieusement intégrée à la réalité et aux contraintes du lieu et a offert une proposition entièrement renouvelée. La tournée des quartiers a pour sa part fait quelques nouveaux arrêts (dans le Sud-Ouest, à Longueuil et au Théâtre de Verdure) et a battu des records d'achalandage (+260 % par rapport à 2017).

En salle, fidèle à son objectif, le Festival mettait en valeur la grande diversité des arts du cirque : du cabaret musical très grand public au spectacle pour nourrissons, en passant par de petites formes audacieuses. Le public a pu profiter d'un éventail de propositions de qualité répondant à ses diverses aspirations. Le Festival investissait aussi de nouveaux lieux (le Wilder, le Théâtre St-Denis 2) et vivifiait la TOHU en y présentant trois spectacles simultanément.

Le Marché international de cirque contemporain (MICC) a pris beaucoup d'ampleur et de maturité, se taillant une place incontournable parmi les événements professionnels liés au monde du cirque.

Du côté du marketing et des communications, le virage Web amorcé en 2017 a été accentué : 80 % de la campagne se fait maintenant sur le Web, générant du contenu et des retombées qui contribuent à diversifier la clientèle.

En ce qui concerne l'administration, le Festival 2018 a généré un excédent de 139 000 \$, supérieur à l'objectif de 65 000 \$ que la direction s'était fixé et qui doit contribuer au remboursement de la dette.

Au financement privé, l'édition 2018 a été marquée d'une excellente nouvelle ; Loto-Québec, auparavant présentateur des activités extérieures gratuites, a confirmé son statut de présentateur du Festival, et ce, pour une durée de trois ans. Le grand partenaire média du Festival, Radio-Canada, a lui aussi confirmé son engagement sur une durée de 3 ans, avec une présence accrue sur la rue Saint-Denis.

Bien établi et jouissant d'un achalandage et d'une popularité croissants, le Festival fait aussi face à des défis de taille en matière de billetterie et de revenus autonomes. Un stimulant chantier stratégique est en cours, promettant un 10^e anniversaire, en 2019, rempli d'excitantes nouveautés !

¹Les chiffres sont comparés à 2016, vu l'année particulière du 375^e anniversaire de Montréal en 2017

LA 9^E ÉDITION EN CHIFFRES

427 960 festivaliers

61 représentations en salle

250 performances Rue Saint-Denis

19 représentations des *Minutes complètement cirque*

19 représentations de *Phénix* à la place Émilie-Gamelin

12 Quartiers complètement cirque

91 artistes en provenance de 9 pays

261 professionnels nationaux et internationaux provenant de 23 pays

Crédit photo : Andrew Miller



MOT DE LA DIRECTION



Alors que nous préparons activement le dixième anniversaire de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE, l'édition 2018 a confirmé que le Festival est devenu l'un des grands rendez-vous de la planète cirque, que ce soit pour les artistes, les programmateurs ou les spectateurs. Contribuer à faire de Montréal la capitale mondiale du cirque contemporain était l'un des objectifs de la création de l'événement – force est de constater que nous sommes sur la bonne voie.

Un seul chiffre en atteste : 427 960, soit le nombre de visiteurs comptabilisés en onze jours de Festival ! Si l'on exclut l'année particulière que fut 2017, il s'agit d'un nouveau record, d'une croissance de 35% par rapport à 2016, et d'un net dépassement de l'objectif annoncé de 380 000 festivaliers.

Tous les participants interrogés nous ont confié leur enthousiasme : qualité des spectacles en salle, richesse et diversité de la programmation extérieure, chaleur des relations entre les artistes et le public et niveau élevé des participants et des

échanges au MICC, notre événement professionnel dédié au cirque qui se tient en même temps que le Festival.

Ce dernier, toujours plus couru, est devenu l'un des grands moments de l'année pour quiconque s'intéresse à la discipline, qu'ils soient diffuseurs, chercheurs, créateurs ou observateurs gouvernementaux. L'ébullition en ville est palpable et les retombées artistiques et économiques sont réelles.

C'est que le « produit » au cœur de toutes ces rencontres est formidable ! La programmation intérieure fut diversifiée et suffisamment allongée pour permettre à tous d'y assister, avec 70 % des spectacles présentés neuf fois ou plus. Grâce à un partenariat fructueux avec Juste pour Rire, nous avons présenté du cirque, pour la toute première fois au Théâtre St-Denis, en plein cœur de la grande piste du pôle Quartier latin, renforçant notre ancrage dans le secteur et contribuant à créer une atmosphère de festival encore plus riche.

De son côté, la programmation gratuite sur la rue Saint-Denis, bonifiée tant en volume d'activités qu'en qualité des artistes, s'est attiré les éloges, tout en accordant une place importante à la relève circassienne montréalaise.

L'ajout d'une Terrasse complètement cirque intégrée au patrimoine urbain, et animée par l'irremplaçable Cirque Alfonse, a également marqué un des bons coups de cette édition. Quant à la création grandiose sur la place Émilie-Gamelin, elle s'est intégrée mieux que jamais à l'environnement urbain et aux usagers du lieu, en concertation avec le travail de revitalisation des Jardins-Gamelin.

L'autre agréable surprise fut l'accueil de plus en plus chaleureux réservé à la tournée des Quartiers complètement cirque, une tradition de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE depuis 2010, dont la fréquentation en 2018 a doublé en une année ! Près de 28 000 spectateurs ont applaudi, ri, joué, mangé près de chez eux, dans onze quartiers de la métropole, dont pour une première fois Longueuil. Le Théâtre de Verdure du Parc Lafontaine, et la Station F-MR sur les bords du Canal se sont également joints à la parade.

Et comme une bonne nouvelle ne vient jamais seule, saluons le partenariat renforcé avec Loto-Québec, qui s'est engagé pour trois ans à titre de Présentateur du Festival, ainsi que le retour de Tourisme Québec, dont le soutien important atteste de l'impact touristique majeur de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE.

Il reste, toutefois, des enjeux importants. En particulier, les ventes de billetterie et l'apport de commanditaires privés sont encore trop marginaux pour un événement de cette ampleur. Nos efforts pour développer la discipline et l'auditoire doivent être maintenus afin de corriger ces lacunes. Quant au soutien du gouvernement fédéral, il demeure quasi inexistant malgré la contribution du Conseil des arts du Canada au fonctionnement. Enfin, les coûts d'opération, logistique et sécurité sont en augmentation constante et il faut trouver des moyens pour que cela n'ait pas d'impact sur les budgets alloués à la programmation.

Nadine Marchand
Directrice du Festival



Autant de défis auxquels nous allons nous atteler dans les prochains mois, en préparant une édition 2019 toute particulière, qui marquera nos dix ans dans la grande piste à ciel ouvert qu'est notre chère métropole.

Nous souhaitons donc une belle année circassienne à tous les festivaliers, au public, aux artistes, aux partenaires et à notre fidèle équipe, et nous vous donnons rendez-vous en juillet 2019 !



Crédit photo : Andrew Miller

Stéphane Lavoie
Directeur général et de la programmation



PROGRAMMATION EXTÉRIEURE

Mission accomplie pour la programmation extérieure de la 9^e édition du Festival! En plus des *Minutes complètement cirque* et de *Phénix*, la nouvelle création sur la place Émilie-Gamelin, le Festival a investi la rue Saint-Denis comme il ne l'avait jamais fait, avec la présentation foisonnante et continue de spectacles et numéros en rue.

Après l'année particulière du 375^e anniversaire de Montréal, qui a attiré de grandes foules en 2017, les activités extérieures ont continué leur impressionnante progression en attirant près de 405 000 festivaliers, une augmentation de 35 % par rapport à 2016, et ont atteint des records d'achalandage dans les quartiers (+260 % par rapport à 2017).

Programmation au Pôle Quartier latin du Quartier des spectacles

L'un des objectifs pour 2018 était de reprendre pleinement possession du territoire en marquant visuellement la présence complètement cirque et en densifiant la programmation sur la rue Saint-Denis. À noter que la place Pasteur n'était pas disponible cette année pour cause de travaux.



Crédit photo : Andrew Miller



Crédit photo : Andrew Miller

Design de site

Pour ce faire, le Festival a d'abord créé un projet de design de site, destiné à faire valoir la marque en la faisant vivre, en créant une unité d'ambiance distincte et un univers complètement cirque.

À partir de l'objet emblématique popularisé grâce aux *Minutes complètement cirque* – le parapluie rouge –, les arches d'entrée de site ont été entièrement recréées en structures colorées, invitantes et originales. D'autres éléments ont été produits, toujours en lien avec le parapluie rouge : de grandes tours d'affichage sur la place Émilie-Gamelin, identifiant et indiquant la programmation des trois pistes sur la rue Saint-Denis, et des éléments de rappel sur les lampadaires le long de la rue.

Place aux performances

Afin de densifier la programmation, le Festival a triplé le nombre de représentations de son volet *Place aux performances*, permettant à une trentaine d'artistes (16 Canadiens et 17 étrangers), majoritairement de la relève, d'offrir aux festivaliers quelque 250 représentations de numéros, spectacles et déambulations (contre 80 en 2017) sur trois pistes, dont une arche, ainsi qu'en de multiples autres lieux explorés notamment par un déambulatoire présenté tous les jours. Ce foisonnement de performances, en plus des *Minutes complètement cirque* présentées deux fois par jour sur la rue Saint-Denis, a véritablement transformé le lieu en une piste de cirque à ciel ouvert.

La programmation du volet *Place aux performances*, résolument contemporaine, faisait alterner des propositions classiques et des créations plus audacieuses, mêlant les performances acrobatiques époustouflantes à des approches plus théâtrales et suscitant le rire autant que l'émotion. Plusieurs créations ont vu le jour sur la rue Saint-Denis cette année, favorisant le développement de la discipline. Notons le déambulatoire de Halte-R publique, une proposition de deux étudiants de l'École nationale de cirque de Montréal soutenue par le Festival, qui a connu un important succès, la présentation de deux créations sur fil de fer ainsi qu'un spectacle de danse et jonglerie.

Le nombre d'artistes est resté stable par rapport à 2017, le Festival ayant fait le choix d'offrir davantage de représentations à chacun.

Nouveauté cette année : la rue a accueilli des performances d'artistes qui présentaient des spectacles en salle. Ces "stunts" donnaient au public un avant-goût des spectacles à voir.

Le volet *Place aux performances* a reçu de très bons échos du milieu cirque, particulièrement des artistes qui apprécient l'ouverture à la prise de risques artistiques.



Crédit photos : Chantal Levesque

Les Minutes complètement cirque

La création emblématique du Festival était de retour en 2018, rassemblant 30 artistes dirigés par Anthony Venisse dans un dédale acrobatique et poétique sur la rue Saint-Denis. Rendez-vous incontournable, les Minutes ne manquent pas de rassembler un public de plus en plus nombreux qui ne cesse de s'émerveiller devant les prouesses des Minutiens.

Cette année, plutôt que le traditionnel déambulatoire culminant en un unique numéro, le Festival innovait en offrant au public quatre stations, quatre tableaux aux ambiances distinctes, dont un magnifique moment d'équilibre sur cannes niché devant l'ancienne bibliothèque Saint-Sulpice et un époustouflant numéro de trapèze ballant. Ces multiples arrêts, plus intimes, ainsi que l'ajout d'une narration aussi simple que poétique, renforçaient le lien au territoire, au bâti, à la rue, et le lien de proximité avec le public. L'énergie de la horde d'acrobates, toujours joueurs avec les festivaliers, était aussi légèrement différente cette année, guidée par une forme de force solennelle présente jusqu'à la place Émilie-Gamelin.

Une seule représentation des Minutes a été annulée pour cause de chaleur intense.



Crédit photos : Andrew Miller



Phénix

Présentée en continuité avec les *Minutes complètement cirque*, la nouvelle création sur la place Émilie-Gamelin célébrait la renaissance, le cycle sans fin de la vie. Dans une toute nouvelle scénographie, où trônait au milieu de la place une large piste ronde rappelant ce cycle et la circularité du chapiteau de cirque, la trentaine d'artistes évoluait à 360 degrés dans un grand geste très chorégraphique porté par une trame musicale classique envoûtante. Au centre de la scène, un chariot élévateur mettait en valeur, à différentes hauteurs, des tableaux de contorsion, de main à main, et une extraordinaire finale de roue Cyr. Du ciel se croisaient deux tyroliennes transportant de longs tissus aériens se rassemblant au-dessus de la piste.



Crédit photos : Andrew Miller

En collaborant bien en amont avec le Partenariat du Quartier des spectacles, qui, d'année en année, dynamise remarquablement la place Émilie-Gamelin, le Festival a pu s'intégrer harmonieusement à la vie particulière de ce lieu en transformation. Mettant de côté ses structures imposantes en optant pour la piste ronde, plus en phase avec le caractère de proximité du lieu, le Festival a également réduit au maximum sa présence sur les lieux en période de répétition et continue de travailler à minimiser son impact général sur les habitudes de programmation des Jardins Gamelin.

Une seule représentation de *Phénix* a été annulée pour cause de chaleur intense.





Crédit photos : Andrew Miller

Activités participatives et activations

Le Festival offrait également au public de tous âges l'occasion d'essayer diverses disciplines liées aux arts du cirque. Changement cette année : la zone Jeunesse complètement cirque Radio-Canada a été entièrement repensée et déplacée au nord de la rue Ontario. Plus grande, moins encombrée, plus esthétique et impressionnante, celle-ci a joui d'une bonne popularité, mais aurait avantage à être signalée ailleurs sur la rue Saint-Denis. Quelques performances jeunesse, tirées de spectacles en salle, ont eu lieu dans cet espace. Notons que le déplacement de la zone a largement dégagé le sud de la rue Saint-Denis, permettant une plus grande fluidité des foules. L'animation était assurée par l'École de cirque de Verdun.



Crédit photos : Chantal Levesque

Un espace de hamacs acrobatiques, occupé depuis deux ans par le club sportif MAA, a lui aussi été déplacé pour désengorger la rue et a hébergé un nouveau partenaire, Yoga Montréal. Ainsi, culture physique et yoga aérien étaient offerts aux 12 ans et plus devant le Théâtre St-Denis. Les deux disciplines jouissent d'une forte popularité.

La rue a également été l'hôte de quelques activations par des partenaires supplémentaires : La Presse+ déployait un espace détente sur la rue Émery durant tout le Festival, Public Mobile et Kind étaient présents pendant deux fins de semaine et quelques commerçants de la rue Saint-Denis ont offert leurs produits en bordure de rue.



La Terrasse complètement cirque Brasseur de Montréal

Auparavant sur la place Pasteur, la Terrasse s'est installée en 2018 directement sur la rue Saint-Denis, dans l'espace terrasse vacant, occupé auparavant par le Pub Saint-Ciboire. Pris d'assaut par les artistes colorés de la troupe Cirque Alfonse, visité par les musiciens de *Scotch & Soda*, l'endroit a connu un énorme succès et est rapidement devenu le lieu de rassemblement des artistes et professionnels du Festival. Biergarten à la sauce bûcheronne, la Terrasse renforçait l'expérience Festival dans une grande effervescence.

Crédit photo : Anaïs Nadelec



Crédit photo : Chantal Levesque



Hors Piste

Le Festival réitérait son soutien à Cirque Hors Piste, organisme de cirque social permettant à des personnes au parcours de vie marginalisé de s'épanouir par les arts du cirque. L'événement s'étant vu coupé de subventions en 2018, les capsules déambulatoires passant par la place Émilie-Gamelin ont été annulées pour faire place à l'événement au métro Beaudry le dernier samedi du Festival. Sous le thème et dans l'ambiance carnavalesque de Mardi gras, l'événement a accueilli près de 8 000 participants.



Crédit photos : Félix Bernier

Les Quartiers complètement cirque

Ce volet de la programmation extérieure, déployé depuis la création du Festival et faisant partie de son essence, est en plein essor. Comme mentionné plus haut, l'achalandage a explosé en 2018 et trois nouveaux lieux (Longueuil, dans le cadre de son Sommet des arts et de la musique, le Sud-Ouest à la Station F-MR et le Théâtre de Verdure du parc La Fontaine) se sont ajoutés à la tournée montréalaise. Les rendez-vous dans les quartiers sont devenus très attendus du public et font vivre le Festival quotidiennement dans les arrondissements, à l'extérieur du centre-ville. Plusieurs élus se sont joints à la foule enthousiaste.

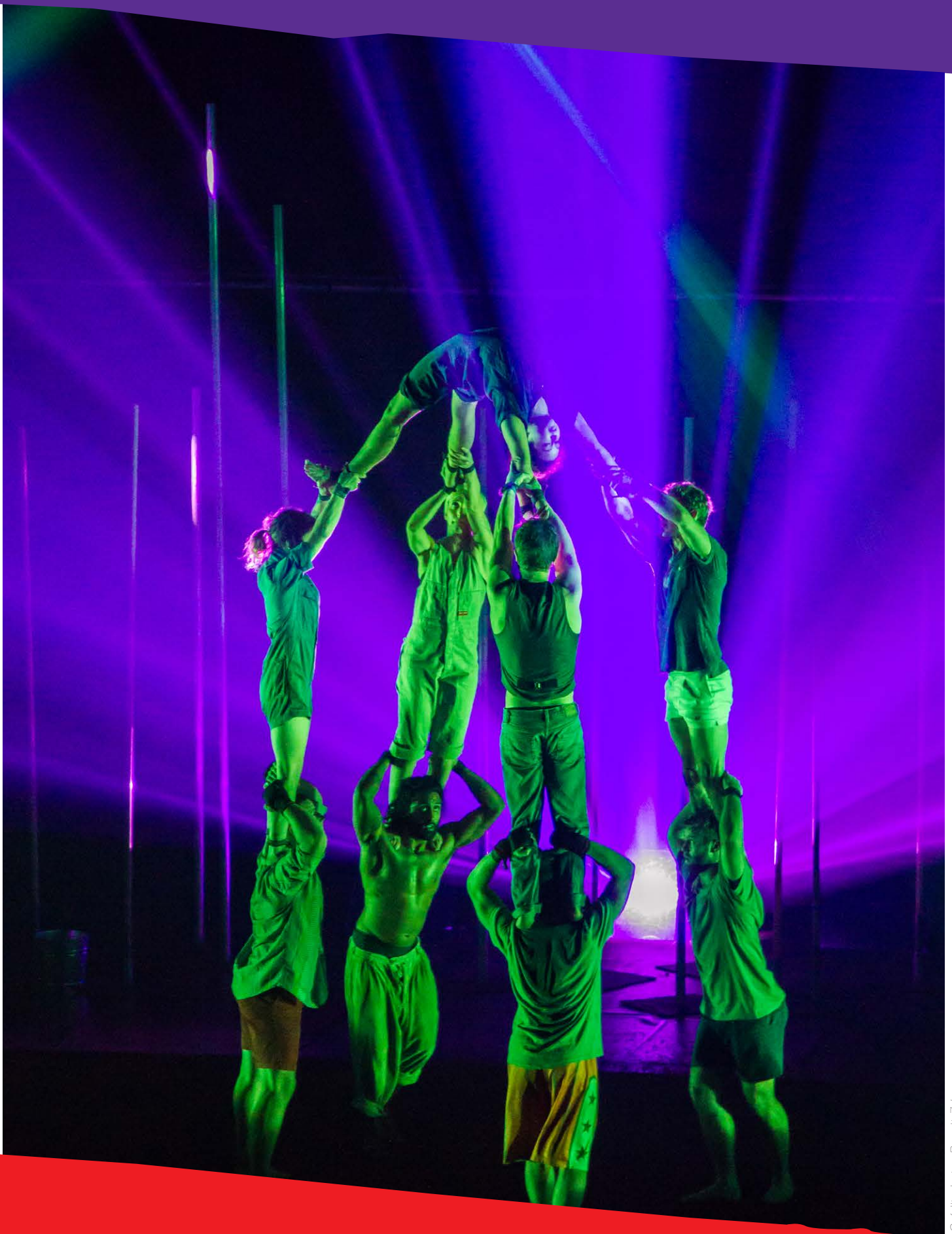
Autre nouveauté : le Festival proposait aux résidents de venir pique-niquer dans un environnement cirque animé par un trio d'étudiants de l'École nationale de cirque, création soutenue par le Festival. Avec MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE depuis 2017, la compagnie le Moulin à vent assurait l'animation avec ses structures participatives qui connaissent un énorme succès. Le spectacle en tournée, *L'Envers*, de la compagnie Ici'Bas, plus contemporain et contemplatif que les spectacles présentés précédemment, a joui d'un bon succès dans la plupart des arrondissements. En prime cette année, le spectacle *Truck Stop – la grande traversée* de la compagnie Machine de cirque s'arrêtait dans trois arrondissements avec sa roulotte-scène acrobatique, dans le cadre d'une tournée pancanadienne. Ce spectacle très populaire, créé à l'occasion du 150^e anniversaire de la Confédération, a été financé par le programme Nouveau chapitre du Conseil des arts du Canada.

En plus de la programmation concoctée par le Festival, le parc de la Promenade Bellerive dans l'arrondissement Mercier a été, pour une deuxième année, l'hôte du Cirque Carpe Diem. Celui-ci offrait au public d'essayer son grand trapèze volant, présentait son spectacle deux fois par jour et offrait un parcours de cirque participatif au sol durant toute la durée du Festival, faisant découvrir le cirque à près de 15 000 personnes.

Le Complexe Desjardins offrait également des animations et activités participatives, rassemblant 10 000 participants sur cinq jours d'activités. Le Festival continue de recevoir de nombreuses demandes de différents lieux pour y faire passer sa tournée ou tenir des événements complètement cirque.



Crédit photos : Anaïs Nedelec



Crédit photo : Benoit Z. Leroux

PROGRAMMATION EN SALLE

Fidèle à son objectif, le Festival mettait en valeur la grande diversité des arts du cirque : du cabaret musical très grand public au spectacle pour nourrissons, en passant par de petites formes audacieuses, le public a pu profiter d'un éventail de propositions de qualité répondant à ses diverses aspirations. Avec une augmentation de l'achalandage de 30 % par rapport à 2016 (-2,75 % par rapport à 2017, une année à part où les spectacles tenaient l'affiche plus longtemps), la plupart des pièces ont joui d'un bon succès tant critique que public.

Pour la première fois, le Festival investissait le Théâtre St-Denis, en plein cœur du territoire de la programmation extérieure. Pour une première également, l'Édifice Wilder, situé en plein cœur du pôle Place des Arts du Quartier des spectacles, recevait un spectacle complètement cirque. À la TOHU, trois spectacles étaient présentés simultanément, vivifiant le lieu cirque par excellence (la TOHU recevait aussi des activités du MICC et le *Week-end complètement cirque* de la tournée des quartiers).

Sept rencontres avec des artistes et artisans ont été tenues, et ont connu un assez bon succès.



Crédit photo : Benoit Z. Leroux

Backbone – Gravity and Other Myths - Australie - TOHU

Captivé par le premier opus de la troupe (A Simple Space, présenté au Festival en 2014 et en saison à la TOHU en 2015), le public est venu en grand nombre découvrir la nouvelle création de cette compagnie à la popularité exponentielle et est à nouveau tombé sous le charme. Et pour cause! Mêlant avec brio force et fluidité, les jeunes artistes australiens connus pour leurs portés acrobatiques jamais vus et leur énergie débordante ont su renouveler les jeux dangereux et offrir du cirque à l'état pur. Avec une mise en scène plus sophistiquée, la troupe a atteint un beau niveau de maturité tout en gardant son entrain et son ingénuité.

Présenté en ouverture du Festival, ce spectacle fort en émotions ouvrait les festivités avec force, enthousiasmant tant la critique que le public. Le retour d'une troupe dont le passage au Festival a été remarqué a porté fruit, le public avait confiance et cela s'est traduit par de bonnes ventes de billets.

« Assurément, Gravity and Others Myths se hisse déjà parmi les belles découvertes faites depuis la naissance de Montréal complètement cirque et promet d'être un des incontournables de cette 9^e édition. » - Le Devoir



Crédit photos : Benoit Z. Leroux



Le Mobile – La Marche du crabe – Canada - TOHU

Merveilleux succès pour cette œuvre unique destinée aux poupons. Le spectacle, tendre et doux, plein d'humour et de musique, a volé le cœur des parents, qui s'étendaient contre leur progéniture émerveillée au pied d'un mobile géant fait d'appareils acrobatiques aériens.

Les spectacles pour nourrissons sont rares et en très grande demande dans le monde entier. L'organisation du Festival est donc très heureuse d'avoir présenté, pour la première fois, une œuvre de ce type d'une grande qualité, créant la surprise parmi le public, la critique et les professionnels. Ceux-ci ont manifesté beaucoup d'intérêt à son égard et de nombreuses tournées sont à prévoir. Le spectacle, soutenu par la TOHU, le Conseil des arts de Montréal et En Piste dans le cadre du programme de soutien à la relève Tremplin, constitue un bel exemple de développement de la discipline.

L'arrière-scène de la salle de la TOHU, un espace inédit ajoutant à l'aspect découverte de l'expérience, a bien accueilli ce petit bijou, dont les représentations matinales affichant complet permettaient de surcroît de présenter d'autres spectacles à la TOHU.



Crédit photo : La marche du crabe

Espièglerie – Jamie Adkins – Canada - TOHU

Le spectacle familial du Festival convenait véritablement à tous les publics. Les spectateurs ressortaient enchantés des déboires clownesques et acrobatiques du personnage de Jamie Adkins, accompagné pour cette nouvelle création par la tubiste Julie Houle.

Bien que le précédent spectacle de Jamie Adkins (Circus Incognitus, qui a tourné de nombreuses années dans le monde entier) ait profité d'une TOHU pleine hors Festival, le spectacle n'a malheureusement pas suscité les ventes escomptées, et une plus petite salle aurait mieux convenu.

Un Poyo Rojo – Un Poyo Rojo – Argentine - Théâtre Centaur

Les deux artistes argentins ont offert un moment de pur bonheur au public avec cette pièce hilarante, audacieuse et virtuose. Campée dans un vestiaire sportif, la pièce se servait de la danse acrobatique comme expression d'une joute de séduction pathétiquement masculine.

Avec ses mimiques cartooniques, ses danses loufoques aux allusions sexuelles, son ambiance colorée et décalée, la pièce joignait un public différent, peut-être plus proche du milieu de la danse et du théâtre contemporains.

Le Festival recevait pour la première fois des artistes argentins et retournait au Centaur, lieu idéal pour cette petite forme intime. Programmé depuis de nombreuses années en Europe, c'était aussi le premier passage de la troupe en Amérique du Nord.

Avec un taux d'assistance très élevé, n'eût été l'indisponibilité des artistes, le spectacle aurait pu garder l'affiche plus longtemps.

*« Un spectacle aux codes universels, unique en son genre.
L'une des belles surprises du festival. Courez le voir. »
La Presse*



Crédit photos : Alexandre Galliez

Scotch & Soda – Company 2 - Australie - Théâtre St-Denis 2

Présenté au Théâtre St-Denis 2 en collaboration avec Juste pour Rire, ce cabaret musical joyeusement explosif a enflammé son public et a généré d'excellentes critiques des médias. Le spectacle, très populaire, plongeait les spectateurs dans une ambiance de fête.

Campé dans un univers à mi-chemin entre les cirques ambulants de l'ère de la Grande Dépression et les carnivals européens du 19^e siècle, ce party bordélique et festif excellait autant au niveau musical qu'acrobatique. À la grande surprise de tous, les ventes n'ont pas été à la hauteur de la réception publique et des critique.

Le Festival s'associait à Juste pour Rire pour une deuxième année dans une collaboration efficace. Le fait de présenter ce spectacle au Théâtre St-Denis ajoutait à l'effervescence festivalière de la rue Saint-Denis, les performances extérieures s'enchaînant naturellement avec les entrées et sorties de salle.

« Il y a dans Scotch & Soda une mise en scène inventive où musiciens et acrobates se passent le témoin impétueusement, en enchaînant les numéros conçus ensemble, avec adresse, humour et folie. » - La Presse



Crédit photos : Benoit Z. Leroux

SisterS – Les 7 Doigts – Canada - Théâtre Outremont

Mis en scène par la cofondatrice et directrice artistique des 7 Doigts, Gypsy Snyder, et inspiré de l'envoûtant univers sonore de feu Lhasa de Sela, ce conte de fées faisait l'apologie des relations fraternelles.

Cette création attendue et très prometteuse n'a cependant pas été à la hauteur des attentes. Il est toutefois de la mission de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE de prendre des risques et d'encourager la réalisation de nouvelles créations québécoises.

À noter que le spectacle a bénéficié d'une excellente prévente, preuve que les noms connus du public possèdent un grand potentiel de vente. La création, malgré les critiques pour le moins réservées, a tout de même continué à vendre des billets tout au long du Festival.

« SisterS est un spectacle qui touche beaucoup, pour peu qu'on accepte de s'engager dans un univers inconnu. La musique est vraiment magnifique; l'histoire racontée est compréhensible et touchante. » - Sors-tu?.ca



Crédit photo : Alexandre Galliez

Chute! – La Volte – France - Édifice Wilder

Cette pièce inclassable, présentée en quadri frontal pour un public restreint, relevait le défi d'intellectualiser la chute tout en en offrant des exemples plus que concrets. Habile, brillant et très drôle, le propos était illustré avec moult chutes procurant le recherché frisson du danger.

La dimension discursive de la pièce a rendu sa promotion délicate, regrettamment puisque le spectacle est très acrobatique.

Le spectacle seyait très bien à la salle de l'édifice Wilder, où le Festival résidait pour la première fois.

« This show is light-hearted, funny, simple and still memorable. It plants a seed that begs you to go out and discover more about circus.. » - Montreal Theatre Hub



Crédit photo : Vasil Tasevski

Espièglerie



Un Poyo Rojo



SisterS



Scotch & Soda



QUATRIÈME MARCHÉ INTERNATIONAL DE CIRQUE CONTEMPORAIN



Le Marché international de cirque contemporain (MICC) prend véritablement de la maturité, de l'ampleur et une place de plus en plus importante au sein de l'industrie des arts du cirque. L'événement est passé à un niveau supérieur en 2018.

Pour sa quatrième édition, le MICC a reçu 373 professionnels (+22,3 %) en provenance de 25 pays. De ce nombre, 53 étaient des programmeurs ou des diffuseurs.



Le large spectre des activités proposées favorisait :

- Le réseautage : cocktail d'ouverture, lunch pro, rencontres informelles à la Terrasse complètement cirque et au Quartier général
- Les échanges entre compagnies et professionnels: Tête-à-tête (présentation de projets en création), Tour de piste (présentation de spectacles prêts pour la tournée), deux vitrines (extraits de spectacles, dont *Hôtel*, la dernière création de Cirque Éloïze), des auditions générales du Cirque du Soleil, de Cirque Éloïze et des 7 Doigts
- Le développement et la consolidation de liens entre diffuseurs et programmeurs : atelier sur le développement d'un réseau commun et de tournées nord-américaines
- Le développement de la discipline : séminaire sur la recherche-crédation incarnée dans le cirque contemporain, conférence Collectif en cirque : de l'écriture à la structuration alternative
- Le développement de la diffusion : conférence Créer et diffuser le cirque pour le jeune public, atelier Comment tourner en Amérique du Nord

Le nombre de professionnels présents ainsi que la grande qualité de ceux-ci démontrent l'intérêt grandissant qu'a le milieu pour l'événement, et favorisent la vitalité et la pertinence de la tenue du MICC. Les échanges suscités promettent des retombées tangibles d'importance, évaluées à environ 2,5 M\$ en cachets de tournées internationales pour chaque édition. De plus, le MICC renforce le positionnement de Montréal comme capitale mondiale des arts du cirque, LE lieu où il faut être en juillet pour les professionnels de la discipline.

Présentées dans divers lieux (la TOHU, le Quartier général du Festival, l'École nationale de cirque de Montréal, le Cirque du Soleil, le Bain Mathieu et le Théâtre Denise-Pelletier, entre autres), les activités stimulent également la vie festivalière, et augmentent le caractère fébrile et inspirant.

Notons pour cette édition le nombre important de professionnels canadiens et américains, qui démontre un intérêt grandissant pour les collaborations nord-américaines, dont certaines se sont concrètement développées lors de l'atelier sur le développement du réseau nord-américain.

Le MICC est une vitrine pour les artistes, tant québécois, canadiens, qu'internationaux, et est voué à grandir.

Pour plus d'information, voir le rapport d'activité distinct du MICC.



MARKETING ET COMMUNICATIONS

L'édition 2018 représentait une année de grands défis d'achalandage et d'objectifs de vente visant à capitaliser sur les acquis de l'année particulière que fut 2017.

La campagne 2018 a encore accentué sa présence sur le Web (80 % de présence Web pour une valeur totale de 522 000 \$), dans la continuité d'un important virage Web amorcé l'an passé. Avec comme mot d'ordre de démystifier la discipline et de passer le message que «le cirque, ce n'est pas toujours ce que vous pensez», et dans une optique d'éducation du public, la campagne s'est déployée en contenu original diffusé sur les plateformes du Festival (site Web, réseaux sociaux), en placements médias numériques et par l'entremise d'une campagne d'influenceurs.

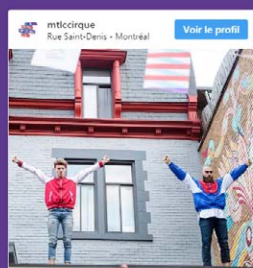
Ce virage numérique continue à favoriser la diffusion de contenu, à engager le public d'une manière toujours plus pertinente et à aiguïser et développer de nouveaux auditoires.



Nous sommes complètement Cirque

Échangez avec nous sur les médias sociaux à l'aide du hashtag #completemencirque.

 @mtccirque  @mtccirque  @mtccirque



Réseaux sociaux

Au cœur de la stratégie de contenu, la présence sur les réseaux sociaux du Festival a fait l'objet d'un effort particulier auquel correspondait un investissement conséquent. L'équipe souhaitait diminuer le nombre de publications sur la page Facebook principale du Festival pour se concentrer à l'accroissement de la notoriété des spectacles via les événements Facebook de chacun, ceux-ci ayant désormais une meilleure visibilité.

Une stratégie forte et la création de contenu ludique et intéressant se sont traduites par une augmentation de 26 % de conversion des réseaux sociaux vers le site Web. L'engagement a été particulièrement fort sur Instagram (+70 % d'abonnés). Le nombre d'adeptes sur Facebook a aussi augmenté (+12 %).

Influenceurs

Amorcée avec succès l'an dernier, l'association avec des influenceurs a grandi cette année avec la collaboration de huit personnalités. En plus de ces influenceurs de grande portée, le Festival a collaboré avec d'autres personnalités, en adéquation avec les cibles des différents spectacles (passionnés des arts, familles, touristes étrangers, etc.). Par exemple, la youtubeuse Karine Pothier, orientée famille, a couvert les spectacles *Espièglerie* et *Le Mobile* et témoigné de l'expérience complètement cirque du point de vue d'un parent.

Partenaires médias

Le Festival compte depuis ses débuts deux partenaires médias indispensables à sa notoriété: Radio-Canada et La Presse. Chaque année, les deux médias suivent l'évolution des contenus et stratégies du Festival et proposent des produits adaptés permettant un maximum de visibilité. Leur soutien et leur volonté de faire rayonner le Festival sont des atouts considérables à la stratégie de communication.



Relations de presse

La présente édition du Festival a encore bénéficié d'une couverture médiatique exceptionnelle, avec un record de couverture en amont. L'intérêt des médias ne se dément pas : le produit circassien et ses artistes restent à découvrir et constituent un excellent sujet journalistique.

La revue de presse est légèrement en hausse par rapport aux années passées avec 285 articles, critiques, reportages ou mentions dans les médias, couverts par 101 journalistes accrédités de 67 médias, dont neuf journalistes hors Québec. Voir la liste détaillée en annexe

Retombées locales

Avec de bons ambassadeurs parmi les artistes de la programmation, le Festival s'est vu invité dans plusieurs médias de grande écoute (deux couvertures en direct au Téléjournal de Radio-Canada et des entrevues avec V et LCN ; la cible anglophone n'était pas en reste avec la présence de Jamie Adkins à Breakfast Television et la présence de CTV à une représentation de *Scotch & Soda*). Le Festival a également attiré, en vrac, trois caméras aux répétitions de *Scotch & Soda*, suscité huit articles de journaux relayant la programmation de la tournée des quartiers. De plus, une dizaine de magazines mensuels ont annoncé le Festival.

La mise en place de préventes avant le lancement du Festival, associées à une couverture journalistique, a permis de faire parler de l'événement dès le début de l'année et de susciter des ventes.

La convocation des médias à assister en primeur à un extrait de la nouvelle création sur la place Émilie-Gamelin a bénéficié d'une couverture record (trois caméras, quatre photographes, cinq journalistes) et a permis de recueillir photos et entrevues dont la diffusion a eu des retombées positives.

Retombées internationales

Encore cette année, l'investissement dans le développement des relations de presse à l'international a continué de porter fruit, malgré le contexte difficile d'une année post-375^e anniversaire de Montréal (qui avait sollicité énormément les médias des marchés cibles du Festival).

La participation à des salons spécialisés tels que Go Media et Canada Media Marketplace, l'embauche d'un consultant et la collaboration avec Tourisme Montréal et l'Alliance de l'industrie touristique du Québec ont permis d'obtenir une belle couverture hors Québec avec 51 articles ou mentions.

Le Festival a accueilli une dizaine de médias en provenance du Canada, des États-Unis et de la France. Des médias prestigieux, dont The New Yorker, Le Point, USA Today et UPROXX, ont parlé de l'événement, contribuant à renforcer le statut de Montréal comme capitale mondiale des arts du cirque.

L'équipe continue de travailler au rayonnement international du Festival à moyen et long termes.

Tourisme

En plus des démarches en relations de presse internationales qui demeurent la stratégie principale au niveau du développement touristique, celui-ci passe aussi par la collaboration avec le milieu touristique montréalais.

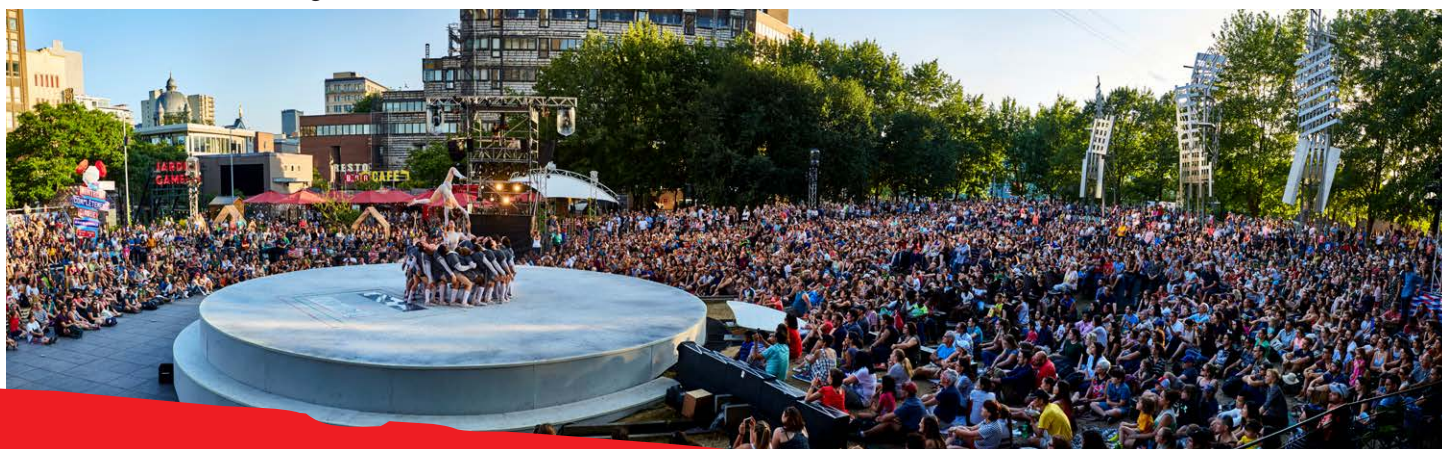
Tant au niveau de l'industrie hôtelière que des autres grandes industries touristiques, les approches ont permis de développer des partenariats durables qui offrent une belle visibilité auprès de la cible. Comme chaque année, l'organisation du Festival a rencontré les concierges, présenté la programmation lors de l'événement des Clefs d'Or et organisé un cocktail touristique au lendemain de l'ouverture du Festival afin de faire découvrir la programmation du pôle Quartier latin du Quartier des spectacles aux guides et agences touristiques. Notons l'ajout de deux nouveaux partenaires hôteliers : l'Hôtel Monville et l'auberge M Montréal, tous deux à proximité du site extérieur, pour un total de huit partenaires hôteliers.

D'autres partenaires culturels et touristiques, tels que le Théâtre St-Denis, le Théâtre Outremont, SkyVenture, Chromatic, ZooFest et bien d'autres, ont relayé la programmation du Festival à leurs réseaux. Les ambassades de pays représentés par des artistes de la programmation sont aussi toujours sollicitées pour relayer l'information auprès des expatriés.

Le développement touristique passe aussi par les relations avec les commerçants des différents quartiers dans lesquels le Festival est implanté, tels que le pôle Quartier latin, le Quartier des spectacles et le Village. Plus que jamais cette année, les commerçants ont arboré les couleurs complètement cirque grâce à une boîte à outils comprenant du matériel promotionnel pour faciliter l'appropriation du Festival (dépliants, matériel de pavoisement, macarons, autocollants, etc.). Les commerçants ont également offert des promotions spéciales et élaboré des menus en l'honneur du Festival. Leur participation a atteint des records cette année, avec 57 commerces, dont plus de la moitié offraient des promotions aux festivaliers.

L'étude d'achalandage menée en 2018 avec la firme Segma Recherche offre des résultats intéressants en ce qui a trait au tourisme : on compte parmi les festivaliers 22 % de touristes et 16 % d'excursionnistes. Il est intéressant de noter que parmi les touristes, 25 % proviennent des États-Unis et 46 % de l'international (en majorité de l'Europe avec la France à 57 %). Il est également intéressant de noter que le taux d'attractivité des touristes et des excursionnistes est de 44 %*.

* Voir étude d'achalandage en annexe sur demande



Crédit photo : Andrew Miller

Actions *in situ* et commercialisation

L'équipe marketing a cette année encore redoublé d'efforts pour aller chercher son public là où il se trouve, en se manifestant le plus possible aux Jardins Gamelin et sur la rue Saint-Denis. Aux Jardins Gamelin, en plus du kiosque d'information-billetterie installé à proximité de la scène, un animateur prenait la parole avant et après chaque représentation du spectacle *Phénix*, invitant le public à profiter des spectacles en salle et l'informant des diverses promotions, ce qui a généré de nombreux achats spontanés. Dans les quartiers, le public était invité à participer à un concours pour courir la chance de gagner des billets pour un spectacle en salle durant le Festival ainsi que la saison régulière de la TOHU.

Le Festival a également organisé des stunts avec les artistes de la programmation en salle pour faire découvrir des extraits de spectacles au public de la rue Saint-Denis. Quatre troupes se sont prêtées au jeu. Comme mentionné plus haut, le Festival a ouvert sa Terrasse complètement cirque au cœur de la rue Saint-Denis. La Terrasse a permis au Festival d'être plus ancrée dans la rue que les années précédentes et l'expérience a été couronnée d'un véritable succès. La Terrasse complètement cirque est un très bel atout de visibilité.

Le Festival continue également la commercialisation de produits dérivés tels que t-shirts et gourdes. Nouveauté cette année : 20 t-shirts en édition limitée, conçus pour les influenceurs, ont été créés par une designer montréalaise. La commercialisation de t-shirt en édition limitée sera poussée pour le 10^e anniversaire en 2019.

En conclusion, la campagne marketing a poursuivi et accentué le virage Web amorcé en 2017, et l'équipe a mis en place des stratégies et actions qui ont permis d'atteindre des clientèles cibles très précises tout en poursuivant le travail de développement de public. L'analyse de la campagne Web permet de constater que les publications et publicités créées dans l'esprit décalé du Festival, reflétant donc l'identité de la marque, sont celles qui fonctionnent le mieux. Cela donne de bonnes indications pour peaufiner les futures stratégies. Il est également intéressant de noter que la vente de laissez-passer et passeports a été au-delà des objectifs fixés (+140 %). Cette augmentation (+435 % par rapport à 2017) est de très bon augure pour le Festival, car on y voit ici la fidélisation du public ainsi qu'une confiance établie envers la programmation. Le passeport VIP, de retour cette année, a grandement contribué à cette augmentation et sera reconduit en 2019. Cependant, malgré une campagne de communication marketing efficace, les objectifs de vente d'une production en particulier n'ont pas été atteints, ce qui a nui à l'atteinte de l'objectif global.





Crédit photo : Anais Nedelec

ADMINISTRATION

Le Festival 2018 a réussi à générer un excédent de 139 000 \$. Ce surplus est supérieur à l'objectif de 65 000 \$ que la direction s'était fixé et qui doit contribuer au remboursement de la dette.

Puisque l'année 2017 est considérée comme une année atypique – en raison des festivités entourant le 375^e anniversaire de Montréal ayant entraîné des revenus et dépenses supplémentaires pour des projets spécifiques –, les résultats seront comparés à ceux de 2016.

Le montant du surplus est majoritairement imputable à un contrôle extrêmement rigoureux des dépenses, principalement en programmation, en salle et à l'extérieur. La température particulièrement clémente – les journées de pluie occasionnent des frais supplémentaires – a permis de faire des économies et, de plus, les montants réservés pour les contingences n'ont pas été utilisés. Des économies au niveau des salaires en raison de rotations du personnel ainsi qu'au niveau de certains frais administratifs ont également contribué.

Malgré l'objectif de vente de billets non atteint (voir plus haut), les recettes de billetterie sont en hausse de 7,6 % par rapport à 2016 (145 000 \$). Comme initié en 2017, le Festival a présenté la plupart des spectacles sur de plus longues périodes, permettant au bouche-à-oreille de faire son chemin. La présentation de plusieurs spectacles en rotation à la TOHU a aussi favorisé une synergie.

Le succès de la Terrasse sur la rue Saint-Denis incite à développer bien davantage cette expérience, de même que l'ensemble du volet de commercialisation, où des revenus autonomes peuvent être générés. Pour ce qui est des dépenses globales du Festival, on note une augmentation de 177 000 \$ (versus 2017), principalement en programmation extérieure, et légèrement en marketing, avec notamment notre partenaire Juste pour Rire qui a investi pour la promotion du spectacle *Scotch & Soda* présenté en codiffusion.

À l'extérieur, l'augmentation des dépenses est allée à la densification de la programmation sur la rue Saint-Denis afin d'offrir un site réellement animé et d'habiter la rue maintenant complètement fermée à la circulation pendant tout le Festival. L'augmentation importante des frais de sécurité et d'accueil a aussi eu un impact sur les dépenses.

Finalement, le Festival réussit à poursuivre sa croissance de fréquentation impressionnante malgré des contraintes budgétaires qui limitent certains choix et freinent le développement de projets plus ambitieux. La structure financière du Festival demeure déséquilibrée quant aux ratios entre financements public et privé. D'un côté, le Festival souffre depuis des années de la maigre présence du gouvernement fédéral, toujours limitée à environ 1,73 % des revenus, mais il faut cependant reconnaître les efforts manifestés par le Conseil des arts du Canada. De l'autre côté, l'enjeu des revenus insuffisants en commandite et en billetterie demeure; le produit reste encore mal connu et la concurrence, féroce. Un travail d'analyse et de développement de stratégies est en cours (voir Défis et perspectives).

RESSOURCES HUMAINES

Toujours au rendez-vous, l'extraordinaire équipe de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE, composée de ressources externes autant que d'employés de la TOHU, continue de s'investir avec passion dans cet événement mobilisateur, qui rassemble sensiblement les mêmes personnes dévouées année après année. Le Festival emploie plus de 150 personnes, à la pige et de façon permanente.

À la programmation extérieure, la direction en place depuis huit ans a passé le flambeau à deux habitués de longue date du Festival, transition heureuse qui s'est faite tout en harmonie.

En 2018, le Festival continuait d'engager des jeunes du quartier Saint-Michel pour ses activités à la TOHU et à faire appel à l'organisme Spectre de rue par l'entremise de son programme TAPAJ pour l'accueil et l'entretien au Quartier des spectacles. Pour ses besoins en techniciens, le Festival fait affaire avec Prodigium, une entreprise d'économie sociale dont la mission est la réinsertion sociale.

Recevant de plus en plus d'offres, le Festival comptait en 2018 sur la présence active d'environ quatre-vingt bénévoles. Essentiels au bon déroulement de l'événement, ceux-ci reçoivent, en échange de leur contribution, un accès aux spectacles en salle, une paire de billets pour la saison régulière de la TOHU, un accès au Quartier général avec une consommation gratuite le soir de la dernière, un t-shirt et une gourde complètement cirque, des rabais au Bahut à la TOHU et chez divers commerçants. On rapporte une satisfaction globale des bénévoles, qui se sentent complices, membres de l'équipe et qui apprécient leur implication.



FINANCEMENT PUBLIC

Le gouvernement du Québec, partenaire fondateur de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE, reste le premier bailleur de fonds public du Festival, qui a reçu à ce titre deux excellentes nouvelles en 2018.

Tout d'abord, un retour salué du ministère du Tourisme, par l'entremise de son Programme d'aide financière aux festivals et aux événements touristiques, après un retrait d'un an. Le soutien de 250 000 \$, à un niveau inégalé auparavant pour le fonctionnement de l'événement (hors projets spéciaux), vient attester l'importance qu'a pris MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE dans la promotion de la destination et son impact touristique. De fait, plus du quart des festivaliers sont des touristes.

D'autre part, le Secrétariat à la région métropolitaine, avec son Fonds d'initiative et de rayonnement de la métropole, s'est engagé pour la première fois sur une base pluriannuelle : il soutiendra le Festival sur une période de trois ans pour un montant minimal de 500 000 \$ par édition. Quant au Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ), il reste un contributeur majeur du Festival, notamment pour tout le volet de développement de la discipline circassienne. Celui-ci a renouvelé son engagement pour un soutien identique jusqu'en 2022.

La Ville de Montréal est le deuxième grand partenaire public de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE. Elle a renouvelé en 2018 son soutien de 600 000 \$ et a incorporé l'aide de l'arrondissement Ville-Marie pour la logistique et la sécurité sur la place Émilie-Gamelin, qui fait face à des besoins financiers et matériels en très forte croissance.

La présence de la mairesse Valérie Plante à la soirée d'ouverture a envoyé un signal fort en faveur de Montréal, capitale internationale des arts du cirque. De nombreux élus et fonctionnaires ont participé à l'une ou l'autre des activités proposées pendant le Festival et le MICC.



L'organisme Tourisme Montréal a également renouvelé son aide financière au même niveau que l'an passé; une augmentation du soutien aurait été bienvenue dans le contexte de « l'après-2017 », afin de maintenir une visibilité à l'international et un achalandage touristique important dans la région.

Pour ce qui est du gouvernement fédéral, l'enveloppe de Patrimoine Canada reste beaucoup trop faible (à peine au-dessus de 1% des revenus du Festival) et l'événement n'arrive toujours pas à intégrer les programmes de Développement économique Canada, malgré sa croissance soutenue et son impact sur les exportations créatives canadiennes.

Saluons en revanche la toute première année de financement à la mission de la TOHU par le Conseil des arts du Canada. Le montant reste marginal (22 000 \$ affectés au Festival) mais il va croître de façon continue sur trois ans. La présence des députés fédéraux Nicola Di Iorio et Emmanuel Dubourg et du PDG du CAC Simon Brault à la soirée d'ouverture du Festival auront été saluées.

FINANCEMENT PRIVÉ



L'édition 2018 a été marquée d'une excellente nouvelle. En effet, Loto-Québec, auparavant présentateur des activités extérieures gratuites, a confirmé son statut de présentateur du Festival, et ce, pour une durée de trois ans. Un appui de taille qui vient confirmer le caractère incontournable du Festival dans le paysage culturel québécois. Ce soutien majeur est assorti d'un nouveau pavoisement spectaculaire aux couleurs de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE et de Loto-Québec, sur la rue Saint-Denis et la place Émilie-Gamelin.

Le grand partenaire média du Festival, Radio-Canada, a lui aussi confirmé son engagement sur une durée de trois ans, et une présence accrue sur la rue Saint-Denis avec la toute nouvelle zone Jeunesse. Cet espace participatif revampé permet aux enfants de 4 à 12 ans de se frotter aux rudiments du cirque avec des stations de planche à saut, de trampoline, de jonglerie et de trapèze. Radio-Canada présente également les trois pistes de Place aux performances.

Air France, transporteur officiel, figure également parmi les partenaires majeurs en contribuant au transport d'artistes de partout dans le monde. La Terrasse complètement cirque Brasseur de Montréal s'est révélée le point de rassemblement le plus populaire du Festival pour y prendre un verre et se reposer à l'ombre entre deux spectacles. Le Festival compte également sur le soutien d'Eska, de Keurig Canada et d'Univins en tant que partenaires privilégiés, et sur le soutien indéfectible du Cirque du Soleil.

Malgré cette bonne tenue, le financement privé du Festival présente toujours certains défis. En effet, outre le présentateur et le grand partenaire, force est de constater qu'il est encore difficile de faire valoir les propriétés de l'événement auprès d'autres partenaires d'envergure. L'été dernier, l'équipe a entamé une réflexion sérieuse à cet effet, qui débouchera sur des propositions concrètes au cours de l'automne. L'un des objectifs pour 2019 sera de confirmer un collaborateur pour l'événement ainsi que de rallier d'autres partenaires en utilisant le levier du 10^e anniversaire. Finalement, la part des commandites de biens et services demeure surreprésentée dans le budget de financement privé. Le Festival espère que l'apport de nouveaux partenaires rectifiera la situation.



Crédit photo : Anais Nedelec

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le Festival a résolu en 2018 de se remettre à jour au niveau de sa responsabilité tant sociale qu'environnementale, notamment avec la création d'un comité de développement durable au sein de la TOHU, dont il est bien entendu partie prenante. Pour 2018, le Festival s'était donné comme objectifs d'améliorer sa gestion des matières résiduelles sur les lieux du Quartier des spectacles (première étape d'un plan plus ambitieux demandant davantage de moyens financiers), de supprimer sa consommation de bouteilles d'eau en plastique et de calculer le mieux possible le kilométrage de ses divers déplacements. Le Festival participe aux rencontres et échanges du Regroupement des festivals engagés depuis plusieurs années.

En 2018, en matière de responsabilité sociale, le Festival :

- a engagé des agents d'accueil et d'entretien par l'entremise de TAPAJ pour ses activités au pôle Quartier latin;
- a embauché des stagiaires techniques des Productions Jeun'Est;
- a embauché des jeunes du quartier Saint-Michel pour ses activités à la TOHU (dans la cadre de la mission régulière de la TOHU);
- a continué de tisser des liens avec ses voisines, les Habitations Jeanne-Mance. L'organisation souhaitait présenter le spectacle *Truck Stop – la grande traversée* sur le terrain de basketball des résidences, à l'extérieur. Malheureusement, le projet a avorté faute de la subvention nécessaire. Le Festival a toutefois invité des familles à faire une visite de la rue Saint-Denis, quelques-unes d'entre elles se sont montrées intéressées. On souhaite que le Festival participe au décloisonnement de ces résidences en les invitant à participer activement aux activités offertes. Le dialogue, entamé l'an passé, continuera;
- a engagé un grand nombre d'artistes de la relève;
- a soutenu des projets de création de la relève;
- a orchestré une programmation gratuite dans des lieux éloignés du centre avec la tournée des quartiers dans onze arrondissements;
- a offert des billets à rabais pour le spectacle *Espièglerie* via la plateforme giveaseat.ca, dont 80% des revenus sont remis à des projets de développement durable. Les revenus ont été remis à Cirque Hors Piste;
- a rendu la majorité des activités accessibles aux personnes à mobilité réduite : les installations extérieures sont toujours pensées en fonction de l'accessibilité;
- a organisé un point sur la sécurité du public, et plus particulièrement des publics vulnérables, pour conscientiser les équipes;
- a entamé l'analyse de l'édition 2018 à l'aide du formulaire Modèle d'évaluation des pratiques sociales des festivals et événements (MEPS), développé par Festivals et événements Québec. Les résultats serviront à clarifier ses objectifs et ses moyens d'action en matière de responsabilité sociale.

Au niveau environnemental :

- a réduit de manière significative sa consommation de bouteilles d'eau en plastique. De l'eau potable était disponible dans les bureaux, les loges et en arrière-scène, et des gourdes en aluminium étaient offertes à tous les participants (employés, pigistes, artistes, professionnels et bénévoles). Les équipes sensibilisaient les différents participants à la réduction de leur consommation de bouteilles. Des bouteilles sont toujours disponibles en cas d'urgence et cet été, à cause de la chaleur accablante durant le montage, les répétitions et le démontage à l'extérieur, de nombreuses bouteilles ont dû être distribuées pour assurer la sécurité de l'équipe et des artistes;
- a amélioré sa gestion des matières résiduelles sur le site extérieur. Des bacs de recyclage supplémentaires ont été loués et gérés par les équipes du Festival. Dans les bureaux et les loges, un bac de récupération des matières compostables était mis à la disposition des usagers. Ces démarches étaient toutefois insuffisantes et seront améliorées l'an prochain;
- a fait l'achat de bacs doubles à la fin de l'édition 2018, pour 2019;
- a recueilli le kilométrage de ses divers déplacements dans le but de calculer les émissions de gaz à effets de serre relié aux transports, et d'éventuellement en faire le rachat;
- a disposé, autant que possible, de façon responsable des matériaux issus du montage et du démontage;
- a disposé de façon responsable des décors, dont la plupart sont créés pour être réutilisés et entreposés;
- a récupéré les matières dangereuses (piles, peinture et autres) et en a disposé de manière responsable.



MONTRÉAL
COMPLÈTEMENT
CIRQUE

GUIDE DU FESTIVALIER VERT



JUN 2018




MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE, depuis plusieurs années maintenant, met sur pied une organisation événementielle de plus en plus durable et éco-responsable. Le Festival désire améliorer de façon significative ses actions en matière de développement durable.

Petit frère de la TOHU, reconnue pour ses actions en la matière, il pose déjà des gestes en ce sens. Nous croyons qu'il est possible en tant qu'organisation, de créer et de faire partie d'un mouvement éco-responsable.



JUN 2018



1. ÉCOPRESPONSABILITÉ ÉVÉNEMENTIELLE

- **VOLET ENVIRONNEMENTAL**
 - Bacs de dépôt de programmes de soirée pour leur récupération dans toutes les salles.
 - Diapositives et programmes imprimés sur du papier certifié.
 - Objectif zéro bouteilles d'eau pour les employés du Festival.
 - Système éco-cups au Quartier général.
 - Distribution de clés BIX aux artistes et employés.
 - Distribution de gasses STM aux artistes venant de l'extérieur de Montréal.
 - Organisation de co-voyage pour la tournée des quartiers.
 - Navettes depuis le lieu d'hébergement pour les artistes étrangers présentant un spectacle à la TOHU.
 - Calcul des émissions de GES liées au transport, dans le but de racheter des crédits carbone dans une édition ultérieure.
 - Stratégie d'utilisation efficiente de la machinerie lourde pour réduire au minimum la consommation d'essence.
 - Gestion des matières résiduelles sur le site de la TOHU (recyclage et compost, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur).
 - Sensibilisation auprès des arrondissements où le Festival présente sa tournée des quartiers pour la gestion des matières résiduelles.

ET BIEN D'AUTRES!

Pour une première année, le Festival instaura le recyclage (davantage de bacs que les poubelles doubles de la Ville existante) sur son site extérieur au Quartier latin. De nombreux bacs doubles seront placés à plusieurs endroits. Les équipes de la seront contractées via Tapqi et les livres seront privés en conséquence du volume envisagé.

- **VOLET SOCIAL**
 - Embauche de jeunes du quartier Saint-Michel pour certains événements de la tournée des quartiers
 - Embauche de personnel via Sporec de rue pour l'animation du site extérieur Quartier Latin
 - Soutien de l'événement Hors-Pass, cirque social
 - Collaboration avec les habitations Jeanne-Mance
 - Participation au programme Give-a-seat

JUN 2018



DEVENEZ COMPLÈTEMENT VERT!

TRANSPORT
Lorsque vous vous déplacez en ville, privilégiez le transport en commun, le co-voyage ou un service de navettes.

Si vous n'habitez pas sur l'île de Montréal, vous pouvez visiter le site Web de GOUBUQUZ pour trouver la meilleure option possible de chez vous!

NOURRITURE
Si cela est possible, optez pour des mets bio, locaux ou équitables. Privilégiez des mets végétariens ou végétaliens.

Réutilisez votre verre ou encore mieux, apportez votre propre tasse ou votre contenant réutilisable.

EAU
Apportez votre bouteille réutilisable ou procurez-vous-en une à l'effigie de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE sur notre site extérieur.

GESTION DES DÉCHETS
Consultez le programme en ligne et les pancartes sur le site et évitez d'imprimer ou d'acheter vous de recycler votre dépliant en papier.

Prenez le temps de bien trier vos matières recyclables des matières jetables.

MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE croit profondément que c'est en donnant l'exemple que de plus en plus d'organisations et d'individus décideront eux aussi de penser le monde plus durablement.



JUN 2018

DÉFIS ET PERSPECTIVES

MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE a présenté une édition 2018 riche en qualité, diversité et innovation, tout en poursuivant l'augmentation importante de son achalandage année après année. Le 10^e anniversaire du Festival, l'an prochain, représente une occasion dont les équipes se saisiront comme levier pour augmenter le rayonnement de l'événement, le développement de public et la croissance de l'achalandage.

Les enjeux principaux demeurent les revenus autonomes, c'est-à-dire le financement privé et la billetterie, qui, après neuf années d'opération, stagnent et restent en deçà de ce qu'ils devraient être de l'avis de l'organisation. Le produit cirque, bien qu'attrayant (en témoignent l'augmentation exponentielle de l'achalandage de la programmation extérieure et la couverture médiatique généreuse), demeure encore mal connu. La perception de la discipline est encore floue, et souvent erronée : pour plusieurs, le cirque n'est qu'une activité s'adressant aux enfants ou au mieux à la famille ; pour d'autres, cirque égale uniquement acrobaties et prouesses, sans l'émotion rattachée à la danse ou au théâtre.

De plus, le Festival demeure un joueur de taille moyenne par rapport aux géants de l'événementiel. La concurrence féroce dans laquelle évoluent les événements culturels, domaine récemment marqué par une concentration inquiétante de grands joueurs, ajoute à l'enjeu de la billetterie et de la commandite. L'équipe du Festival se doit d'approfondir la réflexion à ce sujet afin de mettre en place des stratégies et des actions pour permettre une évolution et une croissance saines de son événement. Un travail de planification stratégique est déjà bien amorcé afin d'attaquer la 10^e édition et les suivantes avec des forces renouvelées.

Quant au financement public, l'engagement du Secrétariat à la région métropolitaine sur une période de trois ans permettra à l'équipe de direction de mieux planifier ses opérations à moyen terme et de s'adjoindre d'autres collaborateurs.

Les perspectives sont très intéressantes du côté de Tourisme Québec (TQ) qui attend les résultats de l'étude de provenance et d'achalandage du Festival pour étendre son financement sur une période de trois ans. L'équipe du Festival a bon espoir que TQ s'engage à un niveau reflétant davantage l'achalandage et la force touristique de l'événement.

Le contexte est positif au niveau municipal. Le changement vers l'équipe de Projet Montréal a toutefois freiné les engagements pluriannuels – que le Festival espère voir débloqués –, d'autant que de telles ententes à moyen terme font partie des objectifs de Montréal métropole culturelle. Montréal apparaissant comme capitale internationale des arts du cirque, il serait logique que MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE profite d'un tel avantage.

Le récent développement stratégique de Tourisme Montréal (TM) pour une offre touristique dans les quartiers est très apprécié et devrait s'intégrer naturellement à la programmation de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE qui, depuis sa création en 2010, se déploie dans une dizaine de quartiers de la métropole. TM pourrait s'associer à cette tournée qui prend de l'ampleur année après année. La bonne performance financière de TM est également de bon augure et de nouveaux programmes destinés au développement de produits pourraient permettre la création de nouveaux projets.

L'enjeu principal reste la très faible participation du gouvernement fédéral. Certains programmes demeurent fermés au Festival pour des raisons historiques, les enveloppes principales distribuées aux grands joueurs il y a longtemps sont aujourd'hui gelées et donc non accessibles aux nouveaux venus.

La TOHU appelle le Conseil des arts du Canada (CAC) à poursuivre ses efforts pour soutenir le cirque contemporain et à élever MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE au même niveau que d'autres événements d'ampleur équivalente. À ce titre, la présence des députés fédéraux Nicola Di Iorio et Emmanuel Dubourg et du PDG du CAC, Simon Brault, à la soirée d'ouverture du Festival aura été saluée.

Notons finalement que, depuis deux ans, les ambassades et consulats des gouvernements étrangers ne soutiennent plus directement la circulation de compagnies internationales, même si elles assurent un bon relais de l'information auprès de leurs communautés respectives.



Credit photos : Benoit Z. Leroux

En ce qui concerne la programmation extérieure, le Festival offrira une programmation aussi dense qu'en 2018 et souhaite continuer d'investir le bâti sur son territoire au Quartier latin avec des propositions innovantes et surprenantes. En plus des coins et recoins, ruelles ou toits à explorer, de nouvelles places seront éventuellement à investir : la place Pasteur, qui devrait être à nouveau disponible en 2019, ainsi que les lieux développés dans le cadre du Plan particulier d'urbanisme du quartier, dont la portion de la rue Saint-Catherine comprise entre les rues Saint-Denis et Berri. Le Festival continuera son occupation du territoire également par le développement de son design de site, amorcé à la dernière édition et envisagé à terme comme une véritable scénographie du lieu.

Maintenant bien établies et fort attendues du public année après année, les *Minutes complètement cirque* seront de retour en 2019. Les Minutes, comme la création sur la place Émilie-Gamelin, sont désormais un produit d'appel sur lequel le Festival peut compter pour attirer les foules et rayonner (il est d'ailleurs intéressant de noter à ce propos le nombre d'images de ces spectacles utilisées pour illustrer Montréal, ici comme à l'international). MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE reste toutefois aux aguets quant au succès de ces deux piliers de la programmation et veille à ce qu'ils restent toujours innovants et surprenants.

En création, les Minutes 2019 devraient compter sur le concours de musiciens live. Sur la place Émilie-Gamelin, le Festival continuera de travailler en collaboration avec le Partenariat du Quartier des spectacles pour un maximum d'harmonie entre les activités régulières des Jardins Gamelin et les activités complètement cirque.

Notons que ces créations populaires rallient le public dans la rue, où il est alors possible de lui faire découvrir d'autres propositions, parfois considérées comme plus risquées ou moins accessibles, et que cela constitue une occasion en or d'éducation à la discipline. Le Festival croit que la présentation de performances diversifiées, offertes dans un contexte extérieur, gratuit et familial, contribue au développement du public cirque.

Évidemment, le Festival marquera son 10^e anniversaire d'un événement spécial et rassembleur, qui mobilisera autant le public que le milieu cirque.

La popularité croissante que connaît la programmation dans les quartiers offre une occasion de faire connaître le cirque à un plus grand nombre et dans des lieux excentrés. Le Festival pourrait définitivement conduire à un autre niveau ce volet de la programmation ; les ressources pour effectuer une tournée étant toutefois mobilisées au maximum, une éventuelle croissance nécessiterait de nouveaux fonds. Le Festival reçoit régulièrement des demandes de partenariats, la plupart s'avérant malheureusement irréalisables faute de financement suffisant. Directement en phase avec l'Agenda 21 de la culture et ses ramifications dans la nouvelle politique culturelle québécoise, le développement des quartiers se nourrit d'intérêts à la fois culturels, citoyens et durables.

Un enjeu notoire de la programmation extérieure concerne les exigences grandissantes associées à la sécurité des sites. Les coûts de ces mesures essentielles – et obligatoires – augmentent de façon exponentielle, et obligent à faire des choix dans la raison d'être de tout festival : sa programmation. MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE se rallie aux demandes du Regroupement des événements majeurs internationaux et de Festivals et événements majeurs Canada, et est d'avis que les gouvernements devraient ajuster leur contribution aux coûts liés à la sécurité et offrir aux festivals et événements un soutien conséquent.

Le Festival offre au public local et international une programmation gratuite d'une grande qualité. Le défi est de transférer une partie de l'intérêt du public pour les activités gratuites en achat de billets. Des moyens d'action continueront à être mis en œuvre à ce niveau.

Pour le 10^e et au-delà, MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE continuera de provoquer et soutenir la création, les projets innovants et la relève, notamment en multipliant les partenariats avec d'autres acteurs culturels.



Crédit photo : Andrew Miller

Pour la programmation en salle du 10^e Festival, en cours au moment de la rédaction de ce rapport, MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE continuera de présenter des spectacles québécois et internationaux pour faire découvrir la richesse des arts du cirque, afin d'éduquer le public ainsi aux diverses formes existantes. Le Festival travaille également, à moyen terme, à des projets alliant le cirque à d'autres formes d'art, favorisant à la fois le développement de la discipline et sa découverte par des publics a priori plus enclins à consommer ces autres formes. Les partenariats vont également en ce sens en joignant des publics différents (pensons à la collaboration avec Juste pour Rire), en plus de partager les risques financiers. La présentation dans différentes salles contribue aussi à joindre une diversité de publics. La présentation de spectacles sur une plus longue durée s'avère bénéfique et le Festival, lorsque cela est possible, optera pour cette avenue.

Le développement du pôle TOHU, plus exploité en 2018, continuera en 2019 et dans les années à venir. Les activités s'y tenant permettent de faire connaître la TOHU par un public différent et le foisonnement d'activités dans un même lieu accentue l'ambiance festivalière.

Le 10^e anniversaire sera vraiment l'occasion de donner un coup d'accélérateur au développement touristique du Festival, notamment en attirant les journalistes étrangers pour l'occasion.

Le développement durable fait aussi partie des défis que se doivent de relever l'ensemble des événements culturels. Dès cette année, des enveloppes budgétaires spécifiques seront attribuées aux différents projets. Entre autres, le Festival améliorera sa gestion des matières résiduelles sur le site extérieur, continuera d'encourager les participants à ne pas consommer de bouteilles d'eau jetables et continuera de porter une attention particulière à la parité et à la diversité en développant des outils pour mieux recenser les statistiques. Le Festival doit aussi trouver des moyens de financer ses différentes actions de développement durable, notamment en trouvant du soutien et en créant des liens avec d'autres événements.

En conclusion, la TOHU et toutes les équipes de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE s'attelleront avec ardeur et enthousiasme à relever les défis et à saisir les occasions entourant le Festival, en commençant par se mobiliser autour de son 10^e anniversaire pour mieux se propulser vers l'avenir et continuer de croître.

ANNEXES

Les annexes suivantes sont disponibles sur demande :

- Rapport d'activité du MICC
- Revue de presse
- Étude d'achalandage
- Liste des employés
- Liste des partenaires



Crédit photos : Benoit Z.Leroux et Andrew Miller



2345 RUE JARRY EST, MONTRÉAL (QC) H1Z 4P3
T: 514 374-3522 | F: 514 729-9964
MONTREALCOMPLETEMENTCIRQUE.COM