

MONTREAL COMPLETEMENT CIRQUE

UN FESTIVAL
**To
HU**



Rapport d'activités Édition **7** | Du 7 au 17 juillet **2016**



© Andrew Miller

INTRODUCTION	6
PROGRAMMATION EXTÉRIEURE.....	6
PROGRAMMATION EN SALLE	14
LE MARCHÉ INTERNATIONAL DE CIRQUE CONTEMPORAIN	17
MARKETING - COMMUNICATION – DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE	18
<i>Campagne publicitaire et promotionnelle</i>	<i>18</i>
<i>Tourisme</i>	<i>20</i>
<i>Billetterie</i>	<i>21</i>
ADMINISTRATION	23
<i>Financement public.....</i>	<i>23</i>
<i>Financement privé</i>	<i>24</i>
<i>Ressources humaines.....</i>	<i>25</i>
<i>Écoresponsabilité.....</i>	<i>26</i>
DÉFIS ET PERSPECTIVES.....	27
<i>Programmation</i>	<i>27</i>
<i>Communication – marketing</i>	<i>28</i>
<i>Financement privé</i>	<i>28</i>
<i>Financement public.....</i>	<i>29</i>
ANNEXES	30
<i>Annexe 1 Résultats et objectifs 2010-2017.....</i>	<i>32</i>
<i>Annexe 2 Description de la programmation du MICC.....</i>	<i>33</i>
<i>Annexe 3 Équipe de réalisation, Édition 7.....</i>	<i>36</i>
<i>Annexe 4 Revue de presse, Édition 7.....</i>	<i>39</i>
<i>Annexe 5 Liste des partenaires, Édition 7</i>	<i>40</i>

ÉDITION 7 – EN CHIFFRES

- | **11 jours** de festivités
- | **9 spectacles** en salle
- | **5 salles**
- | **55 représentations** en salle
- | **10 quartiers** COMPLÈTEMENT CIRQUE
- | **92 rendez-vous extérieurs** gratuits
- | **17 MINUTES COMPLÈTEMENT CIRQUE** [3 annulations = pluie]
- | **17 représentations** de *FRACAS* [3 annulations = pluie]
- | **1 RUE COMPLÈTEMENT CIRQUE** sur Saint-Denis [10 jours]
- | **4 zones participatives** et **1 parcours** COMPLÈTEMENT CIRQUE
- | **263 artistes** en provenance de **9 pays**
- | **1 chœur citoyen** [33 personnes]
- | **277 professionnels** nationaux et internationaux, incluant **62 diffuseurs**
- | Plus de **317 000** spectateurs



© Andrew Miller



Quelle satisfaction de constater, après cette septième édition, qu'un nouveau record de fréquentation a été atteint! Particulièrement soutenue par le succès de sa programmation extérieure, la croissance constante du Festival traduit la réussite de ce projet essentiel et porteur, et on ne peut que se féliciter qu'une offre – dont la programmation fait preuve à la fois de qualité et d'innovation – jouisse d'un tel succès. En plus du public, séduit, la planète cirque démontre sa reconnaissance et participe de plus en plus aux différentes activités du Festival, véhicule de retombées inestimables pour le milieu du cirque québécois. En témoigne le succès du Marché International De Cirque Contemporain, qui s'est imposé dans le

circuit des diffuseurs et renforce la place de Montréal comme capitale internationale des arts du cirque.

L'année 2016 a toutefois connu un léger déficit et les défis, bien qu'emballants, demeurent immenses. Malgré les retentissants succès populaires et d'estime, l'offre complètement cirque évolue dans un environnement concurrentiel féroce avec un produit qui reste, malgré tout, jeune et largement méconnu, impactant négativement les commandites et la billetterie. Défi d'éducation donc, pour continuer à élargir le bassin de fous de cirque, tant parmi le public que parmi les commanditaires potentiels. Plaisir de programmation, aussi, pour continuer de dénicher des spectacles moteurs, innovants et surprenants, des expériences nouvelles qui sauront conquérir un plus vaste public.

MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE continue son chemin à pas de géant, son ascension acrobatique menée par une équipe et des partenaires solides et audacieux. Nous remercions chaleureusement nos partenaires publics et privés, l'équipe contractuelle du Festival et l'équipe permanente de la TOHU, nos précieux bénévoles ainsi que les artistes, qui participent tous avec ferveur à chaque nouvelle édition, donnant le meilleur d'eux-mêmes et sans qui cette aventure complètement cirque ne serait pas possible.

Merci !

Nadine Marchand
Directrice du festival
MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE

Stéphane Lavoie
Directeur général et de la programmation
TOHU

Créé par la TOHU sous l'impulsion du foisonnant milieu du cirque montréalais, MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE a, en 2016, reconduit son mandat : présenter la vaste diversité des arts du cirque, les imposer comme discipline à part entière, positionner Montréal comme capitale internationale des arts du cirque et faire rayonner les artistes d'ici et d'ailleurs.

Disséminé partout en ville, grâce à la présentation de spectacles dans plusieurs salles, à sa programmation extérieure au Quartier des spectacles ainsi que dans différents arrondissements de la métropole, le Festival « encirque » tout Montréal et contribue par là également au développement du public cirque.

Avec un territoire maintenant bien acquis au Quartier des spectacles et – nouveauté cette année – animé durant les 11 jours du Festival, MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE se positionne adéquatement vers 2017 et le futur.

Dorénavant considérée comme un incontournable, tant dans le calendrier des événements montréalais qu'auprès des artistes et professionnels du milieu, la croissance de l'événement se mesure de façon exponentielle : le festival a franchi le cap des 300 000 festivaliers, un taux de croissance de 35 % par rapport à 2015 !



PROGRAMMATION EXTÉRIEURE

L'expérience *complètement cirque* se vit d'abord dans la rue et présente des créations produites sur mesure pour le territoire qu'il occupe. De sa riche programmation au Quartier des spectacles, où les emblématiques *Minutes complètement cirque* et le spectacle à grand déploiement, présenté sur la place Émilie-Gamelin, ont été bonifiés cette année d'une programmation en continu durant les onze jours du Festival, à la tournée des quartiers de Montréal permettant aux familles de partout en ville de profiter d'un cirque de qualité, l'esprit du Festival a allumé les rues de Montréal comme jamais.

Sans cesse en évolution, le volet extérieur se présente comme la vitrine du Festival, permettant à des centaines de milliers de personnes de découvrir les arts du cirque et participant activement au rayonnement de Montréal comme capitale culturelle internationale.

Les créations du Festival : des *Minutes complètement cirque* à la place Émilie-Gamelin

Deux fois chaque soir, des dizaines d'artistes et de citoyens débarquent sur la rue Saint-Denis et entraînent curieux et habitués dans un déambulatoire hautement acrobatique, où le tissu urbain devient terrain de jeu.

À mi-chemin de ce parcours délirant, le temps s'arrête : point culminant de la *Minute*, spectacle éclair niché dans l'architecture, une mise en scène acrobatique foudroie, en quelques minutes, le public. Le déambulatoire reprend ensuite son cours et se dirige place Émilie-Gamelin, où un spectacle à grand déploiement, interprété par les mêmes artistes, attend les festivaliers.

Une création d'Anthony Venisse et son équipe de concepteurs résolument innovante!

Les **MINUTES COMPLÈTEMENT CIRQUE** • rue Saint-Denis • du 7 au 17 juillet • 17 représentations

Devenues emblématiques du Festival, les *Minutes complètement cirque* sont maintenant attendues du public, qui se déplace en plus grand nombre chaque année pour y assister. En 2016, les *Minutes* investissaient de manière inédite la place Pasteur, dont le fort potentiel de développement et d'exploitation sera investi davantage dès l'année prochaine (voir page 27). Véritable spectacle in situ, la *Minute Sous les étoiles* transformait complètement cette oasis de verdure, présentant aux milliers de spectateurs une foule de disciplines circassiennes à travers des performances intégrées à l'environnement.

Nouvelle édition de la production majeure présentée sur la place Émilie-Gamelin, le spectacle *Fracas* a véritablement assis l'importance de cet événement au sein du Festival.

Éclatée sur l'ensemble de la place, la mise en scène a permis au public de vivre une immersion totale au cœur du spectacle : acrobates accourant de tous bords tous côtés, prestations aériennes au-dessus du public et numéros présentés au milieu de la foule ont soulevé le délire de celle-ci.

Particulièrement réussi sur le plan de l'éclairage et de la conception musicale cette année, *Fracas* a également réussi avec brio l'intégration de ses 33 citoyens-artistes, qui faisaient partie du spectacle au même titre que ses 35 artistes professionnels.

Le spectacle est une chance inouïe pour les Montréalais et les visiteurs d'avoir accès à une création originale d'une qualité exceptionnelle, et ce, gratuitement. L'événement sait réunir les gens, au-delà du quotidien parfois difficile de la place Émilie-Gamelin.



La participation citoyenne

Le Festival invite, depuis 2015, des citoyens à participer aux *Minutes complètement cirque* et au grand spectacle sur la place Émilie-Gamelin. Issus de milieux diversifiés, de nationalités différentes, âgés de 11 à 65 ans, 33 artistes dans l'âme, ni acrobates ni danseurs professionnels, se sont impliqués bénévolement dès le mois de mai dans la création, sous la direction des concepteurs.



Le Festival a reçu en 2016 une subvention du PALIM pour permettre à une citoyenne en fauteuil roulant de participer aux créations.

Saint-Denis complètement cirque - du 7 au 17 juillet - Relâche le 11 juillet

Pour la première fois, le Festival a obtenu une fermeture de la rue Saint-Denis pour la totalité des onze jours de sa tenue (fermeture temporaire du 7 au 10 juillet et fermeture complète du 11 au 17 juillet). Indispensable, cela a permis au Festival d'offrir aux festivaliers une programmation en continu. Ainsi dès le jour 1, la rue Saint-Denis était animée entre les rues Sherbrooke et Sainte-Catherine, de 17 h à 23 h 30, élargissant de surcroît son territoire qui s'arrêtait auparavant à la hauteur du boulevard de Maisonneuve. Entre les *Minutes complètement cirque*, les performances de rue, la traversée du funambule, la foule d'activités participatives et une place Pasteur transformée en *Terrasse complètement cirque*, le Festival a fait vivre la rue comme elle ne l'avait encore jamais fait auparavant, créant des univers distincts à travers lesquels le public naviguait agréablement.

Cette piste de cirque à ciel ouvert ne serait pas possible sans le concours de la SDC Quartier latin et de ses commerçants, avec lesquels le Festival a d'ailleurs inauguré la toute première édition de la Course des serveurs de la rue Saint-Denis. La collaboration entre les commerçants et le Festival est un gage de succès pour les deux parties et grandit année après année.

Les nouveautés en résumé

En 2016, un tout nouveau volet de performances de rue a vu le jour. À tout moment entre 17 h et 23 h 30, sur trois « pistes » différentes, les passants ont pu découvrir des numéros et des spectacles représentant une large portion du spectre des talents des artistes de la relève

comme des plus aguerris. Fortement appréciée du public, cette nouvelle facette de la rue a également joui d'un excellent accueil de la part des artistes participants.

Événement exceptionnel, le Festival était fier d'accueillir cette année un des rares funambules au monde. Sa traversée au coin des rues Saint-Denis et Ontario, moment de grâce, a ravi le public qui s'y massait par centaines à deux reprises chaque soir.

En plus de la *Minute* et des performances de rue qui y étaient présentées, la place Pasteur a été aménagée pour la première fois. Fermé à la circulation, ce lieu public boisé et encadré par de magnifiques bâtiments constitue l'espace idéal pour recevoir les festivaliers dans un cadre enchanteur. Ainsi le Festival inaugurerait en 2016 un lieu convivial où service de boisson et de nourriture, DJ et animations invitaient le public à la détente et à la découverte des arts du cirque.



Dès le 11 juillet, plusieurs zones participatives ont animé la rue Saint-Denis, au grand plaisir des familles. Le Festival a su attirer de nouveaux partenaires et réinstaller ses deux zones principales (*le Parcours ICI Tou.tv complètement cirque* et *le Hula hub TOHU*), y ajoutant même un espace cirque participatif créé et réalisé par deux stagiaires du D.E.S.S. en design événementiel de l'UQÀM ainsi qu'une zone de tissu acrobatique, en collaboration avec le Club sportif MAA.

Chaque année, la réalisation de concepts originaux et d'une programmation innovante pose des défis de production de taille. L'équipe entretient des relations très positives avec les divers acteurs impliqués dans ces productions hors normes et a largement augmenté ses effectifs de sécurité et d'accueil pour sa 7e édition, efforts qui se poursuivront d'ailleurs.

Le succès grandissant de cette programmation, engendré par des projets toujours plus imposants et populaires, entraîne des défis logistiques ainsi que des défis de sécurité et d'effectifs humains de plus en plus importants, ce qui se traduit par des besoins financiers plus élevés. Malgré une meilleure planification et le déploiement de ressources supplémentaires quant à la sécurité et à l'accueil, le Festival a besoin d'une marge de manœuvre pour pallier

les imprévus. Cette année, huit chantiers de construction prenaient place au même moment que le Festival et lors du montage de ses installations, engendrant des défis de gestion majeurs et des coûts supplémentaires.

Les Quartiers complètement cirque

Reprise sous une formule de tournée pour la deuxième année consécutive, la programmation dans les quartiers de Montréal ne cesse de ravir les familles qui participent activement aux activités proposées.

Avec ses spectacles accessibles et de grande qualité, ses activités pour toute la famille et l'ambiance conviviale que sait y instaurer l'équipe responsable, la programmation de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE est parfaitement en phase avec le type de programmation familiale que désirent offrir à ses résidents les quartiers participants.

Aux arrondissements partenaires de longue date se sont ajoutés cette année deux nouveaux joueurs, Ville-Marie (parc Percy-Walters) et Mercier (parc de la Promenade Bellerive). De plus, le Festival reçoit régulièrement des demandes pour accueillir la tournée dans de nouveaux quartiers. En outre, après son absence en 2015, Carpe Diem reprenait du service au parc des Faubourgs de l'arrondissement Ville-Marie avec ses essais de trapèze volant.

MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE était fier de présenter le spectacle Barcelonais *Pelat*, performance hautement participative présentée à l'Esplanade Financière Sun Life du Parc olympique ainsi qu'à la TOHU. Le terrain de la TOHU accueillait également les manèges d'Amusements Spectaculaires pour la durée du Festival, avec l'idée de développer, dans le futur, un pôle forain à cet emplacement.





© Renald Laurin



© Andrew Miller



© Andrew Miller

PROGRAMMATION EN SALLE

Poursuivant son objectif de faire connaître l'immense diversité des arts du cirque, le Festival explore des propositions toujours plus innovantes avec le souci constant de rejoindre le plus grand nombre. Présentant la crème du cirque national et international, cette année le Festival orientait davantage les spectacles offerts vers le grand public et la famille et leur permettait de voir plusieurs spectacles tout aussi différents les uns que les autres.

La présentation de spectacles dans différentes salles de la ville permet également de rejoindre un plus vaste public en suscitant la curiosité des habitués de ces lieux, moins enclins lors de leur programmation régulière à présenter des spectacles de cirque.

Ainsi le Festival a programmé, pour sa 7^e édition, des spectacles rassemblant des styles, disciplines et approches artistiques très variés.

1 | *Transit - Flip FabriQue (Canada)*

TOHU • du 7 au 16 juillet

La nouvelle création de la compagnie québécoise présentée en première mondiale, en plus de remplir le mandat de représentation des artistes d'ici, convenait autant aux enfants qu'aux adultes. En résidence à la TOHU, Flip FabriQue présentait également sa création en avant-première au Festival international de cirque Vaudreuil-Dorion, grâce à une première collaboration entre cet organisme et le Festival.

2 | *Pour le meilleur et pour le pire - Cirque Aïtal (France)*

Sous chapiteau à la TOHU • du 7 au 17 juillet

Connaissant un vif succès partout à travers le monde, ce mariage réussi entre le cirque traditionnel et le cirque contemporain dévoilait, sous une forme théâtrale très accessible, la capacité du cirque à toucher les cœurs intelligemment. Grand succès, le spectacle était présenté autour d'une piste en sable, conférant à l'expérience un aspect intime, forain et chaleureux.

3 | *4x4 Ephemeral Architecture - Gandini Juggling (Royaume-Uni)*

Théâtre Outremont • du 14 au 17 juillet

Avec son esthétique très contemporaine, ce spectacle rejoignant les amateurs de danse célébrait avec finesse la rencontre entre jonglerie et ballet classique. Une deuxième visite au Festival pour cette troupe originale et rafraîchissante.

4 | *Opéra pour sèche-cheveux - Blizzard Concept (France)*

Théâtre Centaur • du 9 au 14 juillet

Cette comédie grand public, clownesque et très populaire, donnait dans l'inventivité la plus ingénieuse. Sa présentation au Théâtre Centaur, en alternance avec le spectacle *Bromance*, moussait l'esprit de découverte et de foisonnement dynamique propre aux festivals, le public de l'un et l'autre spectacle pouvant être sensibilisé à des propositions différentes, favorisant par le fait même les achats.

5 | *Bromance* - Barely Methodical Troupe

(Royaume-Uni)

Théâtre Centaur - du 9 au 14 juillet

Les jeunes Anglais transportaient en terre montréalaise leur cirque sans artifice ni décor à saveur de danse urbaine, primé à Édimbourg. Le spectacle aurait peut-être eu davantage à être présenté ailleurs, par exemple dans une salle programmant habituellement des spectacles de danse.

6 | *The Elephant in the Room* - Cirque Le Roux (France)

Théâtre Outremont - du 8 au 13 juillet

Le grand succès de ce spectacle théâtral rappelant les films noirs offrait une narration complète, intégrant parfaitement le théâtre aux arts du cirque. Un excellent exemple du « bon spectacle dans la bonne salle » et l'illustration parfaite du mariage entre différentes formes d'arts. Complètement nouveau!



7 | *Pss Pss* - Compagnia Bacçalà (Suisse)

Théâtre de Quat'sous - du 9 au 13 juillet

Petit bijou de finesse clownesque primé dans le monde entier, ce spectacle surprenant par ses côtés musical et acrobatique plaisait autant aux enfants qu'à leurs parents. Il perpétuait une tradition de présentation de spectacles de clowns au Quat'sous.

8 | *Knee Deep* - Casus Circus (Australie)

Espace GO - du 13 au 17 juillet

Reconnu pour ses propositions nouvelles et audacieuses que le Festival a dévoilées, le cirque australien est maintenant attendu du public montréalais. Les Australiens de Casus Circus présentaient un spectacle à la fois brut et plein de finesse, dévoilant le corps dans toute sa force et sa grâce.

9 | *Smoke and Mirrors* - The Ricochet Project (États-Unis)

Espace GO - du 12 au 16 juillet

Rare compagnie de cirque contemporain américaine, cette troupe résolument moderne nous donnait un aperçu du cirque du futur avec son propos politique décapant.



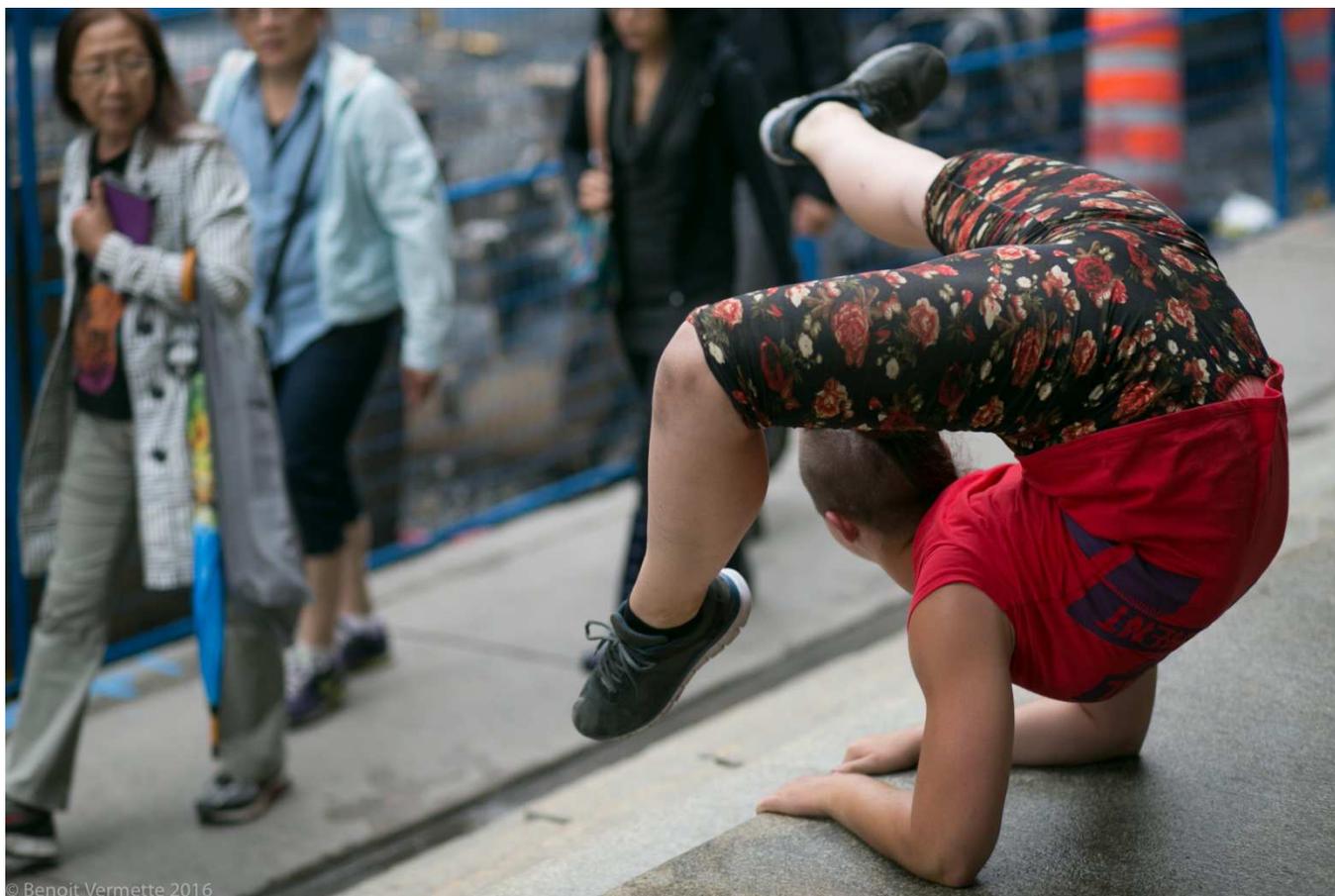
Activités de médiation

Plusieurs actions ont été entreprises afin de faire vivre l'expérience complètement cirque avant et après les représentations.

Tous les soirs, des étudiants de l'École nationale de cirque présentaient en avant-spectacle des performances de cirque, devant les théâtres ou dans leur hall. Ludiques et participatives, tout à fait d'esprit festivalier, ces animations permettaient au public de se familiariser avec les diverses disciplines dans un esprit d'échange qui a remporté beaucoup de succès.

De même, une valise pédagogique était déployée dans le hall avant une des représentations de chacun des spectacles. Cette valise contenait des illustrations des spectacles et disciplines, une médiation sur les différences entre cirque traditionnel et contemporain ou encore des jeux à manipuler et le tout était animé par un personnage sympathique.

De plus, une rencontre entre les artistes et le public était systématiquement organisée lors de la deuxième représentation de chaque série.



LE MARCHÉ INTERNATIONAL DE CIRQUE CONTEMPORAIN



MARCHÉ INTERNATIONAL DE CIRQUE CONTEMPORAIN
INTERNATIONAL MARKET OF CONTEMPORARY CIRCUS



Évènement en plein essor, permettant aux compagnies canadiennes et internationales de développer et de concrétiser des liens d'affaires **par la mise en place d'un réseau de professionnels en provenance du monde entier**, le Marché International Contemporain (MICC) a réaffirmé, à l'occasion de sa deuxième année d'existence, la pertinence de sa création.

Avec une augmentation de la présence de professionnels (**277 contre 235 en 2015**) et **17 pays représentés**, le MICC poursuit son développement avec succès. En plus des vitrines, tête-à-tête, conférences et ateliers, le Marché a présenté en 2016 une vitrine en version intégrale (*Non Solus* de la compagnie hongroise Recirquel) et a eu le privilège d'accueillir à cette occasion l'ambassadeur de Hongrie.

Renforçant son positionnement, l'évènement s'est doté de son identité visuelle propre et a mis en place divers outils de communication mieux adaptés à la clientèle professionnelle. Le Marché s'est également tenu dans un espace dédié uniquement à ses activités (Usine C), où plusieurs salles permettaient la tenue de multiples activités et dont l'aspect convivial a généré beaucoup de réseautage.

Cette année, le MICC a offert 280 nuitées et 65 nuitées supplémentaires ont été à la charge des participants. Étant donné la forte demande, le Festival a dû réduire sa contribution à 4 nuitées par diffuseur. Le transport et l'hébergement constituant des enjeux majeurs pour le développement de ce secteur, un soutien bonifié des partenaires du MICC lui permettrait d'attirer des diffuseurs en plus grand nombre et en provenance de pays plus éloignés.

Les retombées du MICC 2016 sont nombreuses et emballantes.

La participation aux activités professionnelles a grandement augmenté et une cinquantaine de diffuseurs de France, des États-Unis, du Brésil, d'Espagne, du Royaume-Uni, du Canada et de Chine se sont montrés intéressés aux spectacles présentés.



Campagne publicitaire et promotionnelle

★ Une campagne différente

Dans l'esprit de déconstruire les préjugés associés au cirque en insistant sur le fait que « le cirque, ce n'est jamais ce que vous pensiez », le Festival a mené une campagne publicitaire mettant à l'honneur la gamme d'émotions et de réactions que peut ressentir le public à la vue d'un exploit circassien – pas toujours exprimable en mots, mais aisément compréhensible par onomatopées et expressions faciales.

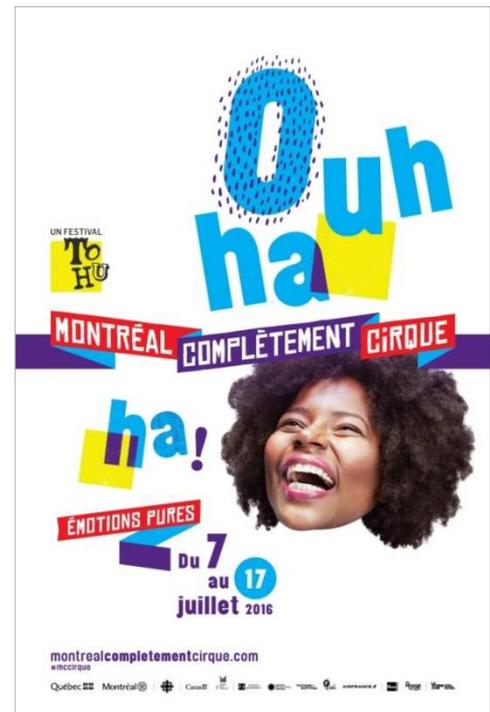
Porté par le comédien Rémy Girard qui a su le faire vivre et lui apporter une grande crédibilité, le message, réalisé de façon ludique et colorée, a eu des échos dans plusieurs médias.

Ainsi la campagne se composait de photos de visages extasiés, apeurés ou émus qui accompagnaient l'onomatopée associée à l'émotion représentée. Déployée du 18 avril au 17 juillet, principalement dans la région du grand Montréal, la campagne a su rejoindre autant le grand public qu'un public plus pointu et a rayonné grâce à un mix média diversifié, principalement axé sur les plateformes vidéo et sonore.

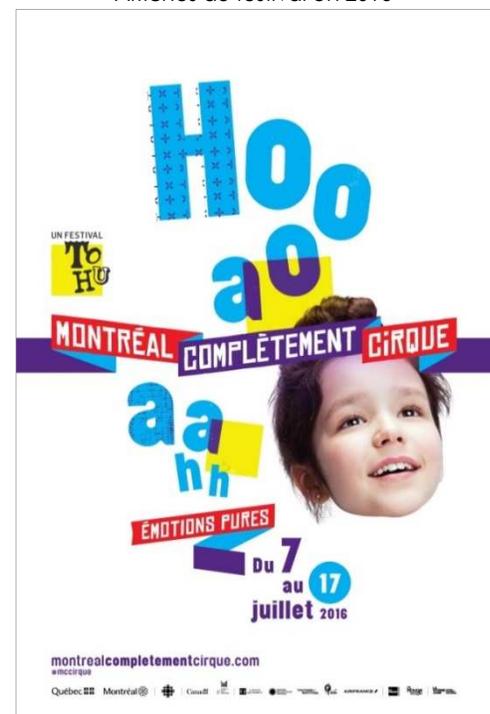
D'une valeur totale de 800 000 \$, la campagne se déclinait dans les différents médias avec 28 % du budget de placement média dédié au Web, un retour à la radio et un effort supplémentaire sur le plan des actions promotionnelles in situ.

★ Un virage Web qui se poursuit

L'important virage Web, amorcé en 2015, s'est poursuivi et accentué cette année. Indispensable, une refonte du site améliorant sa navigabilité et permettant une



Affiches du festival en 2016



consultation optimale du site sur l'ensemble des plateformes (ordinateur, tablette, téléphone) a été réalisée. Le développement de contenu exclusif, une activité accrue sur les réseaux sociaux et une augmentation des investissements en publicité web ont considérablement augmenté la présence du Festival sur le Web, qui maîtrise de mieux en mieux le média.

Les résultats parlent d'eux-mêmes :

Site web <ul style="list-style-type: none">• 261 794 visiteurs• 45 000 abonnés infolettre
Réseaux sociaux <ul style="list-style-type: none">• 17 817 fans Facebook• 3 574 209 personnes atteintes sur Facebook• 2 190 abonnés Twitter• 1 140 abonnés Instagram• + de 630 publications

★ **Un retour à la radio**

Après plusieurs années d'absence, le Festival était de retour sur les ondes en 2016, l'esprit de la campagne se portant parfaitement à l'esprit de ce média.

★ **Relations de presse**

La dernière édition a encore bénéficié d'une couverture médiatique exceptionnelle. 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 totalise plus de 240 articles, critiques, reportages ou mentions dans les médias, couverts par 137 journalistes accrédités de 82 médias, dont 24 journalistes à l'international et 7 journalistes au Canada hors Québec. Les articles, reportages et mentions sont parus principalement dans les médias de Montréal et du Québec, et le Festival continue à percer au Canada, aux États-Unis et à l'international (44 articles ou mentions).

La présence de Rémy Girard comme visage de la campagne a permis au Festival d'obtenir des entrevues prestigieuses (Les Échangistes à Radio-Canada, Médium Large à Ici Radio-Canada Première, et Salut Bonjour à TVA).

Offrir du matériel en amont représente un excellent moyen d'appel : à ce sujet, notons la pertinence d'inviter les médias à assister à un aperçu de *Fracas* quelques jours avant l'ouverture du Festival. Ce *media call* a permis aux journalistes de recueillir photos et entrevues dont la diffusion a eu des retombées positives.

En bref, les efforts d'investissement dans les relations de presse à l'international ont augmenté par rapport à l'année dernière afin d'accroître la notoriété du Festival sur les marchés cibles. Dans cette optique, le Festival a embauché un consultant en développement international afin de parcourir les événements journalistiques touristiques.

★ Actions in situ et commercialisation

En 2016, le Festival est surtout allé chercher son public là où il se trouve, en doublant sa présence sur les places Pasteur et Émilie-Gamelin. Sur la place Émilie-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 *Fracas*, invitant le public à profiter des spectacles en salle et l'informant des diverses promotions, ce qui a généré de nombreux achats spontanés.

Comme mentionné plus haut, la *Terrasse complètement cirque* a été inaugurée sur la place Pasteur.

Le Festival continue la commercialisation de produits dérivés, dont de nouveaux bracelets et étoiles lumineuses, pour lesquels on constate un marché qui devrait être exploité encore plus.

Tourisme

Volet en plein essor au Festival, le développement touristique a reçu une attention particulière cette année et est voué à grandir bien davantage dans le futur.

La participation à des salons spécialisés comme Go Media ou Canada Media Market Place, l'embauche d'un consultant expérimenté et la collaboration avec Tourisme Montréal et Tourisme Québec ont encore porté leurs fruits. Le Festival a accueilli plus d'une vingtaine de médias en provenance du Canada, des États-Unis, de la France, de la Chine, du Japon et de l'Australie. Des médias prestigieux comme le National Post ont couvert l'événement, contribuant à renforcer le statut de Montréal comme capitale mondiale des arts du cirque. Quelques articles restent encore à paraître, à la suite des visites médias qui ont eu lieu durant le Festival, notamment dans Le Point et le Delta Sky Magazine.

Quant au développement touristique in situ, une ressource dédiée aux relations avec l'industrie locale se trouvait sur le terrain pour de nombreuses visites dans les hôtels, des présentations aux concierges, des participations à des salons comme Rendez-Vous Canada ou le développement de partenariats de visibilité.

Le développement touristique passe aussi par la collaboration avec les commerçants des différents quartiers dans lesquels le Festival est implanté (notamment les quartiers touristiques Quartier Latin, Quartier des spectacles et Vieux-Montréal). Plus que jamais, les commerçants ont arboré les couleurs du Festival, grâce à une boîte à outils comprenant du matériel promotionnel (dépliants, affiches, matériel de pavoisement, macarons, autocollants, etc.) ; ils ont aussi offert bon nombre de promotions spéciales ou développé des menus *complètement cirque*. Plus d'une trentaine de restaurants et bars ont participé, sans compter des partenaires culturels comme le Centre Phi, le Cosmodôme ou le Musée des Beaux-Arts.

Billetterie

Cette année, six spectacles sur neuf ont atteint ou dépassé leurs objectifs de vente.

Les défis restent de taille : le produit doit continuer d'être développé et reconnu. Le Festival a, depuis ses débuts, grandement modifié les perceptions et préjugés rattachés aux arts du cirque, et les efforts en ce sens doivent être soutenus. Contrairement à d'autres disciplines, le concept de vedette, si accrocheur, est inexistant dans le milieu cirque, et l'appel doit être fait d'une autre façon.

Comme partout, la prévente pose un problème et le succès des spectacles est tributaire des réactions lors des premières. En ce sens, le Festival programme, quand il le peut, ses spectacles plus longtemps. MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE doit aussi composer avec la concurrence féroce d'autres productions, dont les moyens sont très grands et les campagnes, puissantes.

Finalement, l'objectif global n'a pu être atteint. Cela est dû en majeure partie aux ventes décevantes du spectacle phare de Flip FabriQue, qui n'a pas suscité l'engouement prévu. Aussi, des travaux majeurs devant le Théâtre Centaur ont annihilé la visibilité des spectacles offerts à cet endroit, où les passants rebutaient à se rendre. Cet événement incontrôlable a, en conséquence, empêché les ventes spontanées pour les deux spectacles qui y étaient présentés.



Fréquentation :

Programmation en salles

		CAPACITÉ	NBRE DE REPRÉSENTATIONS	BILLETTS DISPONIBLES	ASSISTANCE TOTALE
Flip FabriQue, <i>Transit</i>	TOHU	867	10	8 670	5 038
Cirque Aïtal, <i>Pour le meilleur et pour le pire</i>	TOHU (chapiteau)	350	9	3 150	2 766
Baccala Clown, <i>Pss Pss</i>	Théâtre de Quat'sous	169	5	845	766
Barely Methodical Troupe, <i>Bromance</i>	Théâtre Centaur	422	6	2 532	1 588
Blizzard Concept, <i>Opéra pour sèche-cheveux</i>	Théâtre Centaur	422	6	2 532	1 324
Cirque le Roux, <i>The Elephant in the Room</i>	Théâtre Outremont	783	6	4 011	2 561
Gandini Juggling, <i>4x4 Ephemeral Architecture</i>	Théâtre Outremont	783	4	2 903	1 610
Ricochet, <i>Smoke and Mirrors</i>	Espace Go	280	4	1 120	815
Casus, <i>Kneep Deep</i>	Espace Go	280	5	1 400	1 291
Total Programmation en salle			55	27 163	17 759

Programmation extérieure gratuite *

Pôle Quartier Latin du Quartier des spectacles				
FRACAS	Place Émilie Gamelin	17 représentations (3 annulations = pluie)		46 800
Saint-Denis Complètement Cirque**	Quartier Latin	10 jours (relâche le 11/07)		242 737
Hors-Piste	Métro Beaudry	Capsules et spectacle		1 000
Sous-total Programmation extérieure - Pôle Quartier latin du Quartier des spectacles				290 537

Quartiers Complètement Cirque				
Esplanade du Parc Olympique (RIO)	2 jours (1 jour annulé = pluie)		512	
Mercier	1 soir		1 900	
Plateau	1 soir (annulation = pluie)		0	
Pointe-aux-Trembles	1 soir		700	
Verdun	1 soir		500	
Ville-Marie (Parc Percy-Walters)	1 soir		200	
Ville-Marie (Parc des Faubourgs)	2 jours		260	
Saint-Léonard	1 soir		500	
Saint-Michel (TOHU)	2 jours		4 600	
Sous-total Quartiers Complètement Cirque				9 172

Total Programmation extérieure **299 709**

GRAND TOTAL FRÉQUENTATION **317 468**

* Afin d'obtenir l'assistance des événements au Pôle Quartier latin du Quartier des spectacles, des comptages ont été effectués, à un instant fixe et à l'aide de photographies panoramiques.

** L'intitulé Saint-Denis Complètement Cirque regroupe tous les événements se déroulant sur la rue St-Denis durant toute la durée du Festival, soit, les 17 Minutes Complètement Cirque (3 annulations dues à la pluie), les places aux performances, la terrasse Complètement cirque, la foire commerciale, les zones participatives Hula-Hub, tissu acrobatique, Air France et le parcours COMPLÈTEMENT CIRQUE ICI TOU.TV.

Le Festival a connu un léger déficit, causé en partie par des résultats en deçà des prévisions à la billetterie (120 000 \$), ainsi que par une baisse de revenus en financement privé avec la perte de quelques partenaires. La rigueur avec laquelle l'équipe du Festival assure le contrôle des dépenses a permis de limiter ce déficit à 34 537 \$.

Bien que dans tous les domaines, les temps soient difficiles pour la vente de billets et la recherche de commandites, le Festival doit faire face à une difficulté supplémentaire avec un produit encore jeune et méconnu. L'étude de positionnement réalisée au courant de l'année dernière par la firme Brandbourg confirme cette situation, mais apporte aussi des pistes de solution passant par la mise en place d'actions stratégiques pour dynamiser le produit et pouvoir récolter une part des dollars disponibles pour un produit unique et porteur.

L'agrandissement du territoire de la programmation extérieure jusqu'à la rue Sainte-Catherine et la mise en place d'activités de commercialisation s'étant avérés très concluants, le Festival poursuivra leur développement afin de maximiser les revenus.

Revenus de billetterie :

		Nb de jours	Nb de spectacles	Nb de représentations	Nb de billets disponibles	Nb de billets vendus	Revenus totaux	% assistance payante	Coût moyen du billet
2010-2012		-	35	202	124 028	61 435	1 778 500 \$	49 %	29,05 \$
2013	Édition 4	12	14	70	32 200	12 975	364 295 \$	40 %	28,08 \$
2014	Édition 5	12	12	65	29 877	13 990	400 938 \$	47 %	28,66 \$
2015	Édition 6	11	10	57	30 003	14 246	387 452 \$	47 %	27,20 \$
2016	Édition 7	11	9	55	27 163	12 685	281 782 \$	47 %	22,21 \$
TOTAL		-	80	449	243 271	115 331	3 212 967 \$	47 %	27,82 \$

Financement public

MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE reçoit l'appui précieux de nombreux complices gouvernementaux.

Le Conseil des arts et des lettres du Québec et le Secrétariat à la région métropolitaine sont les deux principaux partenaires provinciaux du Festival. Les deux autres ministères provinciaux participant aux activités culturelles québécoises, soit le ministère de la Culture et des Communications du Québec et Tourisme Québec, ont augmenté leur contribution.

Validant les résultats positifs obtenus en matière de croissance de la fréquentation et de notoriété de la métropole comme capitale des arts du cirque, trois autres partenaires ont augmenté leur contribution en 2016 : le Bureau des Festivals et Événements culturels de la Ville de Montréal, Tourisme Montréal et l'arrondissement Ville-Marie.

De plus, le Conseil des arts de Montréal a augmenté spontanément son soutien au fonctionnement, en plus d'accorder un stage rémunéré pour permettre à l'équipe des événements extérieurs d'embaucher un assistant metteur en scène, apport inestimable au sein de l'équipe de création.

Finalement, le Consulat de France et Pro Helvetia ont soutenu les artistes Français et Suisses performant en salle.

Financement privé

Afin de mieux déployer ses stratégies de développement et de diversification des revenus, la TOHU a procédé, au cours de l'année, à une réorganisation de son équipe dédiée au financement privé. Ayant intégré le responsable des ventes et événements corporatifs, celle-ci se compose désormais de 4 individus.

Loto-Québec demeurerait le présentateur officiel de toute la programmation au Quartier des spectacles, sans activer sa marque cette année. Air France, en continuité avec les acquis de l'an passé, présentait son espace *Découverte du monde et hospitalité* sur la rue Saint-Denis et était présentateur des deux spectacles au Théâtre Outremont, où le partenaire a invité les membres de son programme de fidélité à l'occasion d'un cocktail privé. Radio-Canada, partenaire majeur de longue date, intégrait sa marque ICI Tou.tv dans le grand espace cirque participatif, également sur la rue Saint-Denis. Un nouveau partenariat a été créé avec Holt Renfrew qui, désireux de s'impliquer dans les événements montréalais, a approché le Festival. Le prestigieux magasin a décoré ses vitrines aux couleurs complètement cirque et a présenté une exposition du Fonds Jacob-William. Le *Hula hub*, zone ludique d'animation de hula hoop, était activé cette année par la TOHU. Pour sa part, Desjardins commanditait le cocktail de la première du Festival et de nombreuses ententes de biens et services étaient réalisées avec plusieurs partenaires.

La situation, malgré de nombreuses démarches, est insatisfaisante. Le développement du produit s'avère plus long que prévu et les concurrents gardent une longueur d'avance, que le Festival compte amoindrir en plaçant le développement de partenariats en priorité absolue. La dernière édition a vu nombre de partenaires potentiels répondre aux invitations du Festival et tous, après avoir vécu l'expérience complètement cirque, se sont montrés enchantés. Le cocktail de remerciement des partenaires et partenaires potentiels s'est avéré un grand succès. Les actions continuent à être menées de front.

Ressources humaines

Le Festival compte sur une équipe fidèle qui est restée sensiblement la même depuis ses débuts. Conjuguant les savoir-faire des équipes permanentes de la TOHU et des équipes contractuelles du Festival dans un esprit de collaboration, la force de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE réside dans les personnes qui le réalisent.

En adéquation avec la mission humaine de la TOHU, plusieurs jeunes du quartier ont été embauchés au service à la clientèle à titre d'agents d'accueil dans le cadre de la programmation des Quartiers complètement cirque.

Le déploiement d'encore plus d'activités augmente les besoins en ressources bénévoles, dont les rangs ont effectivement augmenté cette année. Le Festival s'est donc adjoint les services d'un coordonnateur aux bénévoles, rôle rendu indispensable. Le public sans cesse grandissant a également fait s'agrandir les équipes de sécurité et d'accueil au Quartier des spectacles. Afin de dynamiser l'accueil de ces représentants du Festival, l'accent a surtout été mis sur la formation et l'encadrement de ces précieuses ressources.

Finalement, en 2016, le Festival renouvelait son appel aux citoyens pour leur participation à la *Minute complètement cirque* et au spectacle *Fracas*. Plus nombreux cette année (33 contre 25 en 2015), leur présence aux performances a aussi été accentuée, et la période de répétitions prolongée d'un mois.



Écoresponsabilité

Fidèle à sa triple mission Cirque-Terre-Humain, la TOHU prenait encore cette année des mesures pour faire du Festival un événement responsable.

En louant un conteneur additionnel pour y stocker du matériel au centre-ville, les déplacements entre l'entrepôt situé à Anjou et les lieux de diffusion ont été considérablement réduits.

Le Festival continuait à remettre à ses artistes et équipes des abonnements Bixi pour encourager des alternatives de transport, démarche qui sera maintenue.

Au Quartier général, des gobelets compostables ont été utilisés pour la première fois. L'instauration de programmes doubles (au Théâtre Centaur et à la TOHU) encourage les gens à demeurer sur place pour voir un deuxième spectacle, réduisant ainsi l'émission de gaz à effets de serre liés au transport.

Étant donné une croissance importante de compagnies étrangères à l'édition 2016, on constatait une augmentation de l'utilisation des véhicules pour faire la navette entre la ville et l'aéroport, ce qui se traduit par une augmentation des gaz à effets de serre. L'objectif pour l'an prochain est de se munir de véhicules 15 passagers électriques pour faire les navettes, peut-être par commandite.



À l'aube des grandes célébrations du 375^e anniversaire de la métropole et du 150^e anniversaire de la Confédération, MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE, événement rassembleur, a des perspectives emballantes pour célébrer la ville et des défis de taille pour faire face à la grande concurrence que les multiples activités gratuites susciteront.

★ Programmation

À travers le foisonnement d'événements gratuits qui se dérouleront à Montréal en 2017, la mise en marché de spectacles payants constitue un immense défi. À cet égard, l'organisation envisage de produire une édition spéciale où les spectacles payants en salle seront moins nombreux et plus grand public. L'accent sera mis sur les productions québécoises, dont le public est friand.

Afin de décupler son impact, le Festival développe aussi de nouveaux partenariats culturels, propres à densifier les programmations, et investit de nouveaux lieux.

C'est toutefois principalement avec sa programmation extérieure déjà bien implantée au Quartier des spectacles que le Festival compte faire sa marque en 2017. Les *Minutes complètement cirque* et la grande création sur la place Émilie-Gamelin seront intégrées à la programmation du 375^e, avec l'ajout de deux semaines de représentations pour le spectacle, qui habitera la place durant tout le mois de juillet.

Les *Minutes complètement cirque* prendront un virage numérique, en développement depuis 2015, dont la valeur ajoutée promet d'être emballante. Grâce à une application mobile inédite créée pour l'occasion, le vaste public que réunit tous les ans la création du Festival passera de simple spectateur à véritable spect-acteur.

Ce projet de grande envergure à la rencontre des arts du cirque et des arts numériques, *Quand la foule devient cirque*, est produit en collaboration avec Ingrid-Ingrid et avec le soutien du Fonds des médias du Canada. Le produit est créé de manière à être exportable.

La programmation sur la rue Saint-Denis, déjà en pleine croissance, s'enrichira du Festival des Arts de la rue du 375^e, avec des événements et déambulatoires inédits.

L'amorce d'appropriation de la place Pasteur par le Festival ayant été un succès en 2016, le projet sera développé encore plus avant l'année prochaine, avec davantage d'animation et de commercialisation pour créer un espace de vie, un lieu rassembleur à l'image du Festival. Le fort potentiel d'exploitation du lieu, susceptible de générer des revenus autonomes, sera développé davantage en 2017.

À la TOHU, l'intention est de créer un véritable pôle familial. En 2017, il risque d'être plus ardu d'attirer le public au nord de l'autoroute et, en conséquence, les efforts de développement de ce pôle seront maintenus l'année prochaine, et bonifiés dès 2018.

Concernant le Marché International de Cirque Contemporain (MICC), l'année 2017 sera l'occasion de concentrer tous les efforts sur les productions québécoises et les événements extérieurs. Les créations québécoises, qui sont moins coûteuses à présenter, sont également plus porteuses pour le public et plus pertinentes pour les diffuseurs étrangers. Notons également qu'après deux années de croissance, le MICC rassemblera cet automne les joueurs cirque nationaux afin de prendre le pouls de l'événement et d'en ajuster les actions, le cas échéant.

★ **Communication – marketing**

Dans le même ordre d'idées, l'équipe des communications et du marketing devra faire face au bruit médiatique constant et intense que les événements de 2017 susciteront, et l'opportunité de s'adresser à la manne de touristes espérée doit être saisie avec vigueur. Les stratégies déployées devront permettre de convertir l'attention suscitée en achat de billets et de fidéliser un nouveau public.

La programmation de spectacles sans paroles, un atout naturel à la discipline, permettra de s'adresser aux touristes non francophones. L'accent sera mis sur des spectacles grand public et/ou famille, en continuité avec le choix de positionnement récemment adopté par le Festival.

Le virage Web sera encore accentué, ainsi que les actions in situ profitant de la présence du public sur place. Sur le plan des relations de presse, les efforts d'investissements continueront à être orientés vers l'international.

★ **Financement privé**

La jeunesse du Festival est encore perçue comme un facteur de risque pour les commanditaires potentiels. Le cirque étant encore méconnu, un effort de présentation du produit et de ses bénéfices doit être fait pour rassurer les éventuels partenaires.

Relativement à 2017, une large partie du bassin de commandites, traditionnellement employé à financer des événements extérieurs gratuits, a déjà trouvé preneur à travers la manne des événements de ce type, prévus pour les célébrations. Le déplacement de nombreux sièges sociaux à Toronto diminue aussi la disponibilité des partenaires potentiels.

Plusieurs prospects ont toutefois vécu l'édition 2016 du Festival et de nombreuses rencontres sont prévues à l'automne.

De plus, à la fin de l'été dernier, le Festival a fait analyser ses stratégies et plans de commandite par la firme Élevant, spécialiste dans le domaine. Les résultats de cette étude permettent de

cibler les actions à entreprendre pour bonifier la valeur des commandites et attirer davantage de partenaires et ils confirment la pertinence du produit sur le marché de la commandite.

Le Festival est donc encore mieux armé pour affronter le marché.

★ **Financement public**

Compte tenu de la très forte concurrence en matière d'événements gratuits, l'année 2017 sera nécessairement particulière, y compris dans le montage financier des festivals (pression à la baisse sur les revenus de billetterie, etc.). Il est possible que la proportion du financement public soit plus élevée qu'à l'habitude, avant un retour à la normale dès 2018.

Dans le même temps, 2017 devrait être un excellent cru pour consolider le positionnement du Festival comme produit d'appel touristique, et ce, en partenariat avec les agences et ministères dédiés au tourisme aux trois paliers de gouvernements. Les nouveaux programmes en cours de développement, tant au fédéral qu'au provincial, seront des opportunités à saisir. De façon plus générale, le réinvestissement attendu du gouvernement canadien dans les arts et les festivals présente une belle occasion de croissance.



© Andrew Miller

ANNEXES



Annexe 1 | Résultats et objectifs 2010-2017

Annexe 2 | Description de la programmation du MICC

Annexe 3 | Équipe de réalisation, Édition 7

Annexe 4 | Revue de presse, Édition 7

Annexe 5 | Liste des partenaires, Édition 7



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017*
ACHALANDAGE								
Total entrées	50 000	60 000	80 000	125 655	190 173	236 955	317 468	500 000
% touristes ext. Montréal	7,65%	11%	14%	14%	15%	24,3%	25%	30%
VISIBILITÉ & RAYONNEMENT								
Médias accrédités	40 130 journalistes	57 140 journalistes	81 140 journalistes	95 114 journalistes	96 119 journalistes	118 194 journalistes	81 142 journalistes	150 200 journalistes
Provenance des médias	4 pays	5 pays	6 pays	4 pays	6 pays	5 pays	8 pays	8 pays
Diffuseurs intern. & canadien	30	60	80	107	133	235	277	165
Investissement en promotion**	1 830 276 \$	2 036 562 \$	1 261 376 \$	1 444 097 \$	1 253 819 \$	1 257 303 \$	800 000 \$	1 500 000 \$
DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE								
Nbre de partenaires touristiques	6	13	18	20	24	37	55	40
PROGRAMMATION								
Nbre de sites / salles	13 10	19 7	20 10	20 11 +1 chapiteau	19 8 +1 chapiteau	20 6	17 5 +1 chapiteau	20 4
Nbre de spectacles en salle	14 94 représent.	15 108 représent.	15 77 représent.	14 70 représent.	12 65 représent.	10 56 représent.	9 55 représent.	5 50 représent.
Nbre de rendez-vous extérieurs	44	77	90	100	100	90	93	150
Nbre d'artistes	200 / 6 pays	280 / 6 pays	220 / 6 pays	280 / 6 pays	298 / 4 pays	210 / 6 pays	213 / 9 pays	250 / 3 pays
Nbre de jours	18	18	12	12	12	11	11	11-28
INVESTISSEMENT								
% aide financière provinciale	45%	46%	48%	47%	44%	47%	46%	42%

* Spécificités année 2017 (voir section *Défis et perspectives*) : moins de spectacles en salle, focus sur les compagnies québécoises, création sur Émilie-Gamelin pendant 4 semaines au lieu de 11 jours. De plus, la proportion de touristes devrait augmenter en raison des festivités du 375^e anniversaire de Montréal et du 150^e de la Confédération.

** Valeur totale du plan média (comprend les investissements monétaires, de dons et de services).

Programmation | Du 11 au 14 juillet 2016

Cette année, la TOHU a renouvelé son invitation aux professionnels du Québec, du Canada et de l'étranger avec une proposition bonifiée.

1 | VITRINES COMPLÈTEMENT CIRQUE — Usine C

11 JUILLET, 17H30 + 12 JUILLET, 14H30 + 13 JUILLET 14H

Présences : 380 personnes, incluant les spectateurs, les diffuseurs, agents, artistes et les agents gouvernementaux du CALQ, CAC, CAM.

Quatre compagnies québécoises et une compagnie hongroise ont présenté des extraits de 20 minutes ou une version intégrale de 55 minutes de leur production, disponible pour une éventuelle tournée en salles : Recirquel – *Non Solus* (Hongrie) ▪ Productions Nous Sommes – *Je Suis parce que Nous Sommes* (Québec) ▪ Centre de Recherche en Art Clownesque (Philippe Trépanier) – *Clip!* (Québec) ▪ Productions Kalabante – *Afrique en cirque* (Québec) ▪ Centre de Recherche en Art Clownesque (Mélanie Raymond) – *Clap* (Québec).

2 | RENCONTRES PROFESSIONNELLES

★ TÊTE À TÊTE — Usine C

11 JUILLET, 15H30

Six compagnies présentées : Le Radiant (Québec) ▪ Femmes du Feu (Ontario) ▪ EMCirque (États-Unis) ▪ Mick Holsbeke (États-Unis, Suisse, Québec) ▪ Centre de Recherche en Art Clownesque (Québec) ▪ Cie Equivoc' (Québec, France).

★ LA PISTE DU MARCHÉ — Usine C

12 JUILLET, 11H30

Présences : soixantaine de personnes.

21 organismes : 13 compagnies locales, 5 compagnies internationales, En piste, les représentants des agents du CAM et CALQ.

Un salon d'exposants où des kiosques étaient mis à la disposition des participants pour favoriser les relations d'affaires et les contacts nécessaires à la mise sur pied des programmations artistiques à venir et des tournées.

★ Buffets MICC — Usine C

11 + 12 + 13 JUILLET

Présences : plus de 170 personnes.

Un buffet était disponible à l'Usine C pour les professionnels présents lors des activités dans le cadre du MICC à l'Usine C.

★ Apéros PRO — Quartier général du Festival

DU 8 AU 16 JUILLET, RELÂCHE LE 11 JUILLET

Chaque soir, un apéro était organisé pour favoriser les échanges et les rencontres. Quelques diffuseurs présents ont fréquenté les Apéros Pros à quelques reprises, mais compte tenu des nombreuses opportunités de rencontre et de discussion durant l'heure du lunch ou entre les

activités, ils ont été moins fréquentés.

★ **Lunch COMPLÈTEMENT PRO — TOHU**

14 JUILLET, 12H

Présences : 80 personnes, programmateurs, compagnies et agents.

Le lunch s'est déroulé dans une ambiance chaleureuse et conviviale sur la terrasse de La TOHU. De nombreux programmateurs, professionnels du milieu cirque et compagnies s'y sont rendus pour se rencontrer et réseauter.

3 | **CONFÉRENCES**

★ **La recherche à l'École nationale de cirque de Montréal, ses modes, sa structure. Étude de cas d'un mode collaboratif et inductif; Poétique du cirque contemporain (dramaturgies et grammaires d'une écriture en mouvement) – Usine C**

11 JUILLET, 10H

Présences : 114 personnes.

Intervenant(e)s : Louis Patrick Leroux (Université Concordia Montréal, École nationale de cirque, Groupe montréalais de recherches en arts du cirque, Cirque Global) ▪ Patrice Aubertin (collèges du CRSH en arts du cirque).

★ **Projet Circus Incubator : présentation du projet et des résultats des sessions de travail et ateliers transversaux – Usine C**

11 JUILLET, 13H30

Présences : 90 professionnels et 13 participants du projet Circus Incubator.

Intervenant(e)s : Jean-Marc Broqua (La Grainerie, Toulouse, France) ▪ Jeanne Mordoj ▪ Alain Francoeur ▪ Yohann Floch (président, FACE/Fresh Arts Coalition Europe) ▪ artistes et professionnels du milieu du cirque.

★ **Mettre en piste de grandes formes de cirque – Usine C**

MARDI 12 JUILLET, 10H

Présences : cinquantaine de personnes.

Intervenant(e)s : Vági Bence (compagnie Recirquel, Hongrie) ▪ Anthony Venisse (*Minutes* et créations sur Émilie-Gamelin pour le Festival MCC, France-Québec) ▪ Alain Francoeur (compagnie Cirque Alfonse Québec) ▪ Yohann Floch.

4 | **WORLDCAFÉ**

★ **Arts du cirque et la médiation culturelle – Usine C**

MERCREDI 13 JUILLET, 10H

Présences : 43 participants.

Cinq intervenant(e)s issus de trois organismes ont présenté leur organisme et le volet éducatif de celui-ci, s'en est suivi une table ronde : la TOHU, la Grainerie et le Cirque Théâtre d'Élbeuf.

5 | **ATELIER**

★ **Développement d'un réseau de diffusion (réservé aux diffuseurs Nord-américains)**

JEUDI 14 JUILLET, 10H

Atelier autour de la diffusion de spectacle de cirque en Amérique du Nord.

Participant(e)s : 15 programmateurs de différentes structures

Intervenant : Yohann Floch.

6 | AU CENTRE DU MARCHÉ INTERNATIONAL DU CIRQUE CONTEMPORAIN

★ CIRCUS INCUBATOR : laboratoire international de projets artistiques

7 AU 11 JUILLET

Participant(e)s : 13 programmeurs et 13 artistes issus de différents pays.

Ce projet vise à éprouver un nouveau modèle de laboratoire international (6 partenaires associés, dont la TOHU) de projets artistiques pour des jeunes artistes de cirque, pour qu'ils puissent développer une approche intégrée entre la recherche artistique et l'approche entrepreneuriale pour faciliter leurs démarches auprès des diffuseurs de leur art.

★ CASTAFESTA (2^{ème} édition) – en partenariat avec le Cirque du soleil

14 JUILLET, 14H30

Participant(e)s : 69 professionnels ont pris part au panel de discussion relatif au casting.

★ CIRCUS STORIES, le cirque vu par...

Projet de résidences de journalistes pour la découverte et une meilleure compréhension des arts du cirque. Plusieurs articles sont et seront publiés dont deux majeurs dans le Delta Sky Magazine et le National Post.

7 | AUTRES ACTIVITÉS

★ SHOWCASE cirque Éloïze : création de saloon – Gare Dalhousie

13 JUILLET, 16H30

Participant(e)s : Une cinquantaine de programmeurs ont répondu au rendez-vous.

Afin de répondre à notre objectif de mise en valeur de la création canadienne, le MICC a intégré, en partenariat avec le Cirque Éloïze, une vitrine de leur nouvelle création Saloon.

★ CIRCUS AND ITS OTHERS : à la rencontre du cirque et de ses altérités

15 JUILLET, 16H30 – Apéro-conférence

Participant(e)s : 70 personnes environ.

Intervenant(e)s : Jennifer Miller (fondatrice de Circus Amok) ▪ InterCharles R. Batson (Union College, NY) ▪ Karen Fricker (Brock University (St Catharines, Ontario) ▪ Louis Patrick Leroux.

8 | VISITES GUIDÉES

DES VISITES GUIDÉES

Cette année encore, les visites guidées des installations de la TOHU, du Cirque du Soleil et de l'École nationale de cirque ont été à nouveau au programme. Une présentation de l'organisme En Piste a été ajoutée lors de la visite de l'ENC afin de représenter tous les membres de la Cité des arts du cirque. Plus de 50 personnes ont profité des visites guidées offertes.

DES RENCONTRES PUBLIQUES ÉTABLIES DANS LE CALENDRIER DE PROGRAMMATION

Comme en 2015, à la fin de la 2^e représentation de chaque spectacle du Festival, une rencontre public-artistes de 30 minutes a été menée par différentes personnes du milieu cirque.

DIRECTION GÉNÉRALE

Stéphane Lavoie
Directeur général et de la programmation

Suzanne Roy
Secrétaire de direction

MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE

Nadine Marchand
Directrice MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE

Hélène Briaïs
Secrétaire MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE

PROGRAMMATION

Nadia Drouin
Chef de la programmation – Arts du cirque

Élodie Choqueux
Chef de la programmation – Activités culturelles,
éducation et loisirs

Marisol de Santis
Agente de programmation cirque

Catherine Jobin
Agente de programmation culturelle TOHU

Vanessa Lemercier
Coordonnatrice à la programmation TOHU

Marie-Pier Lavoie (rempl. maternité Sandy Bessette)
Coordonnatrice des services aux professionnels

Corinne Grosjean
Coordonnatrice à la diffusion

Valérie Beaulieu
Chargée des services éducatifs

Samuel Pignedoli
Chargé des services éducatifs

Louis Théroux
Guide animateur

David Widmeyer Charlot
Guide animateur

Nicolas Blanchette
Guide animateur

Evelyne Laniel
Guide animatrice

Sarah Sultani
Animatrice environnemental et communautaire C-Vert

Lison Cautain
Stagiaire à la programmation des arts du cirque

COMMUNICATIONS ET MARKETING

Éric Joly
Directeur des communications et du marketing

Annie Leclerc-Casavant
Responsable des communications

Christine Bérubé
Responsable des communications TOHU

Geneviève Lamarre
Responsable de la billetterie

Sarah Beaudin Reeves
Agente aux communications

Hélène Boucher (rempl. maternité Mylène Senecal)
Agente aux communications TOHU

Mathilde Balli
Gestionnaire réseaux sociaux et promotions

Roxanne Dufour
Agente aux communications

Fabien De Marre
Superviseur à l'accueil et la billetterie

Alexandrine Doré-Pilote
Agente à la billetterie

Léa Boudreault
Préposé aux communications - contractuelle

Margarita Florès
Stagiaire promotions et tourisme

Roy Turner Communications
Relations presses

Brandbourg
Conception et réalisation de la campagne de
communications

Marie-Ève Roy
Graphiste

Amélie Moncelet
Rédactrice

Judith Portier
Design Par Judith Portier / aménagement de site

ADMINISTRATION

Laure Chérière
Conseillère aux ressources humaines

Charlotte Normand
Coordonnatrice aux ressources humaines

Philippe Huard
Directeur des finances et de l'administration

Yves Chênevert
Surintendant-bâtiment et ressources matérielles

Marina Di Blasi
Adjointe à l'administration

Étienne Lessard
Technicien-Administrateur réseau

Coss Nickson ALEXANDRE
Préposé à l'entretien du bâtiment

Pablo Maneyrol
Responsable du financement public

Laëtitia Matrat
Agente au financement public

Micheline Plante
Chef comptable

Fernando Castro
Commis comptable

Mirssa FERNANDEZ
Commis de bureau

PARTENARIATS ET PHILANTHROPIE

Patrice Saint-Amour
Directeur partenariats et philanthropie

Stéphanie Leblond
Coordonnatrice partenariats et philanthropie

Bruno Schneider
Responsable des ventes et événements corporatifs

Elif Aygun
Agente à la promotion publicitaire

PROGRAMMATION & PRODUCTION ÉVÈNEMENTS EXTÉRIEURS

Isabelle Brodeur
Directrice création et production

Amélie Moncelet
Coordonnatrice à la programmation
Régisseuse citoyens

Anthony Venisse
Conception et Mise en scène

Alex Trahan
Assistant metteur en scène

Tanya Pettigrew
Régisseuse Minutes / Émilie-Gamelin

Ann-Marie Léonard
Régisseuse Saint-Denis

Lucie Vigneault
Chorégraphe

Marilène Bastien
Conception costumes, accessoires et maquillage

Félix Boisvert
Conception sonore

Martin Sirois
Conception éclairage

Olaf Triebel
Coach acrobatique

Mathieu Grégoire
Chargé de projet acrobatique

Alexandre Brunet
Directeur technique

Félix Duranceau
Responsable des opérations

Laurence Boisvert-Garant
Coordonnatrice de production

Angela Rassenti
Assistante costumes, accessoires et maquillage

Sarah Dubé
Habilieuse

Mathieu Dumont
Chef son

Judith Rémillard
Chef électricienne

Sébastien Robillard
Chef géneur

Jean-Sébastien Lévesque
Chef machiniste

Guillaume Labelle
Coordonnateur technique Saint-Denis

Phase Équipements
Structure acrobatique

Pier Colbert
Coordonnateur production et technique Quartiers

Nathalie Labelle
Régisseur Quartiers

PRODUCTION TOHU / FESTIVAL (EN SALLES)

Éric Gingras
Directeur de production

Nancy Cormier
Directrice de production adjointe TOHU

Pier Colbert
Administrateur de production

Noémie Rivière
Adjointe administrative

Maxime Bouchard
Directeur technique Festival (salles)

Richard Piquet
Directeur technique TOHU

Stéphane Pastre
Coordonnateur technique TOHU

Linda Sylvain

Chef des services aux publics TOHU

Farah Lawson

Responsable des services alimentaires TOHU

Marie-Ève Paquet

Responsable cuisine TOHU

Esse Philomé

Responsable de salle TOHU

Amandine Dumoulin

Adjointe responsable de salle TOHU

Geneviève De Grandpré et Nebesna Tremblay

Chefs d'équipe

Marvens Moïse

Superviseur Service accueil clientèle

Belens Noel

Superviseur Service accueil clientèle

Alice Kop

Régisseuse générale Festival (salle)

Sandrine Merette

Assistante régisseuse générale

OPÉRATIONS – BILLETTERIE – TRANSPORTS FESTIVAL

Johanne Lavoie

Directrice des opérations et de la billetterie

Sébastien David

Adjoint à la direction des opérations

Coordonnateur au pavoisement

Eric Potvin

Coordonnateur aux opérations

Daniel Dupuis

Responsable des bénévoles

Pamela St-Pierre

Responsable des accréditations

Olivier Léger-Leduc

Répartiteur transports

Nadine Meloche

Chauffeur _ Accueil

Alain Gaudet

Chauffeur _ Accueil

Doris Simard

Chauffeur _ Accueil

Simon Labelle Ovimet

Chauffeur _ Accueil

Dave Forest

Gérant du QG

+ TOUTE L'ÉQUIPE D'ACCUEIL

/ BILLETTERIE

/ BISTRO

/ SALLE et STATIONNEMENT

/ CONCIERGE

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Diane Lemieux

Présidente

Bernard Hébert

Vice-président

Marc Lalonde

Secrétaire

Danick Lavoie

Trésorier

Philippe Bourbonnais

Administrateur

Lili de Grandpré

Administratrice

Marguerite Mendell

Administratrice

Agathe Alie

Administratrice

André Coté

Administrateur

Stéphane Glorieux

Administrateur

Maryse Vermette

Administratrice

LES FONDATEURS

Jan-Rok Achard

Charles-Mathieu Brunelle

Marc Lalonde

Gaétan Morency

Cirque du Soleil

École nationale de cirque

En Piste

→ Revue de presse 2016 envoyée en pièce jointe.

GRANDS PARTENAIRES PUBLICS



AVEC L'APPUI FINANCIER DU
CONSEIL DES ARTS ET DES LETTRES DU QUÉBEC



GRAND PARTENAIRE



PRÉSENTATEURS ET COLLABORATEURS



PARTENAIRES MÉDIAS



GRANDS PARTENAIRES PUBLICS ET CULTURELS



PARTENAIRES PUBLICS ET CULTURELS



PARTENAIRES D'ÉVÉNEMENTS ET DE SERVICES



LE CIRQUE DU SOLEIL EST L'UN DES FIERS FONDATEURS DE MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE

CRÉDITS PHOTOS ▪ PREMIÈRE COUVERTURE

De gauche à droite, de haut en bas :

FRACAS © Andrew Miller

Pour le meilleur et pour le pire © Alexandre Galliez

FRACAS © Renald Laurin

The Elephant in the Room © Andrew Miller

MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE

UN FESTIVAL

