

## **Montréal doit défendre son titre de « Ville des Festivals »**

Il y a maintenant 27 ans, était déposée la première demande de subvention pour créer le Festival International de Jazz de Montréal. J'écrivais alors : « un jour, ce festival attirera à Montréal des milliers de touristes américains qui généreront des retombées économiques importantes justifiant l'investissement de fonds publics requis »... Inutile de vous dire que j'ai fait rire de moi et que je n'ai pas obtenu de subvention ! On me disait : « Voulez-vous bien me dire, pourquoi les Américains auraient-ils besoin de venir à Montréal pour écouter du jazz ? » Après deux années d'essais infructueux, le 2 juillet 1980, le Festival de jazz voyait enfin le jour, sans commandite ni subvention, avec Ray Charles en spectacle d'ouverture à la Place des Nations, uniquement financé grâce aux droits de captation versés par CBC Radio et surtout notre filiale Spectel Vidéo pour la télévision. C'est d'ailleurs cette télédiffusion internationale qui donna une notoriété rapide au Festival de Montréal.

À son 25<sup>e</sup> anniversaire l'été dernier, le Festival enregistrait, selon une étude réalisée pour le compte du RÉMI, plus de 2 millions d'entrées en 12 jours dont près d'un demi-million de visiteurs en provenance de l'extérieur de Montréal. Majoritairement des touristes américains dont 80 % étaient venus spécifiquement chez nous pour assister à l'événement, et qui ont dépensé 103 millions d'argent neuf dans notre économie. Ce n'est pas rien 103 millions pour un événement culturel !

Il faut dire que l'an dernier, avec un appui spécial de nos gouvernements et commanditaires privés, nous avons pu faire les choses en grand pour célébrer ce quart de siècle, notamment en présentant un extraordinaire spectacle de clôture conjoint avec le Cirque du Soleil à l'occasion de son 20<sup>e</sup> anniversaire, qui fut télédiffusé un peu partout à travers le monde. Ceci nous a permis d'offrir un rayonnement médiatique sans précédent pour Montréal et sa grande fête de la musique qui a été couverte par plus de 400 journalistes accrédités.

Les Montréalais sont la principale raison de cet incroyable succès populaire et ils en sont fiers. C'est LEUR festival ! Le Festival International de Jazz de Montréal figurait récemment au 3<sup>e</sup> rang des 150 entreprises les plus admirées des Québécois dans la *Revue Commerce*, après Toyota et Jean Coutu. Le Festival de Montréal était aussi homologué cette année dans la 50<sup>e</sup> édition du *Livre des Records Guinness* comme le plus important au

monde, et figurait en bonne place dans le best-seller américain *1000 places to see before you die!* Quand on consulte n'importe quel guide touristique sur Montréal, on se rend compte que son Festival de jazz est aujourd'hui devenu un de ses principaux symboles à l'étranger.

C'est sa formule d'animation urbaine unique qui permis à Montréal de se démarquer des autres festivals de jazz au monde : présenter gratuitement des spectacles en plein cœur d'un centre-ville nord-américain, sur des scènes érigées au beau milieu des rues fermées à la circulation automobile, créant un site sécuritaire et animé où l'on pouvait venir en famille ou entre amis... et même, pour la première fois, prendre un verre de bière ou de vin en pleine rue ! Les journalistes américains invités s'extasiaient sur la convivialité des Montréalais et la sécurité de leur ville et écrivaient qu'il serait impossible de faire une telle fête populaire sans incident aux États-Unis.

En plus d'une solide programmation de spectacles payants en salle auxquels se limitent habituellement les autres festivals, ce concept de site extérieur gratuit avait l'avantage d'offrir une capacité d'accueil extraordinaire, permettant la participation de foules considérables et d'une masse critique de touristes suffisante pour remplir les hôtels et générer des retombées substantielles. Cependant, il fallait compenser en fonds publics pour le vice structurel de financement qui rendait le festival responsable de toutes les dépenses sans moyen d'encaisser ne serait-ce qu'une partie, des recettes qu'il générerait.

### La Ville des Festivals

De plus en plus de festivals se déroulent maintenant à Montréal avec une formule d'animation urbaine semblable, dont certains sont aussi devenus les plus importants au monde dans leur catégorie, comme le Festival Juste pour rire dans l'humour et Les FrancoFolies de Montréal dans la chanson. Loin de se concurrencer, ils ont créé un effet d'entraînement en offrant une effervescence estivale qui est devenue le symbole de la qualité de vie de Montréal, de sa convivialité et de son ouverture sur le monde. Ils ont graduellement façonné la personnalité de notre ville et son positionnement international.

C'est pourquoi, en 1996, alors que je siégeais au conseil d'administration de Tourisme Montréal, je proposais, avec l'appui de Charles Lapointe, l'idée d'adopter le slogan « The City of Festivals » comme « branding » pour Montréal et ses futures campagnes touristiques. Les résultats furent très

intéressants. Alors qu'en 1996 le prix moyen des chambres d'hôtels était de 106 \$ en juillet et le taux d'occupation de 79,8 % pour une recette de 57 millions de dollars, il passait en 2000 à 133 \$, avec un taux d'occupation de 83,5 % sur un plus grand nombre de chambres disponibles, soit une augmentation des recettes touristiques de près de 50 % en 4 ans seulement.

Le tourisme est très important pour le développement de Montréal où il crée près de 100 000 emplois. D'ailleurs, le tourisme est une forme d'exportation très rentable, car 100 % du produit de la vente reste au Canada et c'est le client international qui vient acheter sur place, en payant lui-même les frais de transport ! Beaucoup d'argent neuf donc dans notre économie pour aider nos gouvernements à payer pour l'éducation et la santé !

En 2004, selon une étude indépendante effectuée pour le compte du RÉMI, les 21 événements québécois membres du Regroupement ont ainsi généré au total 395 millions d'argent neuf dans notre économie, créant 10 362 emplois-année et ont rapporté 81,5 millions de dollars de recettes fiscales pour le gouvernement du Québec et 55,5 millions de dollars pour le gouvernement du Canada.

### Montréal doit défendre son titre

Quand on sait que le tourisme est devenu l'industrie mondiale numéro 1 et son incidence déterminante sur l'industrie du transport et sur la balance des paiements du pays, il n'est pas surprenant que plusieurs grandes villes commencent à jalouser notre succès. C'est un énorme marché en croissance constante que se disputent de plus en plus toutes les destinations à travers le monde. Comme les voyages de court séjour urbain sont la nouvelle tendance de fond, plusieurs études ont démontré l'importance des festivals dans cette lutte que se livrent désormais les grandes agglomérations urbaines pour se démarquer.

Notre longueur d'avance commence déjà à être menacée par la concurrence d'autres grandes villes qui ont pris les moyens pour entrer dans cette compétition internationale de haut niveau. Des villes comme Paris, Chicago et même Toronto investissent à coup de centaines de millions de dollars en infrastructures, en subventions et en offrant des dizaines de millions de dollars en services pour concurrencer notre succès. C'est pourquoi, Montréal devra dorénavant défendre son titre de « Ville des Festivals » et

prendre des mesures pour assurer la pérennité et le développement de ses événements majeurs !

On sait que Toronto vient de mettre sur pied son « Special Events Bureau » avec 29 employés permanents et un budget de 10 millions de dollars (qui produit notamment une version locale du Festival Montréal en lumière). Chicago a déjà son « MOSE » (Mayor's Office Special Events) avec 69 employés permanents au coût de 15 millions américains de dollars plus une centaine de millions en frais d'opération pour produire le Festival de musique classique Ravinia, les Festivals de Blues, de Jazz, de gastronomie « Taste of Chicago » et même le BIKE Fest...

Ceci nous fait réaliser qu'on a la chance d'avoir ici à Montréal, une organisation qui a fait ses preuves depuis 28 ans, qui gère maintenant cinq festivals de calibre international, qui les fait bénéficier d'importantes économies en partageant les mêmes ressources humaines et qui coûte beaucoup moins cher en fonds publics ! Une organisation citée en exemple pour sa transparence et la qualité de sa gestion par la SODEC. La première entreprise culturelle à faire partie des « 50 sociétés privées les mieux gérées au Canada » d'après le *Financial Post*.

Il s'est ainsi développé autour de Spectra au cours des années, avec l'aide de nos multiples partenaires et plusieurs de nos meilleurs concepteurs et artistes, une expertise unique en production de grands événements une équipe de spécialistes en production, en marketing, en programmation, en logistique, en aménagement de site, en gestion de commandites, aujourd'hui structurée autour de 8 vice-présidents qui sont en mesure d'assurer la relève et la pérennité des événements.

#### On fait appel à l'expertise de Spectra

Cette organisation, dont les ressources sont partagées entre nos différents festivals<sup>1</sup> (qui devraient atteindre cette année 4 millions de spectateurs et généreront 175 millions de dollars de retombées économiques), en vertu d'un mandat de gestion et d'un code d'éthique entériné par nos gouvernements, s'est bâtie largement à même le secteur privé puisque les fonds publics ne représentent que 20 % du budget de ces événements sans but lucratif, soit moins de la moitié du coût des activités gratuites offertes au public et le dixième seulement des retombées fiscales générées par les

---

<sup>1</sup> Festival International de Jazz de Montréal, Festival Montréal en Lumière, Les FrancoFolies de Montréal, La Grande Mascarade et le Festival international de films de Montréal

dépenses des touristes qu'ils attirent. Les subventions versées à tous les événements liés à Spectra par le Ministère de la culture et la Sodec totalisent d'ailleurs moins de la moitié de 1% de leur budget.

Cette expertise explique pourquoi on s'est tourné vers Spectra pour créer en l'an 2000, un événement hivernal ayant pour but de ramener les gens au centre-ville, dans les restaurants et dans les salles de spectacles à la mi-février. Le Festival Montréal en lumière attire maintenant plus d'un demi-million de participants et son rayonnement commence à porter fruit notamment avec la *Nuit blanche sur Montréal*. Son conseil d'administration regroupe des représentants des milieux économique, touristique et culturel, et Michel Labrecque en est le PDG.

Dans le même objectif de désaisonnalisation du tourisme et pour relancer le Vieux-Montréal dans sa période creuse, les Productions l'Entracte ont demandé à Spectra de s'associer à eux pour créer La Grande Mascarade. Cette fête de l'Halloween a déjà réussi à transformer le Vieux-Montréal en un lieu magique et mystérieux avec de multiples activités aussi amusantes qu'épouvantables. Il a accueilli plus de 75 000 personnes à sa première édition démontrant ainsi son énorme potentiel de croissance.

En décembre dernier, Le Regroupement pour un festival de films à Montréal inc. et L'Équipe Spectra, appuyés par la presque totalité des intervenants de la communauté cinématographique montréalaise, ont été choisis par les organismes gouvernementaux, Téléfilm Canada et la Sodec (Québec) pour l'organisation d'un grand événement cinématographique international à Montréal, faisant suite à l'appel de propositions lancé par ces deux institutions après la publication du rapport SÉCOR.

Il est important de comprendre le rôle de Spectra dans cette belle aventure : Elle agit à titre de maître d'œuvre de l'organisation mais elle n'a pas le contrôle effectif du Festival international de films de Montréal, et encore moins de sa programmation qui a été confiée à Monsieur Moritz de Hadeln, ancien directeur des Festivals de Berlin et de la Mostra de Venise. Nous avons simplement accepté d'apporter notre expertise organisationnelle et administrative au projet en compagnie de plusieurs joueurs importants du milieu, certes, mais qui ont tous accepté d'investir temps et efforts en mettant leurs intérêts de côté dans l'intérêt supérieur du Cinéma. Notre but premier est d'aider les créateurs d'ici à promouvoir leurs œuvres et favoriser

des débouchés internationaux pour leur talent, ainsi que de donner accès au public québécois à une diversité d'œuvres étrangères.

### La porte d'entrée de la diversité culturelle

Il est d'autant plus surprenant que d'aucuns s'inquiètent de l'effet de la «concentration» des Festivals gérés par Spectra sur la diversité de l'offre culturelle à Montréal alors que les programmeurs des festivals sans but lucratif dont elle assume déjà la maîtrise d'œuvre ont toute la liberté artistique voulue et prennent soin de toujours laisser une place à l'avant-garde et la marginalité ainsi qu'à certains artistes qu'on pourrait qualifier de plus « difficiles ». N'oublions pas que ce sont à l'origine, des gens passionnés de culture qui ont justement créé ces festivals pour permettre aux Montréalais l'accès à des œuvres et à des artistes qu'on pourrait difficilement voir autrement le reste de l'année. Nous avons ainsi appris qu'il faut maintenir un équilibre entre l'innovation et la notoriété pour garder une programmation à la fois crédible et populaire et je crois que nous avons su maintenir cet équilibre, qui est d'ailleurs salué par les médias et les créateurs du monde entier.

Mais au-delà des légendes urbaines colportées par certains, il faut comprendre que le partage « spectrien » de ressources et d'expertise qui a permis à ces festivals de grandir, ne les a pas empêché de rester tout de même à échelle humaine et de jouer un rôle social unique et rassembleur pour toutes les communautés culturelles de Montréal. Nous avons toujours tout fait pour que des musiciens et artistes de plusieurs pays viennent chaque année pour nous faire découvrir leurs musiques et leurs cultures. Ceci a contribué à faire de Montréal la porte d'entrée de la diversité culturelle en Amérique du Nord.

Au fil des ans, les Montréalais se sont approprié nos événements et les ont propulsés parmi les plus prestigieux et les plus courus de la planète. C'est le public, plus que nous, qui a révolutionné la notion de ce qu'est un festival et transformé l'offre culturelle estivale de Montréal. Nous sommes convaincus que ce même public s'appropriera le Festival international de films de Montréal et en fera un des grands festivals internationaux de cinéma avant la fin de la décennie. De notre côté, nous ferons de notre mieux pour mettre en place les meilleures équipes de gens passionnés par le cinéma et par la fête afin de travailler ensemble à vous proposer ce nouveau festival qui viendra compléter la trame événementielle qui fait l'été des Festivals.

### Comment assurer la pérennité des grands événements

Une des deux grandes problématiques auxquelles Montréal fait face pour assurer la pérennité de ses grands événements et conserver son avantage concurrentiel, est de préserver pour l'avenir un lieu propice à leur développement au centre-ville. D'ici quelques années, de grands projets vont transfigurer le secteur est du centre-ville dont la construction des Conservatoires et de la salle de l'OSM dans le cadre du projet du Quartier des spectacles et de la mise en chantier du Complexe Spectrum et de la future Place des festivals.

Ce réaménagement doit permettre de préserver des espaces publics suffisants pour assurer la tenue des grands événements pour les années à venir. En améliorant les infrastructures et le mobilier urbain, autour de la Place des Arts et sur la rue Sainte-Catherine, on facilitera de plus l'installation de ces festivals pour que leur temps de montage soit minimisé et qu'ils puissent se suivre plus facilement, en rationalisant mieux leurs coûts.

Il faut savoir qu'un petit nombre de grands événements monopolisent beaucoup d'attention, mais surtout beaucoup de services municipaux et policiers et une importante logistique reliée à la fermeture des rues et à la circulation. Pour ces raisons, ils ne peuvent se chevaucher, et c'est tant mieux puisqu'il est préférable de les étaler afin de maximiser leurs retombées tout au long de l'été.

Ainsi, Juste pour rire, qui verra graduellement les espaces disponibles se restreindre rue Saint-Denis et autour des Habitations Jeanne-Mance, pourra-t-il utiliser aussi le site de la Place des Arts dans quelques années si la période d'essai proposée par les FrancoFolies pour déménager leurs dates en juin s'avérait concluante. Ce processus permettrait ainsi la survie et le développement des FrancoFolies dont la mission de promotion de la chanson francophone est essentielle dans le contexte particulier de Montréal où près de la moitié de la population ne parle pas le français à la maison. Pour se faire, les FrancoFolies sont prêtes à se soumettre à un arbitrage de la SODEC pour assurer une juste répartition des primeurs et exclusivités au Festival d'été de Québec qui reçoit incidemment un demi million de dollars en fonds publics de plus que les FrancoFolies qui connaissent un déficit annuel du même montant.

Le Festival international de films, qui se tiendra cette année à la mi-septembre, viendra sans doute alors clôturer « l'Été des Festivals » avec sa « Grande Fête du cinéma » qui offrira au grand public une expérience interactive passionnante pour vulgariser les métiers du cinéma.

### Un financement adéquat pour l'avenir

Pour terminer, l'autre grande problématique qu'il reste à régler pour assurer la pérennité des grands événements québécois et permettre à Montréal de garder son titre de Ville des Festivals est, vous vous en doutez bien, la question de leur financement et de leur développement.

En effet, leur formule d'animation urbaine gratuite fait en sorte qu'ils ont besoin d'un financement public stable et récurrent, une ristourne en quelque sorte sur les retombées économiques qu'ils génèrent. Il y a beaucoup de choses dans un festival qui ne peuvent être commanditées comme la sécurité, le nettoyage et les toilettes chimiques... C'est pourquoi nos gouvernements devront toujours subventionner les grands événements d'animation urbaine. Ils ont tous besoin plus que jamais d'investissements importants pour renouveler leur produit et rester concurrentiels face aux autres événements internationaux.

Pourtant, ces dernières années, les festivals et événements majeurs du Canada ont subi diverses réductions de leurs contributions financières dues, entre autres, aux nouvelles législations interdisant la publicité sur le tabac (25M \$) et à l'abandon du programme des commandes du gouvernement fédéral (dont incidemment seulement 3M \$ par année étaient versés jusqu'en 2001 aux 22 événements membres du RÉMI combinés). Cette nouvelle réalité qui met en péril toute l'industrie en la plaçant en mode de survie, a suscité une réflexion en profondeur et, en octobre 2004, sous l'impulsion du RÉMI, la Coalition des festivals canadiens a vu le jour de manière à promouvoir cette industrie à l'échelle pancanadienne et réclamer sa reconnaissance par le gouvernement fédéral. Nous lui demandons impérativement de mettre en place un programme pour aider le développement de cette importante industrie à une hauteur comparable à celle de l'aide du Québec.

Une autre avenue de financement touristique est en préparation pour aider les événements à défrayer leurs infrastructures temporaires et améliorer la qualité d'accueil et de services au public : il s'agit de hausser la taxe sur l'hébergement à 3 % comme à Toronto. Cette taxe, actuellement fixée à 2 \$



par nuitée et versée à Tourisme Montréal pourra éventuellement lui permettre d'augmenter de façon majeure son aide aux festivals puisqu'elle doublera ainsi ses revenus. Cette avenue a l'avantage de ne pas taxer davantage les citoyens du Québec puisqu'elle est payée le plus souvent par les visiteurs étrangers.

Voilà donc les pistes de solutions qui permettront à Montréal de maintenir son avance stratégique parmi les grandes métropoles culturelles et une vision pour le développement futur du centre-ville qui sauront consolider le positionnement international de notre ville et bénéficier à l'ensemble de la population du Québec.

Alain Simard