

RAPPORT 2012-2015 / MONTRÉAL VILLE UNESCO DE DESIGN

28 FÉVRIER 2016

TABLE DES MATIÈRES

- 1/ Résumé
 - 2/ Informations générales
 - 3/ Contribution à la gestion du réseau
 - 4/ Principales initiatives locales
 - 5/ Principales initiatives réalisées à travers des coopérations intervilles
 - 6/ Plan d'action
- Figures
Annexes



MOT DU MAIRE

À l'aube du 10^e anniversaire de la désignation de Montréal comme Ville UNESCO de design, nous devons reconnaître que Montréal mérite pleinement son titre de ville de design.

Aujourd'hui, dans le monde entier, les villes jouent un rôle de plus en plus important. Elles doivent désormais relever des défis globaux et locaux tels que les changements climatiques, la cohésion sociale et les grands enjeux urbains.

Elles sont également responsables de l'aménagement du territoire. Elles doivent offrir un cadre de vie de qualité à leurs citoyens. Montréal mise sur le potentiel créatif de 25 000 concepteurs-designers pour assurer à sa population un meilleur développement durable, aussi bien économiquement que culturellement et socialement.

Montréal Ville UNESCO de design est le résultat de 25 années de travail municipal. La métropole a su intégrer les designers dans le développement de la ville. Elle a mis en valeur le talent et le savoir-faire des concepteurs d'ici. Elle a sensibilisé le public et les acteurs influents du développement urbain à l'importance du design et de l'architecture. Autant d'actions qui ont pour but d'améliorer la qualité du cadre de vie des Montréalais.

Ce bilan Montréal Ville UNESCO de design fait état des retombées tangibles des actions menées de concert avec nos partenaires, les acteurs du milieu et la société civile. Ces actions, souvent citées en exemple, servent même de source d'inspiration à plusieurs villes.

Au moment où Montréal s'apprête à célébrer son 375^e anniversaire, nous pouvons être fiers du chemin parcouru.

Denis Coderre
Maire de Montréal

INTRODUCTION : NOS ASSISES

Aménager son territoire et offrir des services à tous ses citoyens pour bien vivre en ville, telles sont les responsabilités intrinsèques d'une municipalité en vertu de la loi sur les cités et villes du Québec (Canada).

Le design est derrière la conception de toutes les composantes de la ville : terrains de jeu, pistes cyclables, panneaux de signalisation, salles de concert, ensembles d'habitation, abribus, commerces ou ponts. Bien ou moins bien conçues, elles ont un impact direct – positif ou négatif – tant sur notre perception que sur notre expérience quotidienne, individuelle et collective de la ville où l'on vit, travaille ou que l'on visite. Le design sous toutes ses formes (du graphisme au design urbain en passant par l'architecture et le design industriel) a le pouvoir indéniable de rendre le territoire plus attrayant et les services aux citoyens plus performants.

Le design est donc au cœur de l'image et du fonctionnement d'une ville. En ce sens, les villes ont un devoir de qualité et d'exemplarité en design et en architecture dans leurs interventions sur le domaine public.

Au-delà de ce devoir, elles peuvent en tirer d'immenses bénéfices en termes d'attractivité et de compétitivité à un moment où la concurrence pour attirer les investissements s'avère féroce.

MONTRÉAL : 25 ANS D' ACTIONS MUNICIPALES EN DESIGN

Cette conviction, jumelée à une industrie dynamique fondée sur un large bassin de quelque **25 000 designers**, a motivé la Ville de Montréal à investir **dès 1991** dans la promotion de ce secteur créatif. **2 postes de commissaires** sont alors créés, respectivement dédiés aux secteurs du design et de la mode, afin de répondre aux logiques et défis de développement spécifiques à chacun.

Il s'agissait d'un geste que l'on peut aujourd'hui qualifier de visionnaire de la part de l'Administration montréalaise. De fait, cette décision précède l'engouement des économistes pour les industries créatives et l'émergence du concept de « ville créative », une notion devenue par la suite un phénomène de mode et de *branding*. Cet historique place aujourd'hui Montréal parmi les villes pionnières et les plus expérimentées en matière de stratégie de développement et de positionnement par le design.

D'ailleurs, de récents portraits statistiques (voir annexes 5 et 6) de la culture et des industries créatives montrent que Montréal se distingue des autres métropoles nord-américaines par le dynamisme et la forte croissance des secteurs de l'architecture et du design.

Au cours de ces 25 années, la Ville de Montréal a poursuivi obstinément un même objectif : celui de mettre les talents en design au profit d'un développement économique et urbain durable et d'un milieu de vie de qualité, partout sur le territoire.

Plus précisément, l'une des caractéristiques de la stratégie municipale en design est d'être **transversale et à la croisée** :

- / du développement économique (développement de marchés, promotion et rétention des talents)
- / du développement urbain (aménagement et attractivité territoriale)
- / du développement culturel (forte portée identitaire de l'architecture et du design en tant qu'expression matérielle de notre culture)
- / du développement social (pédagogie, sensibilisation, participation citoyenne, acceptabilité sociale)

Depuis, Montréal privilégie 2 grands axes d'intervention :

Faire travailler les designers : retenir les talents à Montréal en leur donnant accès à une commande municipale diversifiée et inspirante pour mieux aménager le cadre de vie, donner l'exemple en tant que propriétaire et gestionnaire du domaine public et inciter le secteur privé à en faire autant;

Sensibiliser les publics : développer et propager l'intérêt – et incidemment élever les exigences – des citoyens et donneurs d'ordres pour la qualité de leur cadre de vie, en plus de former des « design champions » partout au sein des arrondissements et services centraux, combattre les préjugés et de démocratiser la notion de qualité en design encore trop souvent perçue comme réservée à l'élite ou aux projets d'exception.

L'obtention, en 2006, de la désignation de Ville UNESCO de design aura accéléré de façon significative l'atteinte de ces objectifs et permis à Montréal de passer, en l'espace de 10 ans, d'un statut confirmé de Ville de *designers* à celui convoité de Ville de *design*.

RÉSUMÉ

En juin 2006, Montréal est désignée Ville UNESCO de design. Ni label ni consécration, la désignation Montréal, Ville UNESCO de design, est une invitation à poursuivre le développement de la métropole québécoise autour de sa créativité en design.

En 2008, la Ville de Montréal lance, en partenariat avec la Chaire UNESCO en paysage et environnement de l'Université de Montréal, le chantier Montréal, Ville UNESCO de design, au cœur duquel figure la volonté de «**mobiliser les différents acteurs influents du développement urbain autour du projet de MIEUX faire [concevoir, construire] la ville avec PLUS de designers**». Levier à la réalisation de plusieurs concours pour des projets d'aménagement et d'infrastructures, la désignation a engendré d'importantes retombées culturelles et économiques, relatées dans un premier compte rendu *Chantier Montréal Ville UNESCO de design en actions et en chiffres : compte rendu 2006-2012*.

Bien plus qu'un engagement, la désignation de Montréal, Ville UNESCO de design s'est avérée un véritable outil stratégique pour consolider les bases d'une économie créative et stimuler l'innovation en design. Les dernières quatre années ont été principalement marquées par :

- / une consolidation et une pérennisation de l'action municipale en design
- / une plus forte accessibilité des designers à la commande municipale assortie de meilleures conditions offertes aux concepteurs
- / une compréhension partagée et une plus forte appropriation collective des valeurs et des engagements associés à la désignation de Ville UNESCO de design
- / un renforcement du dialogue entre le public, les experts municipaux et les élus
- / un rayonnement accru du design montréalais sur la scène internationale

Combinée aux efforts soutenus du Bureau du design de la Ville de Montréal, la désignation a également permis de mieux faire reconnaître la portée transversale du design comme vecteur de développement urbain durable et d'intégrer la culture et la créativité dans **5 plans et politiques de développement**, notamment :

- / *l'Agenda 21 de la culture*
- / *le Plan d'action 2007-2012, Montréal, métropole culturelle*
- / *la Politique de développement culturel de la Ville de Montréal 2005-2015*
- / *Demain Montréal*
- / *Stratégie de développement économique 2011-2017 Montréal*

Au plan international, le Réseau des villes créatives de l'UNESCO s'est avéré être une formidable plateforme de coopération. Au cours des quatre dernières années, il a engendré plusieurs occasions privilégiées de collaborer avec des villes inspirantes à l'occasion de réunions, colloques, forums et conférences.

À l'aube du dixième anniversaire de la désignation Montréal, Ville UNESCO de design, ce rapport soumis à l'UNESCO aux fins d'évaluation périodique fait état des principales réalisations et retombées pour Montréal. Le rapport couvre les quatre dernières années, soit de 2012 à 2015.

CLIQUEZ ! Ce document interactif s'anime grâce à des figures, des annexes et des hyperliens.

INFORMATIONS GÉNÉRALES

NOM DE LA VILLE Montréal

PAYS Canada

DOMAINE CRÉATIF Design

DATE DE DÉSIGNATION 12 mai 2006 (annonce publique : 6 juin 2006)

**DATE DE SOUMISSION DU PRÉSENT RAPPORT
D'ÉVALUATION PÉRIODIQUE** 28 février 2016

ENTITÉ RESPONSABLE DE L'ÉLABORATION DU RAPPORT

Ville de Montréal

Bureau du design et Bureau des relations internationales

RAPPORTS PRÉCÉDENTS ET DATES DE SOUMISSION

Chantier Montréal Ville UNESCO de design en actions et en chiffres : compte rendu 2006-2012, septembre 2013

Chantier Montréal Ville UNESCO de design : perceptions et évaluation des actions (2008-2012), décembre 2012

POINT FOCAL DE CONTACT

Gestion quotidienne de la désignation

Marie-Josée Lacroix, commissaire au design et chef d'équipe
Bureau du design, Ville de Montréal

Intermédiaire

Stéphanie Jecrois, conseillère en relations internationales
Bureau des relations internationales, Ville de Montréal

LÉGENDE DES MOSAÏQUES

MOSAÏQUE SECTION 3

Réunions du Réseau des villes créatives de l'UNESCO, rencontres de travail du sous-réseau Design, colloques internationaux, conférences et forum (2012-2015).

MOSAÏQUE 1 SECTION 4

Concours de design et d'architecture (2012-2015).

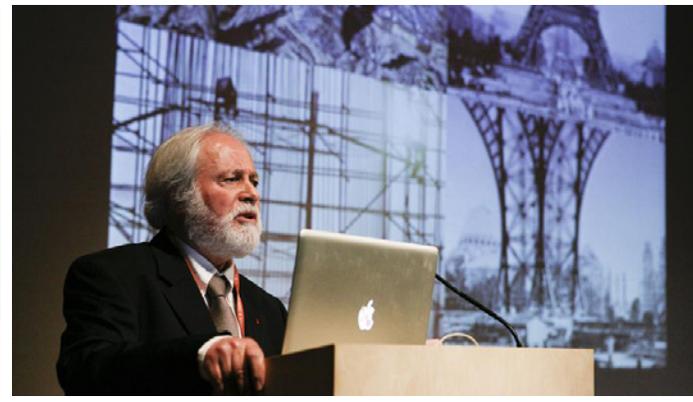
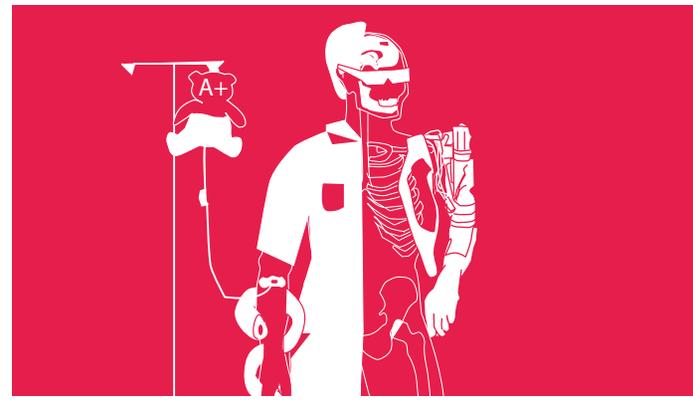
MOSAÏQUE 2 SECTION 4

Activités de médiation et de sensibilisation du public (2012-2015).

MOSAÏQUE SECTION 5

Activités et échanges internationaux (2012-2015) : expositions, jury, cérémonies de remise de prix, etc.

Crédits photographiques : voir l'[annexe 8](#).



CONTRIBUTION À LA GESTION DU RÉSEAU

Montréal a été très active dans sa participation aux activités organisées par le Réseau des Villes créatives de l'UNESCO et a grandement contribué à la gestion de ce dernier.

PARTICIPATION AUX RÉUNIONS ANNUELLES DU RÉSEAU

Au cours des quatre dernières années, Montréal a participé systématiquement à **toutes** les réunions¹ du Réseau des villes créatives de l'UNESCO, soit :

- / Montréal, Ville UNESCO de design (2012)
- / Bologne, Ville UNESCO de musique (2013)
- / Chengdu, Ville UNESCO de gastronomie (2014)
- / Kanazawa, Ville UNESCO d'artisanats et d'arts populaires (2015)

Les délégations montréalaises comptaient **2+ représentants**, dont certains élus politiques.

ORGANISATION D'UNE RÉUNION ANNUELLE DU RÉSEAU

Montréal a été l'hôte de la réunion annuelle du Réseau des villes créatives de l'UNESCO du 21 au 25 mai 2012. La formule innovante et la programmation riche de l'événement ont contribué à enrichir l'expérience de **100+ délégués internationaux** en provenance de **41 villes** membres du Réseau des villes créatives de l'UNESCO.

Outre des journées plénières regroupant l'ensemble des villes, des rencontres entre les membres des sous-réseaux étaient organisées. Le programme fut enrichi d'activités de réseautage en lien avec plusieurs acteurs locaux de la culture, des visites commentées, des parcours urbains, des expositions et des conférences. L'approche transversale et créative mise de l'avant par Montréal en 2012 sert désormais de modèle et de référence en soutien aux villes qui organisent une réunion annuelle.

^{1 2 3} Voir la figure 4.

ORGANISATION D'UNE RÉUNION DE TRAVAIL OU DE COORDINATION

Entre 2012 et 2015, Montréal :

- / a organisé **1** réunion du sous-réseau Design (mai 2012) dans le cadre du Salon International du Design de Montréal
- / a participé à **3** réunions² du sous-réseau Design, tenues en marge de biennales, conférences et forums sur diverses thématiques du design
 - _ Saint-Etienne (France, 2013)
 - _ Séoul (Corée du Sud, 2014)
 - _ Nagoya (Japon, 2015)

CONFÉRENCES ET RÉUNIONS INTERNATIONALES RELATIVES AUX QUESTIONS LIÉES AUX VILLES CRÉATIVES

Montréal a été très active au sein du Réseau des villes créatives de l'UNESCO en offrant à maintes reprises son appui et son expertise lors de réunions internationales.

Au cours des quatre dernières années, Montréal :

- / a participé à titre de conférencier invité à **15+** forums, colloques et conférences³
- / a facilité la participation active de plusieurs designers et experts montréalais aux rencontres internationales



Montréal a organisé **3 colloques internationaux** conjointement avec Saint-Étienne, Ville UNESCO de design, dans le cadre des Entretiens Jacques Cartier⁴:

- / *Design médical, inventer les modes de soins de demain*
(Saint-Étienne, 2012)
- / *Santé et design pour tous* (Saint-Étienne, 2013)
- / *Quel chantier ! – Le design au secours des grands chantiers urbains*
(Montréal, 2014)

Depuis 2003, ces rencontres annuelles, tenues alternativement à Saint-Étienne et à Montréal, explorent sous différents angles le rôle du design et les stratégies mises en œuvre par différentes cités et régions pour, entre autres, améliorer la qualité de leur cadre de vie, exprimer leur identité, faciliter la mobilité, convertir et stimuler leur économie, accroître leur attractivité, retenir les talents et surtout, favoriser le bien-être des citoyens.

Depuis que les deux villes ont été désignées Villes UNESCO de design, ces *Entretiens* profitent à l'ensemble des villes du sous-réseau Design et servent de plateforme pour la coopération et l'échange des meilleures pratiques entre elles.

QUEL CHANTIER ! – LE DESIGN AU SECOURS DES GRANDS CHANTIERS

320+ concepteurs et acteurs municipaux provenant de **10+ villes** d'Europe, d'Asie, du Canada et des États-Unis ont participé à ce colloque tenu à Montréal, en octobre 2014. **22+ conférenciers invités** ont présenté des solutions novatrices en matière de design, en réponse aux problématiques des grands chantiers urbains dans plusieurs villes du monde.

Dans la foulée de ces entretiens, fortement inspirés et motivés par les expériences internationales, la Ville de Montréal a annoncé sa volonté de stimuler la créativité, notamment auprès des concepteurs de la relève, pour profiter du potentiel d'innovation des chantiers. Un concours de design est en préparation pour concevoir un aménagement transitoire en vue des travaux majeurs de réfection de la rue Sainte-Catherine Ouest. Ce colloque a marqué un tournant dans les pratiques de la Ville de Montréal qui, depuis, tente progressivement d'intégrer le design dans la planification, la conception et la réalisation de ses chantiers urbains afin de réduire les nuisances pour le bien-être des citoyens, tout en favorisant l'activité économique et l'attrait de la métropole.

⁴ centrejacquescartier.com/les-entretiens

SOUTIEN FINANCIER OU EN NATURE FOURNI AU SECRÉTARIAT DE L'UNESCO

Montréal a contribué dynamiquement aux efforts de structuration et d'animation du Réseau des villes créatives de l'UNESCO.

Motivée par une volonté de contribuer de façon tangible à la structuration et à la croissance du Réseau des villes créatives de l'UNESCO dont elle est l'une des membres pionnières, Montréal a répondu à l'appel de candidatures pour l'accueil du Secrétariat du Réseau lancé par l'UNESCO en mai 2014.

L'offre déposée par la Ville de Montréal comprenait une contribution financière de 750 000 \$ sur trois ans pour la création de trois postes visant à soutenir la mise en place du Secrétariat. S'appuyant sur l'expertise du Bureau du design, cette offre, à laquelle s'ajoutaient des locaux et services non facturés, s'élevait à près de **1 M\$** et témoignait de l'engagement de Montréal envers le Réseau et l'UNESCO. L'UNESCO n'a toutefois pas donné suite à l'offre de Montréal, décidant, en cours de processus, de conserver le secrétariat du Réseau à Paris.

Montréal a fait la promotion active des retombées de sa désignation et des activités du Réseau.

Montréal a contribué au rayonnement du Réseau des villes créatives par l'animation d'une plate-forme web entièrement consacrée aux initiatives montréalaises en design. Le site designmontreal.com, un précieux outil de promotion et de diffusion, a généré :

- / **75 000+** visites/année en moyenne depuis 2009
- / **1** réseau social de **11 400+** amis Facebook et **8 900+** abonnés Twitter
- / **1** répertoire rassemblant **185+** agences montréalaises de design et d'architecture
- / du contenu pour alimenter le site internet du sous-réseau Design designcities.net ainsi que sur le site du Réseau des villes créatives sur le portail de l'UNESCO fr.unesco.org/creative-cities/content/creative-cities

⁵ Bandung (Indonésie), Détroit (États-Unis), Singapour (Singapour), Puebla (Mexique), Budapest (Hongrie), Kaunas (Lituanie).

⁶ Bilbao (Espagne), Curitiba (Brésil), Dundee (Royaume-Uni), Essen (Allemagne), Jacmel (Haïti).

⁷ Kobe (Japon), Nagoya (Japon), Saint-Étienne (France), Graz (Autriche), Bilbao (Espagne).

GROUPE DE PILOTAGE

Montréal a collaboré activement au groupe de pilotage sur les règlements et statuts des villes créatives de l'UNESCO.

De septembre 2013 à mai 2014, Montréal a assuré la contribution de **2 experts municipaux** du Bureau du design :

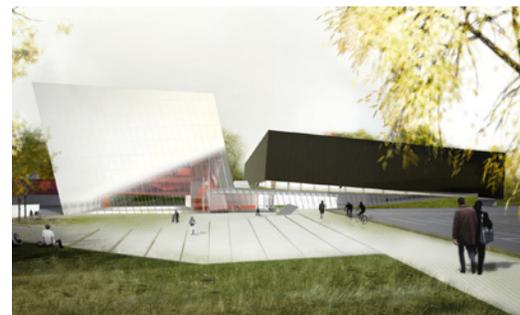
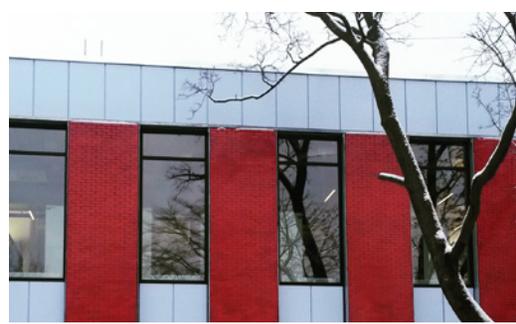
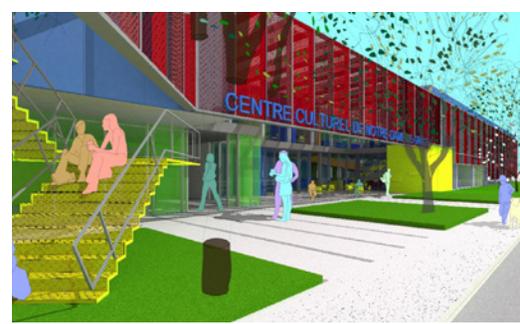
- / Marie-Josée Lacroix, commissaire au design et chef d'équipe, Bureau du design, Ville de Montréal
- / Stéphanie Jecrois, commissaire au design, Bureau du design, Ville de Montréal

ÉVALUATION DE CANDIDATURES

Montréal a grandement collaboré avec l'UNESCO afin d'agrandir et d'enrichir le Réseau des villes créatives de l'UNESCO.

À cet effet :

- / Montréal a évalué les **6** dossiers des villes candidates au sous-réseau Design depuis l'instauration du processus d'évaluation des candidatures par les villes membres en 2015⁵
- / en 2014, Montréal a soutenu **5** nouvelles candidatures à travers le monde par des lettres d'appui du Maire de Montréal⁶
- / elle a aussi accompagné la mise en candidature de **5** villes de design présentant un potentiel et démontrant un intérêt à intégrer le Réseau⁷



PRINCIPALES INITIATIVES LOCALES

Depuis 2006, les retombées liées à la désignation Montréal, Ville UNESCO de design sont nombreuses et éloquentes. Les dernières années ont été marquées par la consolidation et la pérennisation de l'action municipale en design, notamment :

- / la création de **3** nouveaux postes permanents dédiés au design portant à **6** personnes l'équipe du Bureau du design
- / l'allocation d'un budget annuel de **1,5 M\$** co-financé par le Ville de Montréal et le Gouvernement du Québec (ministère de la Culture + ministère de la Métropole)

Fort de **25 années d'actions municipales en design** depuis la création du premier poste de commissaire au design (1991), Montréal poursuit avec plus de moyens et d'effectifs ses objectifs d'une meilleure reconnaissance du rôle stratégique du design et des designers. Elle aspire à les faire connaître et surtout à les faire travailler en leur ouvrant le marché domestique pour les maintenir à Montréal et les rendre plus compétitifs en dehors des frontières. Montréal souhaite avant tout que ces talents profitent à la qualité de vie des citoyens et contribuent pleinement au devenir de la métropole.

Rappelons que ce titre décerné à Montréal en 2006 avait d'abord été peu et mal compris par les Montréalais qui l'avaient accueilli avec un certain scepticisme. On l'associait à une consécration plus ou moins méritée de l'UNESCO plutôt qu'à une aspiration fondée sur des actifs réels.

Une récente analyse médiatique de l'évolution de la perception de Montréal en tant que ville de design au cours des quatre dernières années révèle une bien meilleure compréhension des attributs (ex. : forte concentration de talents en design) et une plus forte appropriation collective des valeurs et engagements (ex. : devoir d'exemplarité face à la qualité) associés à la désignation de Ville UNESCO de design.

Indicateurs tangibles d'un intérêt grandissant du public pour le sujet, cette analyse révèle :

- / une augmentation annuelle du nombre d'articles mentionnant Montréal comme ville de design
- / une provenance de plus en plus variée des articles : culture, économie, affaires municipales, art de vivre, éditoriaux
- / un élargissement du bassin de journalistes couvrant le sujet

De plus, la présence médiatique du design et de l'architecture occupe une part croissante, de **6,54 %** (2012) à **7,02 %** (2015), de l'ensemble de la couverture médiatique associée à la Ville de Montréal dans les médias québécois.

Au cours des quatre dernières années, la notoriété de la désignation n'a cessé de croître et avec elle :

- / une plus forte accessibilité des designers à la commande municipale assortie de meilleures conditions offertes aux concepteurs
- / une multiplication des activités de promotion, et de dialogues entre le public, les experts municipaux et les élus, de même qu'un engouement et une participation sans cesse plus significatifs des Montréalais pour les activités qui leur sont proposées

Les principaux projets et activités sont documentés dans la section suivante.

CONCOURS D'ARCHITECTURE ET DE DESIGN

FAIRE TRAVAILLER / FAIRE CONNAÎTRE /
OUVRIR LA COMMANDE / RÉALISER / DIALOGUER /
MOBILISER / ÉCHANGER

Au Québec, la loi qui régit l'octroi de contrats publics municipaux exige une mise en concurrence sur le prix qui favorise le plus bas soumissionnaire. Ce processus de sélection, qui tend aussi à privilégier les prestataires d'expérience, réduit d'autant l'accessibilité des mandats pour les plus jeunes firmes. Il a également une forte incidence sur la qualité des services créatifs en design et en architecture et, conséquemment, sur les projets réalisés.

En regard de ce constat, depuis sa désignation comme Ville UNESCO de design, Montréal s'est engagée à promouvoir et à instaurer le processus de concours pour choisir ses professionnels sur la justesse de leurs concepts en comparant plusieurs propositions concrètes. Au-delà de la qualité des prestations qu'il génère, ce processus d'octroi de la commande en design, déjà largement répandu à l'international, est également valorisé pour sa transparence (ex. : impartition du jugement à des experts, anonymat), sa portée pédagogique (ex. : présentation publique des projets finalistes), l'accessibilité à la commande publique qu'il permet d'offrir à un plus vaste bassin de concepteurs.

Le devoir d'exemplarité associé à la désignation Montréal, Ville UNESCO de design a été un levier à la tenue de plusieurs concours pour des projets d'aménagement et d'infrastructures.

Depuis sa désignation, malgré un contexte législatif encore peu facilitant, Montréal a réalisé **49 concours et ateliers de design et d'architecture**. De ceux-ci :

- / **23** projets ont été réalisés
- / **12** projets sont en cours de réalisation
- / **14** activités ont servi d'intrants structurants à des projets subséquents et à la planification urbaine

Entre 2012 et 2015, Montréal a inauguré **4 édifices** et **1 place publique** issus d'un processus de concours mené en amont. Ces réalisations exemplaires participent à la qualité et à la durabilité du milieu de vie et à la mise en valeur des paysages urbains dans **14 des 19 arrondissements**⁸ montréalais.

En plus d'une majorité de contrats de design et d'architecture attribués par un processus régulier d'appel d'offres, les concours de design et d'architecture ont engendré d'importantes retombées économiques et ont offert des nouvelles opportunités de création à de nombreux professionnels.

Au cours des quatre dernières années :

- / **19** concours de projet⁹ ont été réalisés
- / **75** mandats ont été octroyés aux designers et architectes
- / **14 M\$** en honoraires ont été versés à des professionnels du design et de l'architecture pour des projets totalisant **112 M\$**

Depuis la désignation de Montréal, Ville UNESCO de design, **22 concours de projet** ont favorisé une sélection des finalistes sur une base anonyme et ont contribué à ouvrir la commande publique. En effet, cette formule démocratique et transparente a permis à **30+ bureaux de design ou d'architecture** d'obtenir un premier mandat municipal.

⁸ Voir la [figure 3](#).

⁹ Voir la [figure 2](#).



LUMINOTHÉRAPIE AU QUARTIER DES SPECTACLES

Luminothérapie est un concours qui invite les concepteurs à créer un îlot de vie tant diurne que nocturne afin de composer avec l'hiver au centre-ville de Montréal; à créer une expérience sensorielle, poétique et émotive.

Le concours, dont la première étape est une sélection de propositions anonymes, a multiplié les opportunités de création et offert un espace public hautement visible comme premier banc d'essai à de nombreux concepteurs. À l'échelle canadienne, la formule encourage la multidisciplinarité et l'innovation. Les œuvres lauréates séduisent chaque année un vaste public de tous âges et bénéficient d'une importante couverture médiatique locale et internationale. Signe de leur succès, certaines installations ont été exposées à l'étranger :

- / *Iceberg*, par ATOMIC3 et Appareil Architecture à Bruxelles (Belgique, 2013)
- / *Trouver Bob*, par Champagne Club Sandwich à Moscou (Russie, 2014)

Le concept global a été repris sous le nom « Plaisirs d'hiver » par Bruxelles, contribuant à la réputation de Montréal comme ville d'innovation en design.

Les concours et les ateliers de design et d'architecture ont mobilisé de nombreux professionnels.

- / **1 050+** inscriptions d'équipes professionnelles et étudiantes ont été comptabilisées pour l'ensemble des appels à création lancés par Montréal, Ville UNESCO de design
- / **250+** experts, dont **50+** professionnels municipaux, ont été sollicités dans le cadre de jury et de panels
- / **30+** élus ont été directement impliqués dans ces activités

Les concours de design et d'architecture ont suscité dialogues et échanges entre le public, les élus, les professionnels municipaux et ceux de l'aménagement.

Dans les quatre dernières années, **6 concours de design et d'architecture**, pour un total de **9** depuis 2006, ont fait l'objet d'une présentation publique¹⁰ des finalistes devant jury attirant en moyenne **200+ citoyens** intéressés par l'évolution de leur quartier. Formidables outils pédagogiques, ces auditions publiques ont généré une participation croissante et sensibilisé au design, à l'architecture et au processus de concours.

Au-delà du quantitatif, la qualité recherchée par les processus de concours est au rendez-vous, comme en témoignent depuis l'inauguration respective des bâtiments, l'accueil enthousiaste du public et des médias, les prix d'excellence décernés et surtout la satisfaction exprimée par les usagers et l'achalandage des lieux.

¹⁰ Voir l'[annexe 1](#).

LA BIBLIOTHÈQUE DU 21^E SIÈCLE

En 2008, la Ville de Montréal et le ministère de la Culture et des Communications du Québec se sont engagés à augmenter et à améliorer l'offre de service en bibliothèque tout en enrichissant la qualité culturelle du cadre de vie des Montréalais. Cet engagement s'est traduit par la mise en place du Programme de rénovation, d'agrandissement et de constructions de bibliothèques (**RAC**), permettant une percée significative des concours d'architecture, ce processus étant préconisé pour tous les projets.

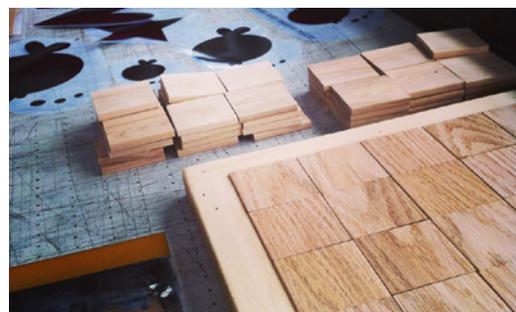
Les concours de bibliothèque ont offert une opportunité inestimable pour les concepteurs de redéfinir et réinventer ces lieux contemporains de socialisation, d'intégration et d'accueil, particulièrement en regard de la diversité culturelle montréalaise.

Dans les quatre dernières années, ce programme a donné lieu :

- / à la tenue de **1** concours pour la bibliothèque de Pierrefonds (2013)
- / à l'inauguration de **3** nouvelles constructions : la bibliothèque du Boisé (septembre 2013), la bibliothèque Marc-Favreau (décembre 2013) et la bibliothèque Saul-Bellow (septembre 2015)

Les retombées de ce programme sont tangibles. Les trois bibliothèques inaugurées, affichent toutes un achalandage record. Depuis son ouverture, la bibliothèque du Boisé connaît une fréquentation exceptionnelle avec une moyenne de **1 200 visiteurs** par jour. Pour sa gestion exemplaire et innovante, elle a reçu le prestigieux Prix Elixir du projet de l'année décerné par l'Association professionnelle des gestionnaires de projet du Québec. Près d'une dizaine de prix d'excellence lui ont été décernés pour la qualité de son architecture et ses propriétés hautement technologiques et environnementales. Ces caractéristiques lui ont valu la certification LEED Platine, une première pour une bibliothèque canadienne. Quant à elle, la formule innovante du concours de la bibliothèque Saul-Bellow, a valu à la firme d'architecture Chevalier Morales l'obtention d'un premier mandat municipal.

Les bibliothèques étant des lieux de prédilection pour sensibiliser les citoyens de tous âges au design et à l'architecture, Montréal a lancé en 2014-2015, en complément au RAC, un programme expérimental doté d'un fond de 25 000 \$ pour soutenir les bibliothèques municipales dans l'organisation et la tenue d'activités éducatives, pouvant prendre la forme de conférences, d'ateliers-causeries ou d'exercices de cocréation. Fort du succès populaire et médiatique des **7 initiatives pilotes**, Montréal avec l'appui du ministère de la Culture, relance, en 2016, un appel à projets doté d'un fond majoré à **100 000 \$**.





PORTES OUVERTES DESIGN MONTRÉAL

MOBILISER / SENSIBILISER /
DIALOGUER / COLLABORER / ÉCHANGER /
PROMOUVOIR / FAIRE CONNAÎTRE

Le concept des Portes Ouvertes Design Montréal est de faire découvrir aux Montréalais les designers de talent qui sont à l'origine de la désignation de Montréal, Ville UNESCO de design, de sorte qu'ils en saisissent l'essence, la portée et en ressentent une fierté. Les agences participantes ouvrent leur lieu de travail au public de tous âges, et présentent les étapes de développement d'un de leur projet de design, depuis l'idéation jusqu'à sa concrétisation. Le week-end d'activités permet de faire connaître le rôle et les nombreux métiers du design et de mettre en lumière leur impact sur notre vie.

Les week-ends Portes Ouvertes Design Montréal ont sensibilisé divers publics, établi un dialogue entre les designers, les acteurs municipaux et les citoyens et ont attiré un public très varié au fil des six éditions.¹¹

Les **6 éditions**¹² de l'événement ont fait découvrir près de **150+ agences**, projets et lieux montréalais de diffusion du design et ont généré **75 000+ visites**. Lors de la dernière édition, les 4 et 5 mai 2013, **110+ agences**, projets et lieux montréalais de diffusion du design ont ouvert leurs portes et ont généré près de **20 000 visites**.

Les week-ends Portes Ouvertes Design Montréal ont fortement contribué à la compréhension et à l'appropriation, par les citoyens et le milieu montréalais du design, de la désignation de Montréal, Ville UNESCO de design. Ils ont aussi permis d'accroître l'intérêt et d'élever les exigences du public pour des projets innovants et de qualité.

Les week-ends Portes Ouvertes Design Montréal ont inspiré des initiatives similaires au sein du Réseau.

Entre autres, Berlin a repris en 2012 le concept sous une formule nocturne intitulée *Nightshift Open Studio*.

¹¹ Voir l'[annexe 2](#).

¹² Voir la [figure 1](#).

COMMERCE DESIGN MONTRÉAL

FAIRE TRAVAILLER / PROMOUVOIR /
RECONNAÎTRE / TRANSFORMER /
FAIRE RAYONNER

Les villes sont avant tout des lieux d'échanges. Les commerces sont l'une des premières interfaces avec la ville. Ils ont un impact énorme sur le quotidien des citoyens, et sur ceux qui viennent y travailler, s'y divertir ou visiter la ville.

En effet, bien avant les musées, les restaurants et les boutiques sont au cœur de l'expérience et du souvenir des touristes. Commerces de proximité ou de destination, ils définissent la personnalité des rues et la singularité d'une ville. Vecteurs d'expressivité de la diversité culturelle et lieux de rencontre et d'humanité, les commerces sont l'âme d'une ville et doivent être protégés dans le contexte de la mondialisation qui les fragilise. Le design est indéniablement un facteur déterminant de leur survie et les Prix Commerce Design ont précisément été mis en place par la Ville de Montréal, dès 1995 pour inciter les commerçants à investir dans la qualité du design de leur établissement.

Fondé sur une volonté de démocratiser la notion de « bon design » et de casser les préjugés à l'égard du caractère élitiste qui lui est encore associé, l'originalité des Prix Commerce Design est de primer ex æquo une grande variété d'aménagements commerciaux inspirants : diversité de budgets, de localisations, de « styles », de types et secteurs d'activité qui font la démonstration que la qualité en design est plurielle, accessible, profitable et pertinente pour tous les établissements.

En plus d'offrir un premier marché intéressant pour les jeunes architectes et designers, les commerces permettent de rejoindre facilement et directement le public que l'on souhaite sensibiliser au design. Une étude d'impacts réalisée en 2004 au terme de **10 éditions** a démontré que le programme avait :

- / eu l'effet d'entraînement recherché sur les entreprises avoisinantes
- / promu un design de qualité dans toutes les gammes de prix
- / procuré des avantages commerciaux concrets pour les marchands
- / ouvert un nouveau marché pour les designers
- / suscité une participation croissante du public
- / développé un nouveau public plus avisé en matière de design



L'initiative montréalaise connaît depuis 2002 un succès international. Le concept des Prix Commerce Design a été repris par plusieurs villes d'Europe, du Canada et des États-Unis¹³.

Après 10 ans d'interruption du programme durant lesquels Montréal a été sollicitée pour aider d'autres villes à implanter cette même stratégie, le **20^e anniversaire** de la création des Prix Commerce Design offert en 2015, l'occasion d'un retour attendu dans le cadre d'une édition spéciale.

Les efforts promotionnels soutenus qui ont accompagné l'édition 2015 ont permis de sensibiliser à nouveau les commerçants et le public à la valeur ajoutée du design. Pendant tout l'été 2015, le public a été invité à voter pour son commerce préféré parmi la sélection de lauréats. Le week-end « Venez Voyez Votez ! », événement grand public qui ponctuait cette période, a créé des occasions de rencontres et d'échanges entre les citoyens et les designers dans les commerces primés.

En 2015 :

- / près de **100** dossiers de candidature ont été déposés
- / **20** tandems commerçants-designers ont été proclamés lauréats à la suite de la sélection d'un jury d'experts
- / **9 000+** personnes se sont prononcées en votant pour le Choix du public.

CODE SOUVENIR MONTRÉAL

ACHETER / PROMOUVOIR / FAIRE TRAVAILLER /
FAIRE CONNAÎTRE / FAIRE RAYONNER /
OUVRIR LA COMMANDE

Les initiatives CODE (Cities Of DEsign) sont nées à Berlin (droits d'auteur Raban Ruddigkeit, idées corporatives) d'une volonté de labelliser l'ADN des projets portés par le sous-réseau des villes UNESCO de design. Dans la foulée de CODE Poster (concours d'affiches illustrant le concept de « ville de design ») lancé en 2010, CODE SOUVENIR a été initié en 2011 par Montréal pour répondre à un besoin commun à toutes les villes UNESCO de design, soit celui de disposer d'objets emblématiques de leur ADN et à la hauteur de leur désignation pour offrir en guise de cadeaux protocolaires.

Le catalogue CODE SOUVENIR MONTRÉAL présente des objets cadeaux originaux et de qualité conçus par des designers montréalais. Ils parlent de la métropole québécoise et de sa créativité. Ce catalogue est destiné à tous les acheteurs institutionnels dans le but de faciliter leur choix et de les inciter à offrir ces objets à leurs invités de passage à Montréal ou lors de missions à l'étranger. Plusieurs villes de design ont implanté cette même initiative : Saint-Étienne (France), Nagoya (Japon), Berlin (Allemagne), Graz (Autriche) et Paris (France).

Montréal a contribué à promouvoir la créativité montréalaise et à développer la clientèle des designers au moyen des initiatives CODE SOUVENIR MONTRÉAL.

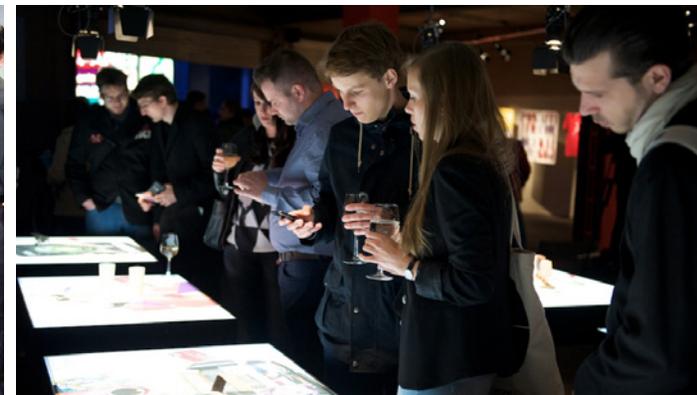
Dans les quatre dernières années, **3 catalogues** CODE SOUVENIR MONTRÉAL (2011-2012, 2012-2013, 2014-2015) et **2 boutiques-vitrines** (2013, 2014) ont fait la promotion de **150+ objets** de **50+ designers montréalais** auprès :

- / de la clientèle inédite de C2-MTL (Sommet sur la créativité en affaires) qui attire chaque année à Montréal des représentants de **1 000+** entreprises locales et internationales
- / des grands acheteurs institutionnels montréalais, tels que le Palais des congrès de Montréal, Montréal International, Tourisme Montréal, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, la Ville de Montréal, les universités et les institutions culturelles montréalaises

Montréal a soutenu le design et les designers en utilisant son pouvoir d'achat et en agissant comme client exemplaire.

En 2015, Montréal a invité spécifiquement les designers-producteurs présents dans l'une des **3 éditions du catalogue** à concevoir, pour le Bureau de l'accueil et du protocole de la Ville de Montréal, des objets cadeaux protocolaires exclusifs. De cet appel à la création, **3 lauréats** ont obtenu une commande de **100 objets** totalisant des revenus de **14 000 \$+** pour les designers.

¹³ Les retombées internationales des Prix Commerces Design se trouvent dans la section 5.



PRINCIPALES INITIATIVES RÉALISÉES À TRAVERS DES COOPÉRATIONS INTERVILLES

Plusieurs initiatives montréalaises ont stimulé la coopération internationale entre les villes faisant de la créativité un moteur de développement urbain durable, d'inclusion sociale et de rayonnement culturel. Elles ont toutes été des occasions de faire rayonner la désignation de Montréal, Ville UNESCO de design, de promouvoir le talent et le savoir-faire des designers et de favoriser le développement de nouveaux marchés.

MISE EN RÉSEAU INTERNATIONALE

FAIRE RAYONNER / ÉCHANGER / MOBILISER / PROMOUVOIR

Le rayonnement international du design montréalais s'est intensifié depuis la désignation de Montréal comme Ville UNESCO de design.¹⁴

Depuis 2012, Montréal :

- / a décerné **4** bourses Phyllis-Lambert de **10 000 \$** à des designers montréalais pour des projets de perfectionnement au sein du Réseau des villes créatives de l'UNESCO :
 - _ Studio Dikini, designers industriels (Séoul - 2012)
 - _ Audiotopie, concepteurs sonores (Nagoya, Séoul, Shenzhen - 2013)
 - _ Émilie F. Grenier, designer d'expériences narratives (Reykjavik - 2014)
 - _ Pelletier de Fontenay, architectes (Berlin, Hanovre, Mannheim et Heidelberg - 2015)

- / a organisé **3** colloques internationaux conjointement avec la ville de Saint-Étienne (France) dans le cadre des Entretiens Jacques Cartier pour un total de **6** à ce jour¹⁵
- / a participé à **15+** forums, colloques et conférences, pour un total de **30+** depuis la désignation
- / a accueilli **5** délégations de l'étranger réunissant **20+** designers et professionnels municipaux¹⁶ du Réseau des villes créatives de l'UNESCO
- / a organisé **1** exposition internationale *Montréal meets Graz : j'étais là !* conjointement avec la Ville de Graz (Autriche) dans le cadre du mois du design - *Designmonat 2015*
- / a collaboré étroitement avec la Ville de Shenzhen à l'organisation et au succès de **2** éditions des Prix Shenzhen de la relève en design

¹⁴ Voir la [figure 4](#), la [figure 5](#) et la [figure 6](#).

¹⁵ Voir aussi la [section 3](#) - Conférences et réunions internationales relatives aux questions liées aux Villes créatives.

¹⁶ Voir l'[annexe 3](#).

PRIX SHENZHEN DE LA RELÈVE EN DESIGN

FAIRE CONNAÎTRE / FAIRE RAYONNER / ÉCHANGER / MOBILISER

Montréal a collaboré étroitement avec la ville de Shenzhen à l'organisation des éditions 2013 et 2015 des Prix Shenzhen de la relève en design et s'est engagée, du même coup, à reconnaître le succès et le talent des jeunes créateurs de 35 ans et moins et à promouvoir le design comme levier important de la relance des économies locales.

Montréal et ses designers se sont fortement distingués parmi les plus primés par les deux éditions de ce concours :

- / **1** Grand prix de 30 000 \$ US :
 - _ Daily tous les jours (21 balançoires – 2013)
- / **3** Prix de mérite de 5 000 \$ US :
 - _ collectif Bornéo (Eau de source urbaine – 2013)
 - _ Jarre (Jarre – 2015)
 - _ Pépinière & Co. (les Jardins Gamelin – 2015)
- / **1** prix ex æquo avec Berlin (Allemagne) et Saint-Étienne (France) pour la ville ayant obtenu le plus grand nombre de lauréats et fourni la meilleure coopération et le meilleur soutien à la Ville de Shenzhen pour l'organisation de ces prix (2013)

Lors des **2 jurys** internationaux, Shenzhen a sollicité l'expertise de professionnels du design montréalais :

- / Michel Dallaire, designer principal, Michel Dallaire Designer Inc. (2013)
- / Fabienne Münch, directrice, École de design de l'Université de Montréal (2015)

EXPOSITION MONTRÉAL MEETS GRAZ: J'ÉTAIS LÀ !

ACHETER / FAIRE CONNAÎTRE / FAIRE RAYONNER / ÉCHANGER / MOBILISER

Montréal était l'invitée d'honneur du Mois du design de Graz qui s'est déroulé en mai 2015 dans cette ville autrichienne qui partage, avec Montréal, le titre de Ville UNESCO de design. L'évènement a mis à l'avant-scène le talent des meilleurs créateurs de Graz, de Montréal et d'ailleurs dans le monde.

- / **50+** activités touchant toutes les disciplines du design ont été organisées
- / **75 000+** visites ont été comptabilisées

L'exposition Montréal meets Graz : J'étais là ! invitait le public à découvrir le talent de **40+ designers montréalais** à travers une sélection d'objets CODE SOUVENIR MONTRÉAL et à vivre des expériences immersives surprenantes en territoire montréalais.

En complément à l'exposition, une mission culturelle et commerciale de **10+ designers montréalais** fut organisée avec les participants suivants :

- _ Jonathan Dorthe, Atelier-D
- _ Guillaume Sasseville, Studio SSSVLL
- _ Lysanne Latulippe, String Theory
- _ Diane Parenteau, Couple d'idées
- _ Arto Dokouzian, Couple d'idées
- _ Louis-Philippe Pratte, À Hauteur d'homme
- _ Anne Thomas, Toma Objets, commissaire de l'exposition
- _ Pierre Laramée, consultant en design, commissaire de l'exposition
- _ Stéphane Pelichet, blogueur, Joli Joli Design
- _ Camille Desrosiers, blogueuse, Le Cahier
- _ Stéphanie Jecrois, Bureau du design

Cette tribune s'est avérée une occasion privilégiée pour les designers de :

- / faire rayonner et mettre en valeur leur talent et leur savoir-faire
- / d'échanger et de créer des relations d'affaires avec des designers internationaux et de favoriser le développement de nouveaux marchés

COMMERCE DESIGN INTERNATIONAL

ÉCHANGER / PROMOUVOIR / RECONNAÎTRE / TRANSFORMER / FAIRE RAYONNER

Le concept Commerce Design est fondé sur des principes universels (ex. : convaincre à l'aide d'exemples réussis) et il est donc facilement transposable dans d'autres villes.

En 2006, les retombées locales et internationales de cette initiative ont, entre autres, été reconnues par l'ONU-HABITAT avec le Prix international de Dubaï des meilleures pratiques pour l'amélioration du cadre de vie. Le succès de ce concept à Montréal a suscité des demandes de plusieurs villes auxquelles Montréal répond depuis 2002. Jusqu'à présent **14 villes**¹⁷ ont adapté le concept de Montréal et **13 licences** ont été consenties.

Ces transferts de compétences et ce travail de coopération ont fait naître un réseau international unique et de fructueux partenariats avec plusieurs villes dont les enjeux du commerce et du design sont similaires. Saint-Étienne a d'ailleurs été l'une des premières villes à reprendre le concept (2003).

Au cours des quatre dernières années :

- / ce concept a été implanté dans **3** autres villes
- / Montréal a accompagné l'adaptation du concept par sa participation comme membre de jury à **8** reprises
- / Montréal a présenté le concept original à l'invitation de **3** nouvelles villes

¹⁷ Voir la [figure 4](#), la [figure 5](#), la [figure 6](#) et l'[annexe 4](#).

PLAN D'ACTION POUR LES ANNÉES À VENIR

À l'exception d'une l'initiative locale issue de la stratégie en mode de la Ville de Montréal, les actions ici présentées sont extraites du *Plan d'action du Bureau du design 2016-2017* joint à l'[annexe 7](#).

Ce plan s'échelonne sur deux ans plutôt que quatre, car les budgets municipaux et les engagements du Gouvernement du Québec, principal partenaire de la Ville de Montréal dans la mise en œuvre de ce plan d'action, viennent à échéance en décembre 2017, suite à quoi ils sont appelés à être reconfirmés. Chaque nouveau budget offre une opportunité d'inscrire encore plus fortement le design de manière transversale dans les politiques municipales et provinciales.

La stratégie, les objectifs et priorités de Montréal, Ville UNESCO de design resteront cependant les mêmes soit :

- / soutenir la QUALITÉ, l'INNOVATION et la RELÈVE
- / positionner Montréal comme :
 - _ **ville exemplaire**, en stimulant la qualité en design sur tout le territoire
 - _ **ville laboratoire**, en accueillant l'innovation et la créativité sur notre territoire
 - _ **ville d'entrepreneurs**, en favorisant l'émergence et le succès des designers de la relève

INITIATIVES AU PLAN LOCAL

Montréal entend poursuivre les efforts soutenus des dernières années pour :

Ouvrir la commande municipale aux designers, et en particulier aux professionnels de la relève

Par les achats, concours, appels d'offres ou contrats de gré à gré municipaux, le bureau du design accompagnera et financera l'intégration du design en amont des projets municipaux et ce en priorisant :

- / les projets accessibles aux professionnels de la relève ayant moins de 10 ans de pratique
- / les projets atypiques, c'est-à-dire ceux pour lesquels une culture de la qualité en design, bien qu'importante, n'est pas encore établie
- / les projets propices à la prise de risque, à l'expérimentation, pouvant servir de laboratoire, pilote ou bancs d'essai pour l'innovation et la créativité :
 - _ aménagements transitoires (ex. : design de chantiers)
 - _ aménagements saisonniers (ex. : piétonisation/partage des rues)
 - _ aménagements temporaires, éphémères ou événementiels (ex. : commerces pop up)

Sensibiliser le public à la qualité en design et en architecture

Fort du succès de l'expérience pilote conduite en 2014-2015, Montréal relancera avec l'appui du ministère de la Culture, le programme de sensibilisation au design et à l'architecture au sein du Réseau des bibliothèques de Montréal. Ce programme, doté d'un fond majoré à **100 000 \$**, soutiendra l'organisation et la tenue d'activités éducatives, pouvant prendre la forme de conférences, d'ateliers-causeries ou d'exercices de cocréation favorisant la rencontre entre les Montréalais de tous âges et les professionnels du design.

Faciliter l'émergence de modèles d'affaires innovants dans les secteurs de la mode et du design

Montréal mettra en place un programme d'accompagnement sur mesure pour les jeunes entreprises de mode et de design afin de stimuler la relève, de favoriser les collaborations innovantes avec des acteurs non traditionnels (Tech, Web, Gestion) et de renouveler l'écosystème en rendant possible l'émergence de nouveaux modèles d'affaires pérennes dans ces créneaux à forte valeur ajoutée.

INITIATIVES AU PLAN INTERNATIONAL

Montréal entend célébrer, en 2016, son appartenance depuis 10 ans au Réseau des villes créatives de l'UNESCO, et en 2017, son triple anniversaire (375^e anniversaire de la fondation de la ville + 150^e anniversaire de la confédération canadienne + 50^e anniversaire d'expo67). Ces célébrations se traduiront par des activités structurantes conviant la communauté internationale du design et le Réseau des villes créatives de l'UNESCO à une réflexion collective, théorique et pratique, sur le rôle stratégique du design dans le développement urbain durable des villes.

Concours international de design + Laboratoire urbain des Villes créatives de l'UNESCO | Montréal 2017

La Ville de Montréal prépare une activité majeure qui interpellera l'innovation en design au sein du Réseau des Villes créatives de l'UNESCO.

50 ans plus tard, en guise de clin d'œil à Expo67, Montréal « terre d'accueil », célébrera à nouveau sur son territoire la créativité mondiale en design.

La relève en design du Réseau des villes créatives de l'UNESCO sera invitée à proposer des concepts novateurs pour permettre aux citoyens de mieux vivre [ensemble] en ville et d'enrichir leur(s) expérience(s) urbaine(s), individuelle(s) et collective(s).

Pour ce faire :

- / un **concours international de design** sera lancé par Montréal, en septembre 2016, à l'occasion de la Réunion générale annuelle d'Östersund
- / à l'issue de ce concours, Montréal offrira son territoire comme **banc d'essai** aux concepts lauréats qui composeront un **espace public laboratoire** ouvert à tous, le temps d'une saison, dans le cadre des festivités 2017

Promouvoir l'adhésion de villes canadiennes au Réseau des villes créatives de l'UNESCO

Montréal est encore la seule ville canadienne membre du Réseau des villes créatives de l'UNESCO. 10 ans après son adhésion comme Ville UNESCO de design, à la lumière du chemin parcouru depuis 2006 et des retombées tangibles impressionnantes engendrées par cette plateforme inédite de coopération internationale, Montréal est convaincue et souhaite convaincre. Pleinement solidaire des valeurs qui animent l'UNESCO et de la mission de ce programme, Montréal, exercera son leadership au sein du Canada pour stimuler, au cours des prochaines années, la mise en candidature de villes créatives canadiennes.



BUDGET ANNUEL ESTIMÉ POUR LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'ACTION 2016-2017

- 600 000 \$ Ville de Montréal, Service du développement économique
- + 500 000 \$ Secrétariat à la région métropolitaine (Gouvernement du Québec)
- + 400 000 \$ ministère de la Culture (Gouvernement du Québec)
- = **1,5 M\$** / année

PLAN DE COMMUNICATION ET DE SENSIBILISATION

Depuis 25 ans, le travail du Bureau du design de la Ville de Montréal en est un de développement sectoriel au moyen des communications.

Le travail de promotion et de sensibilisation des publics est au cœur de toutes les initiatives (ex. : Commerce Design Montréal, Portes Ouvertes Design Montréal, auditions publiques des finalistes de concours devant jurys, CODE Souvenir Montréal, etc.) auquel est consacré au moins 1/3 du budget global annuel.

Le plan d'action 2016-2017 du Bureau du design de la Ville de Montréal, joint à l'[annexe 7](#), illustre l'importance de la diffusion comme accélérateur pour l'atteinte des objectifs poursuivis.



MONTRÉAL
VILLE UNESCO
DE DESIGN

ÉQUIPE DE PRODUCTION - VILLE DE MONTRÉAL

BUREAU DU DESIGN

Marie-Josée Lacroix,
Commissaire au design et chef d'équipe,
Bureau du design, Ville de Montréal

BUREAU DES RELATIONS INTERNATIONALES

Stéphanie Jecrois,
Conseillère en relations internationales,
Bureau des relations internationales,
Direction générale, Ville de Montréal

COORDINATION

Valérie Gravel

CRÉDITS

Conception graphique : Fig. communication
Figures 1-6 : FEED

The background is a solid red color. It features several vertical, rounded rectangular bars of varying heights and widths. Some bars are solid red, while others are white with a red outline. The bars are arranged in a way that creates a sense of depth and movement. The text 'FIGURES ET ANNEXES' is positioned in the lower-left quadrant of the page.

FIGURES
ET ANNEXES

FIGURE 1 PROMOTION ET DIFFUSION / LIGNE DU TEMPS

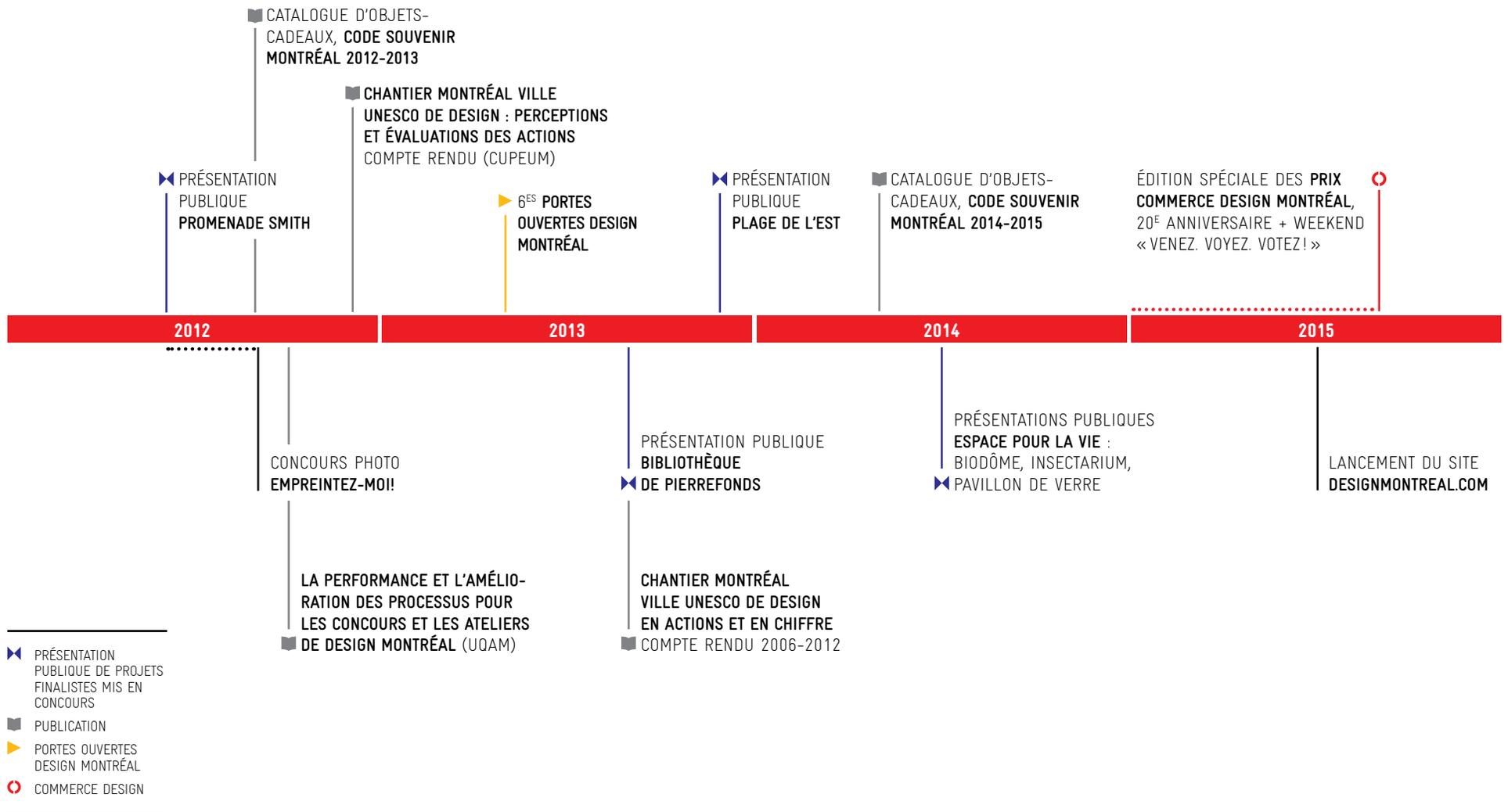


FIGURE 2 CONCOURS ET ATELIERS / LIGNE DU TEMPS

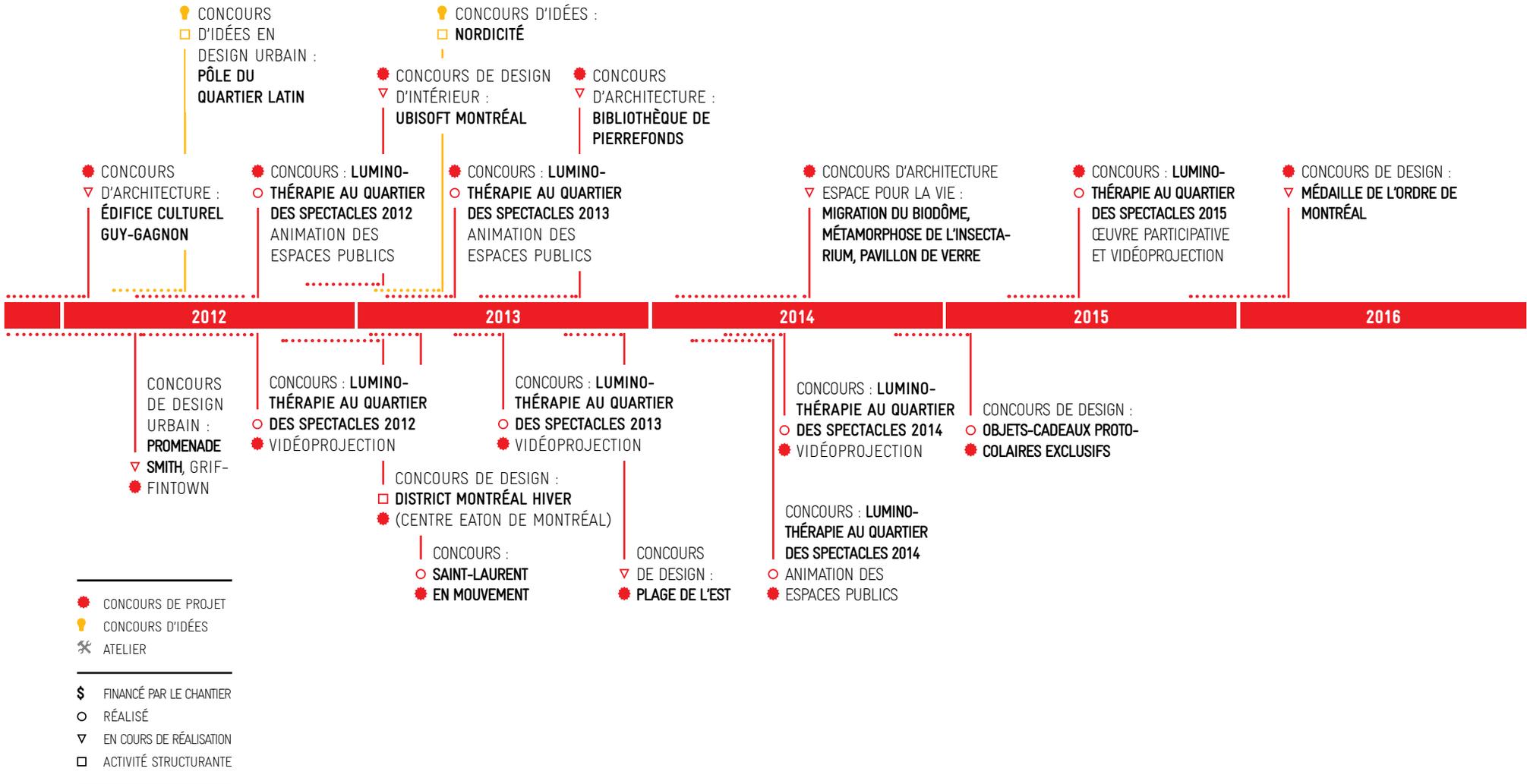
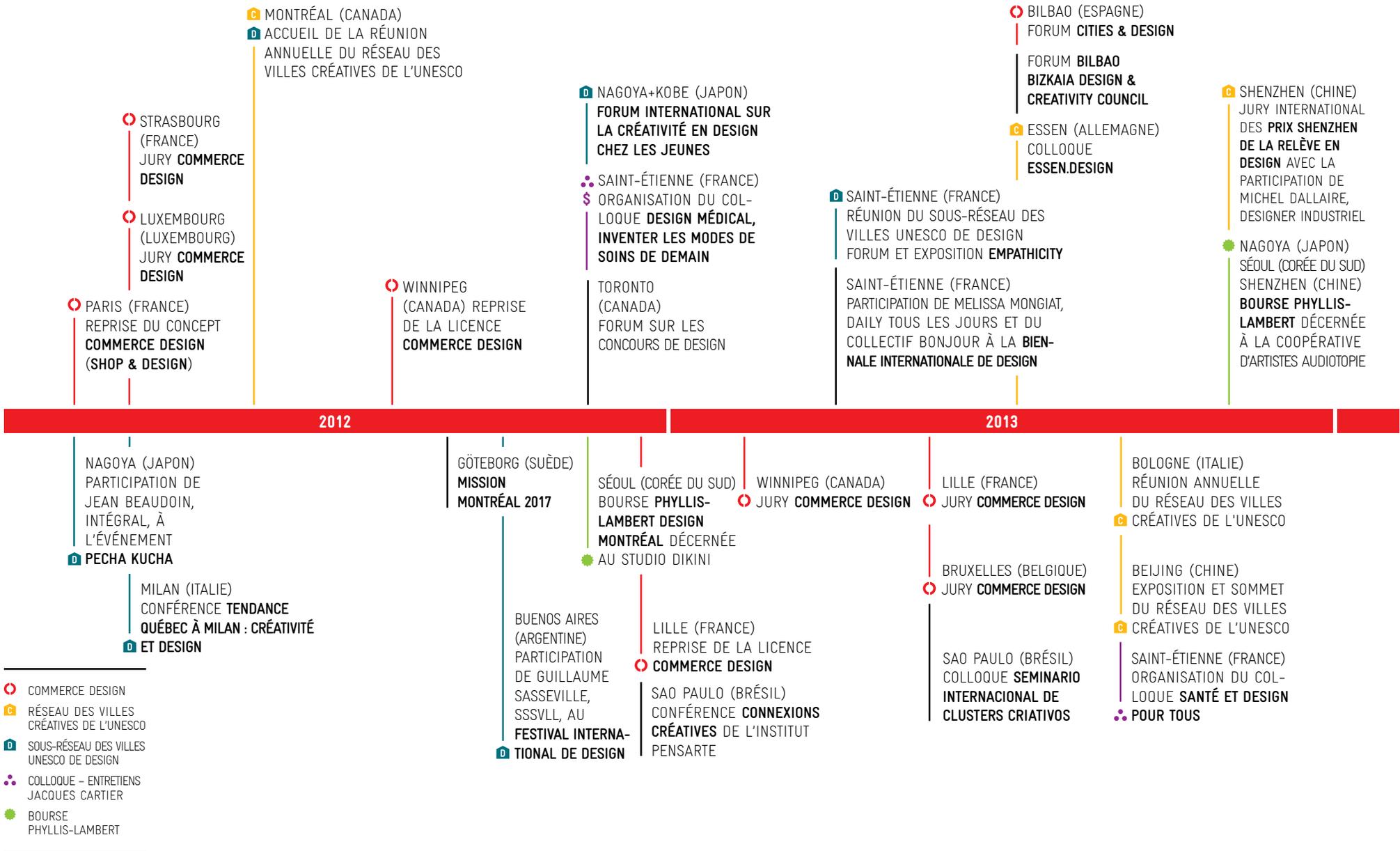
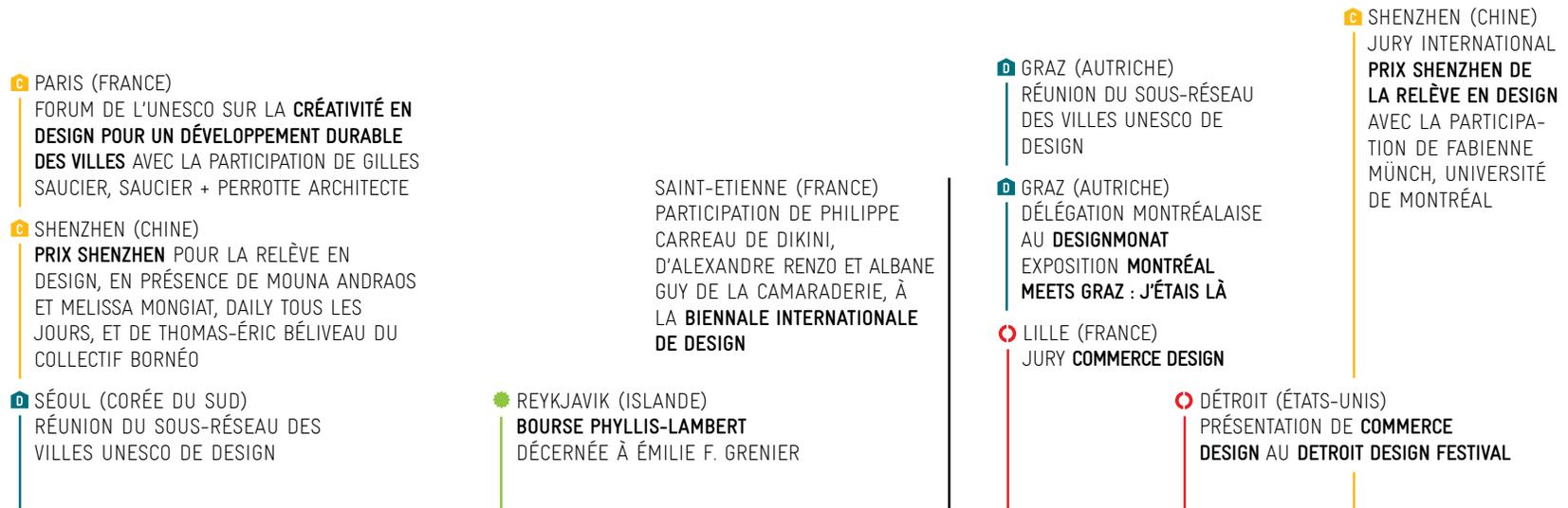


FIGURE 4 MISE EN RÉSEAU INTERNATIONAL / LIGNE DU TEMPS *



* Sauf lorsque mentionné, il s'agit d'une participation d'un représentant de la Ville de Montréal

FIGURE 4 MISE EN RÉSEAU INTERNATIONAL (SUITE) / LIGNE DU TEMPS *



- CD** COMMERCE DESIGN
- C** RÉSEAU DES VILLES CRÉATIVES DE L'UNESCO
- D** SOUS-RÉSEAU DES VILLES UNESCO DE DESIGN
- P** COLLOQUE - ENTRETIENS JACQUES CARTIER
- P** BOURSE PHYLLIS-LAMBERT

* Sauf lorsque mentionné, il s'agit d'une participation d'un représentant de la Ville de Montréal

FIGURE 5 LIGNES DE COOPÉRATION INTERNATIONALE

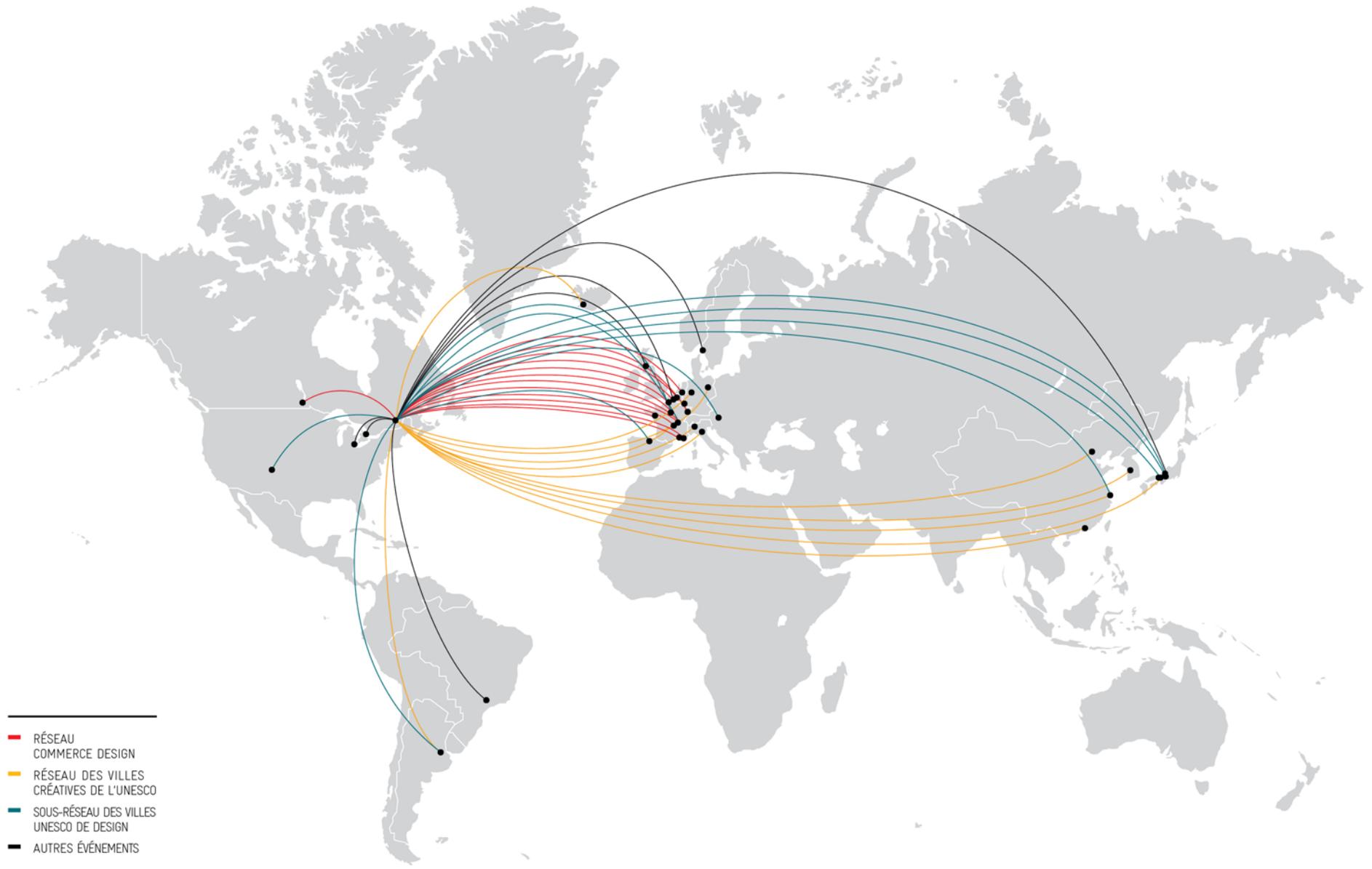
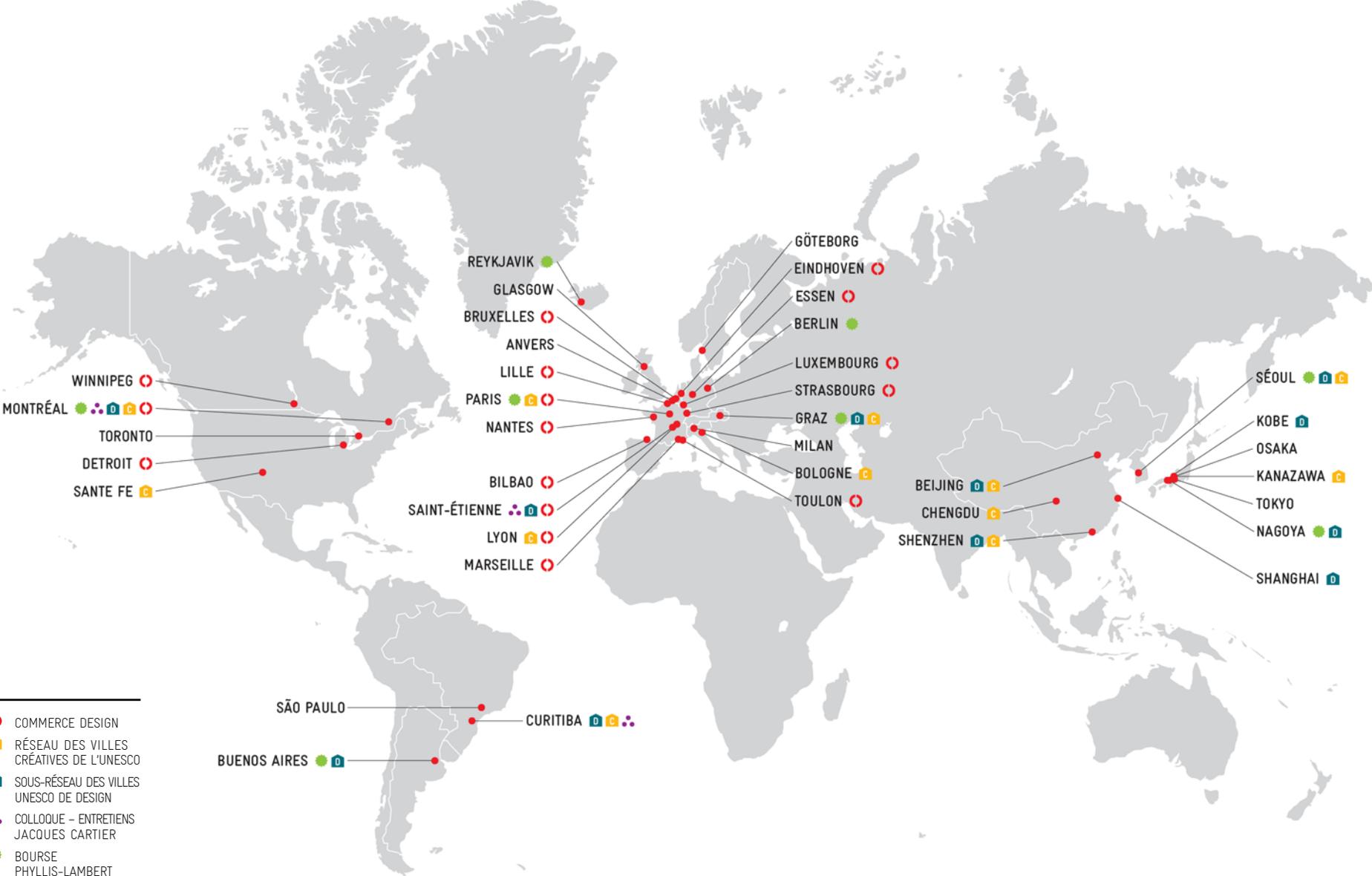


FIGURE 6 MISE EN RÉSEAU INTERNATIONAL



CONCOURS DE DESIGN ET D'ARCHITECTURE QUI ONT FAIT L'OBJET DE PRÉSENTATIONS PUBLIQUES DE FINALISTES DEVANT JURY DEPUIS LA DÉSIGNATION :

- / Concours d'architecture : Centre culturel de Notre-Dame-de-Grâce (octobre 2010) – 50 personnes
- / Concours de design urbain : Réaménagement du secteur Namur – Jean-Talon Ouest (septembre 2011) – 174 personnes
- / Concours d'architecture : Centre de soccer de Montréal (décembre 2011) – 154 personnes
- / Concours de design urbain : Promenade Smith (avril 2012) – 274 personnes
- / Concours d'architecture : Bibliothèque de Pierrefonds (septembre 2013) – 100 personnes
- / Concours de design : Plage de l'Est (décembre 2013) – 138 personnes
- / Concours Espace pour la vie : Métamorphose de l'Insectarium (juillet 2014) – 226 personnes
- / Concours Espace pour la vie : Migration du Biodôme (juillet 2014) – 224 personnes
- / Concours Espace pour la vie : Pavillon de verre (juillet 2014) – 206 personnes

PROFIL DES VISITEURS AUX PORTES OUVERTES DESIGN MONTRÉAL

/ SEXE

42 % homme
56 % femme
2 % ne répond pas

/ ÂGE

| | |
|---------------------|--------------------|
| 1 % moins de 18 ans | 11 % 45-54 ans |
| 24 % 18-24 ans | 9 % 55-64 ans |
| 34 % 25-34 ans | 5 % 65 ans et plus |
| 14 % 35-44 ans | 3 % ne répond pas |

/ REVENU FAMILIAL

| | |
|-------------------------|---------------------------|
| 20 % moins de 25000 \$ | 8 % 100000 \$ à 149999 \$ |
| 18 % 25000\$ à 49999 \$ | 5 % 150000 \$ et plus |
| 16 % 50000\$ à 74999 \$ | 23 % ne répond pas |
| 10 % 75000\$ à 99999 \$ | |

/ OCCUPATION

34 % travailleurs reliés au design
22 % étudiants dans un domaine relié au design
46 % autres professionnels ou étudiants non reliés au design

ACCUEIL DE DESIGNERS DE L'ÉTRANGER

- / Accueil de **Eriko Esaka**, director global communications, International Design Center of Nagoya dans le cadre des activités d'ICSID (International Council of Societies of Industrial Design) et d'Icograda (novembre 2013)
- / Accueil d'une délégation de Shenzhen dans le cadre des activités en design du mois de mai (2014) :
 - _ **Qiu Zihao**, designer de mode
 - _ **Ren Sisi**, designer graphique
 - _ **Wang Xiaoming**, directrice du Shenzhen Creative Culture Centre
 - _ **Jade Chen**, Shenzhen, chargée de projets, Shenzhen Creative Culture Centre
 - _ **Lin Hang**, journaliste
 - _ **Yu Bing**, journaliste
- / Accueil de **Ruri Takahashi**, stagiaire en design de Nagoya Ville UNESCO de design (septembre 2014)
- / Accueil d'une délégation de Graz, Ville UNESCO de design en prévision de la participation de Montréal au *Designmonat* 2015 (octobre 2014)
 - _ **Mirella Baerenthaler**, Creative Styria Industries
 - _ **Markus Pernthaler**, architecte
 - _ **Thomas Zenz**
 - _ **Stefan Schwar**
 - _ **Karl Stocker**, Université FH JOANNEUM
 - _ **Erika Thümmel**, Université FH JOANNEUM
- / Accueil d'une délégation de Kobe, Ville UNESCO de design (novembre 2014)
 - _ **Toshiyuki Naito**, Head of City Tax Office, City of Kobe
 - _ **Junko Uoyama**, Clerk of Ward Administration Division, City of Kobe
 - _ **Ayako Shinagawa**, interprète
- / Accueil d'une délégation de Shenzhen dans le cadre de l'organisation du festival Montréal en lumière 2016, où Shenzhen sera la ville à l'honneur (octobre 2015)
 - _ **Chai Fengchun**, Deputy Director of Administration of Culture, Sports & Tourism of Shenzhen (ACSTSZ)
 - _ **Ding Zhongyuan**, Director of Division for External Cultural Exchange of Administration of Culture, Sports & Tourism of Shenzhen (ACSTSZ)
 - _ **Liao Zibin**, Director of External Publicity Department and the Promotion Office of Shenzhen
 - _ **Xu Ting**, Secretary-General, Shenzhen City of Design Promotion Association

ANNEXE 4



CONCEPT COMMERCE DESIGN EXPORTÉ À TRAVERS LE MONDE

- _ Trois-Rivières, Canada (2002)
- _ Saint-Étienne, France (2003)
- _ Lyon, France (2003)
- _ New York (Times Square), États-Unis (2003)
- _ Marseille, France (2007)
- _ Bruxelles, Belgique (2008)
- _ Nantes, France (2009)
- _ Eindhoven, Pays-Bas (2009)
- _ Luxembourg, Luxembourg (2009)
- _ Toulon, France (2009)
- _ Strasbourg, France (2011)
- _ Lille, France (2012)
- _ Paris, France : concept repris, sans licence (2012)
- _ Winnipeg, Canada (2013)

PARTICIPATION EN TANT QUE MEMBRE DE JURY À L'INTERNATIONAL (2012 À 2015)

- _ Strasbourg, France (2012)
- _ Luxembourg, Luxembourg (2012)
- _ Winnipeg, Canada (2013)
- _ Bruxelles, Belgique (2013)
- _ Lille, France (2013)
- _ Winnipeg, Canada (2014)
- _ Luxembourg, Luxembourg (2014)
- _ Lille, France (2015)

PRÉSENTATION DU CONCEPT À L'INTERNATIONAL (2012 À 2015)

- _ Essen (Allemagne) lors du colloque Essen.Design (2013)
- _ Bilbao (Espagne) lors du Forum Bilbao Bizkaia design & creativity council (2013)
- _ Détroit (États-Unis), lors du Detroit Design Festival (2015)

ANNEXE 5



PORTRAIT STATISTIQUE DES INDUSTRIES CRÉATIVES À MONTRÉAL

Service du développement économique de la Ville de Montréal (janvier 2016)

4 pages suivantes

PORTRAIT STATISTIQUE DES INDUSTRIES CRÉATIVES À MONTRÉAL

Un pôle important de l'économie montréalaise

Les industries créatives génèrent une importante activité économique dans la région métropolitaine de Montréal¹, qui se traduit en **91 500 emplois directs**, représentant **5 % de l'emploi total** de la région.

Des retombées économiques significatives

Les retombées économiques des industries créatives sont évaluées à **8,6 milliards \$** canadiens dans la région métropolitaine de Montréal en 2012, dont **5,8 milliards \$ en retombées directes**.

Les industries créatives génèrent un **produit intérieur brut** équivalant à **4,9 % du PIB** de la région de Montréal.

En plus des **91 500 emplois directs** soutenus par l'économie créative, **36 000 emplois indirects** sont générés auprès de fournisseurs.

Les industries créatives contribuent à verser plus de **782 millions \$ en revenus fiscaux** dans les coffres des gouvernements du Québec et du Canada (répartis en 489 millions \$ à l'échelle provinciale, et 293 millions \$ au niveau fédéral). À cela s'ajoutent **789 millions \$ de revenus parafiscaux**, dont 651 millions \$ pour le Québec et 138 millions \$ pour le Canada.

Un marché du travail dynamique

Les emplois directs se répartissent dans les sous-secteurs suivants en 2012 :

| | |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| Médias | 26 000 emplois (28,4 %) |
| Arts | 24 400 emplois (26,7 %) |
| Architecture et design | 17 900 emplois (19,6 %) |
| Publicité | 12 300 emplois (13,4 %) |
| Multimédia (logiciels et jeux vidéo) | 10 900 emplois (11,9 %) |
| TOTAL | 91 500 emplois (100 %) |

Des industries largement soutenues par des travailleurs autonomes

Une **proportion significative de travailleurs autonomes** caractérise les industries créatives montréalaises. En effet, ceux-ci comptent pour **plus de 25 %** des emplois totaux de ces industries, comparativement à 11 % pour la totalité des travailleurs de la région.

Les entreprises de petite taille sont dominantes

Les industries créatives se distinguent des autres secteurs d'industrie par la part importante de très petites entreprises. Plus de **65 % des entreprises** comptent effectivement **moins de 5 employés**, soit une part supérieure à l'ensemble des industries montréalaises. À titre d'exemple, 77 % des entreprises du secteur des arts comptent de 1 à 4 employés, alors que cette proportion est de 70 % en architecture et design, 61 % en publicité et 60 % dans les médias. Le secteur du multimédia se distingue pour sa part avec une importante proportion d'entreprises de plus grande taille (100 employés et plus), mais avec peu d'entreprises de très petite taille.

¹ La région géographique étudiée est la région métropolitaine de Montréal, également désignée par l'expression « région métropolitaine de recensement » (RMR) de Montréal. Ce vaste territoire est habité par 3,6 millions de personnes et compte pour la moitié du PIB du Québec.

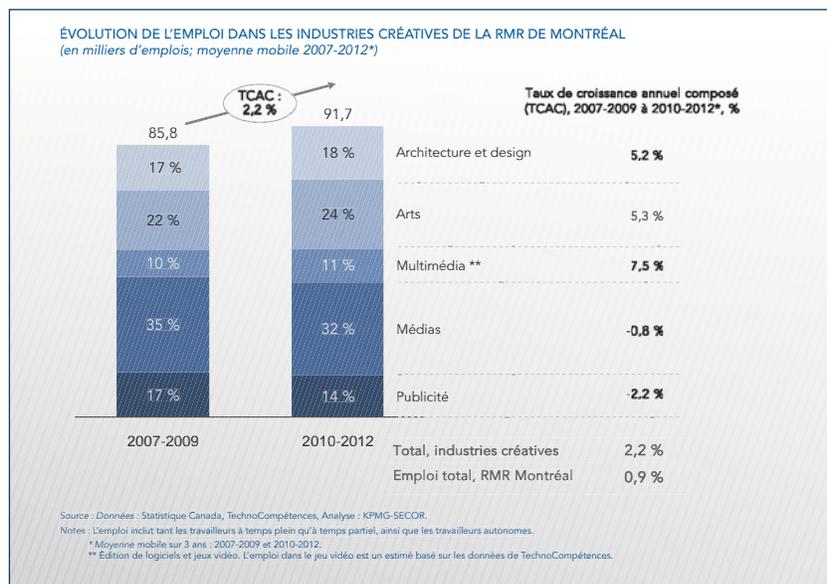
PORTRAIT STATISTIQUE DES INDUSTRIES CRÉATIVES À MONTRÉAL

Montréal, chef de file au Québec et au Canada

C'est à Montréal que se concentre 70 % de l'emploi dans les industries créatives au Québec. La place de Montréal à l'échelle du Canada est aussi particulièrement enviable, alors que la concentration des emplois en créativité y est 50 % plus importante que dans l'ensemble du pays.

Une croissance de l'emploi deux fois supérieure à l'ensemble

Les industries créatives participent activement à la croissance économique de la région de Montréal. Sur la période 2007-2009 à 2010-2012, le **taux de croissance annuel de l'emploi est évalué à 2,2 %**, soit une progression deux fois plus grande à l'ensemble de l'emploi. Par le fait même, la part de ce secteur dans le marché montréalais de l'emploi a gagné en importance.



Tiré du document *Les industries créatives : catalyseurs de richesse et de rayonnement pour la métropole*,
Chambre de commerce du Montréal métropolitain, novembre 2013.

Montréal, parmi le top 10 des villes créatives en Amérique du Nord

Montréal fait partie des villes les plus créatives d'Amérique du Nord. Elle se situe en effet en **7^e position sur 21 villes** quant à la **concentration d'emplois** reliés aux industries créatives au sein de son économie, et au **9^e rang** pour le **nombre d'emplois** recensés dans les industries créatives.

Les villes de Seattle et Los Angeles figurent en tête de classement pour la concentration d'emplois créatifs, alors que San Francisco, New York, Toronto et Vancouver suivent, dans l'ordre, du 3^e au 6^e rang.

Montréal se distingue cependant pour la concentration de l'emploi dans les sous-secteurs des **arts** (musique, arts de la scène, arts visuels et numériques), ainsi que dans celui de **l'architecture et design**, où elle se classe au **4^e rang**. Elle se démarque également dans le sous-secteur du film, vidéo, radiodiffusion et télédiffusion, se positionnant au **5^e rang** en Amérique du Nord.

INTENSITÉ DES INDUSTRIES CRÉATIVES, SÉLECTION DE GRANDES MÉTROPOLIS NORD-AMÉRICAINES
(nombre d'emplois dans les industries créatives en % de l'emploi total; 2012 ou dernière année disponible)

| MÉTROPOLIS | EMPLOIS DES INDUSTRIES CRÉATIVES EN % DE L'EMPLOI TOTAL |
|--------------------|---|
| 1- Seattle | 4,9 % |
| 2- Los Angeles | 4,9 % |
| 3- San Francisco | 3,9 % |
| 4- New-York | 3,9 % |
| 5- Toronto | 3,8 % |
| 6- Vancouver | 3,5 % |
| 7- Montréal | 3,5 % |
| 8- Boston | 2,9 % |
| 9- Atlanta | 2,6 % |
| 10- Nashville | 2,6 % |
| 11- Minneapolis | 2,4 % |
| 12- Denver | 2,4 % |
| 13- Portland | 2,3 % |
| 14- Washington | 2,2 % |
| 15- Chicago | 2,1 % |
| 16- San Diego | 2,0 % |
| 17- Miami-Fort | 2,0 % |
| 18- Dallas | 1,9 % |
| 19- St. Louis | 1,6 % |
| 20- Houston | 1,0 % |
| 21- Riverside | 0,7 % |

Source : US Bureau of Labor Statistics (BLS), Statistique Canada.
*Certaines données de sous-secteurs sont manquantes ou estimées.

Tiré du document *Les industries créatives : catalyseurs de richesse et de rayonnement pour la métropole*, Chambre de commerce du Montréal métropolitain, novembre 2013.

INTENSITÉ DES INDUSTRIES CRÉATIVES, SÉLECTION DE GRANDES MÉTROPOLIS EUROPÉENNES ET MONTRÉAL
(nombre d'emplois dans les industries créatives en % de l'emploi total; 2011 ou dernière année disponible)

| MÉTROPOLIS | EMPLOIS DES INDUSTRIES CRÉATIVES EN % DE L'EMPLOI TOTAL | RANG |
|-------------------------|---|----------|
| Londres (Inner & Outer) | 6,6 % | 1 |
| Helsinki | 6,4 % | 2 |
| Madrid | 4,5 % | 3 |
| Montréal (RMR) | 4,2 % | 4 |
| Amsterdam | 4,1 % | 5 |
| Oslo | 4,0 % | 6 |
| Île de France (Paris) | 3,8 % | 7 |
| Stockholm | 3,5 % | 8 |
| Lazio (Rome) | 3,2 % | 9 |
| Catalogne (Barcelone) | 2,9 % | 10 |
| Lombardie (Milan) | 2,8 % | 11 |
| Berlin | 2,7 % | 12 |

Source : European Cluster Observatory, Statistique Canada.

*Dernière année disponible 2011 : Montréal, Berlin, Budapest. 2010 : Helsinki, Oslo, Stockholm. 2009 : Milan, Rome. 2008 : Madrid, Barcelone. 2005 : Londres, Amsterdam.

**Pour fins de comparaisons avec les métropoles européennes, les travailleurs autonomes sont exclus.

Tiré du document *Les industries créatives : catalyseurs de richesse et de rayonnement pour la métropole*, Chambre de commerce du Montréal métropolitain, novembre 2013.

Une comparaison à l'échelle des grandes villes européennes

Montréal se compare avantageusement à plusieurs grandes villes de l'Europe. Sur 12 régions métropolitaines analysées, elle se classe au 4^e rang pour la concentration des emplois créatifs sur son territoire. Au trois premiers rangs apparaissent dans l'ordre, Londres, Helsinki et Madrid.

Montréal se positionne également favorablement dans certains sous-secteurs. À titre d'exemple, en comparaison aux villes européennes analysées, la métropole québécoise démontre des concentrations d'emplois significatifs dans la création artistique et littéraire, de même que dans le film, vidéo, radiodiffusion et télédiffusion, ainsi qu'en édition et impression.

Une brève définition

La définition des **industries créatives** utilisée dans ce portrait s'inspire fortement de celle développée par le Royaume-Uni en 1998. Elle fut adoptée par plusieurs autres pays ou régions à travers le monde et a tendance à émerger comme le standard international :

« Des industries qui trouvent leur origine dans la créativité, les compétences et le talent d'une personne et qui ont un fort potentiel de croissance et d'emploi à travers la production et l'exploitation de la propriété intellectuelle (UK Department for Culture, Media & Sport; 1998). »

Les **industries créatives** sont composées des cinq sous-secteurs suivants :

- **L'architecture et le design**, ce qui inclut les architectes, les architectes paysagers, les designers intérieurs, les designers industriels et les designers graphiques;
- **Les arts**, soit les arts de la scène (danse, théâtre, cirque, etc.), les arts visuels (peinture, sculpture, dessin, art numérique, etc.), les arts numériques et la musique;
- **Le multimédia**, ce qui comprend notamment les jeux vidéo et la conception d'environnements multimédias;
- **Les médias**, ce qui comprend la production audiovisuelle (film, télévision, vidéo) et l'édition (livres et journaux);
- **La mode**, soit le design de mode et la conception des collections qui en découlent;
- **La publicité**.

Source de l'information :

Les industries créatives : catalyseurs de richesse et de rayonnement pour la métropole, Chambre de commerce du Montréal métropolitain, Montréal, novembre 2013, 70 pages.

ANNEXE 6



PORTRAIT STATISTIQUE DE LA CULTURE À MONTRÉAL

Service du développement économique de la Ville de Montréal (janvier 2016)

5 pages suivantes

PORTRAIT STATISTIQUE DE LA CULTURE À MONTRÉAL

La culture au sein de l'économie montréalaise

L'activité économique générée par le secteur de la culture dans la région métropolitaine de Montréal¹ se traduit en **82 700 emplois directs**, représentant **4 % de l'emploi total** de la région.

Le secteur de la culture se compare avantageusement à certains créneaux de l'économie montréalaise quant à l'emploi généré. On y compte plus du double des emplois recensés en aérospatiale ou en sciences de la vie, deux grappes industrielles qui contribuent au rayonnement économique de Montréal.

Montréal est au coeur de la culture française en Amérique du Nord et plus particulièrement au Québec. En effet, 70 % de l'emploi culturel du Québec est concentré dans la région métropolitaine de Montréal.

Un marché du travail diversifié

Les emplois directs se répartissent dans les sous-secteurs suivants en 2012-2014 :

| | Nombre d'emplois | Part |
|--|------------------|----------------|
| Industries du film et de la vidéo | 13 300 | 16 % |
| Services spécialisés de design | 12 233 | 15 % |
| Artistes, auteurs et interprètes indépendants | 11 233 | 14 % |
| Radiotélévision | 9 333 | 11 % |
| Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres | 8 000 | 10 % |
| Jeux interactifs | 7 008 | 8 % |
| Compagnies d'arts d'interprétation | 6 533 | 8 % |
| Magasins de livres, de périodiques et d'articles de musique | 4 000 | 5 % |
| Autres services d'information | 3 833 | 5 % |
| Établissements du patrimoine | 3 200 | 4 % |
| Promoteurs (diffuseurs) d'événements artistiques et sportifs | 1 867 | 2 % |
| Industries de l'enregistrement sonore | 1 300 | 2 % |
| Agents et représentants d'artistes, d'athlètes et autres personnalités | 900 | 1 % |
| TOTAL | 82 740 | (100 %) |

Source : *La culture à Montréal - Chiffres, tendances et pratiques innovantes*, Chambre de commerce du Montréal métropolitain.

¹ La région géographique étudiée est la région métropolitaine de Montréal, également désignée par l'expression « région métropolitaine de recensement » (RMR) de Montréal. Ce vaste territoire est habité par 3,6 millions de personnes et compte pour la moitié du PIB du Québec.

PORTRAIT STATISTIQUE DE LA CULTURE À MONTRÉAL

Les travailleurs de la culture disposent de revenus un peu sous la moyenne régionale

Le revenu moyen des travailleurs de l'industrie culturelle est de 7 % inférieur à celui de l'ensemble des travailleurs de la région montréalaise. En 2013, un travailleur du secteur de la culture pouvait en effet compter sur un revenu de 43 500 \$, comparativement à 46 800 \$ pour un travailleur montréalais, toutes industries confondues.

Une proportion significative de travailleurs autonomes

Près d'un travailleur du secteur culturel sur quatre oeuvre à son propre compte (24 %), soit plus du double de la proportion observée pour l'ensemble des travailleurs montréalais (11 %). Les travailleurs autonomes sont particulièrement présents au sein du sous-secteur des artistes, auteurs et interprètes (78 %), dans les services spécialisés de design (54 %) et dans l'industrie de l'enregistrement sonore (49 %).

Une croissance de l'emploi légèrement supérieure à l'ensemble des industries

Le nombre d'emploi du secteur de la culture a enregistré un taux de croissance annuel composé (TCAC) de 4,7 % entre 2003 et 2008 et de 1,4 % entre 2008 et 2013. Un ralentissement de la croissance affecte donc le secteur actuellement, cependant il demeure supérieur au taux de croissance observé pour l'ensemble de l'économie montréalaise pour ces deux intervalles. Ce dernier était évalué à 1,4 % sur la période 2003-2008 et à 1,0 % entre 2008 et 2013.

La culture accapare une part de plus en plus importante de l'emploi à Montréal

En 1998, les 46 810 emplois recensés en culture représentaient 2,9 % de l'emploi dans l'ensemble des industries de la région métropolitaine de Montréal. Cette part a continuellement progressé depuis, passant à 3,4 % des emplois totaux en 2003, à 4,0 % en 2008 et à 4,1 % en 2013.

Près de 553 millions \$ investis en culture à Montréal par l'administration publique du Québec en 2013-2014

Les dépenses en culture de l'administration publique québécoise s'élèvent à près de 553 millions \$ dans la région administrative de Montréal en 2013-2014, en hausse de 1,1 % par rapport à 2012-2013. Sur une plus longue période, soit depuis 2009-2010, elles sont par contre en repli de 7,1 %.

Un dollar sur cinq est investi dans les bibliothèques

En 2013-2014, ce sont les bibliothèques qui ont profité des plus importantes dépenses publiques québécoises en matière de culture. Avec une somme dépassant légèrement les 121 millions \$, le poste des bibliothèques recevait ainsi 22 % du budget total pour la culture. Au second rang des dépenses, figurent les secteurs des arts de la scène et du patrimoine, institutions muséales et archives, se partageant chacun 96 millions \$.

Dépenses de l'administration publique québécoise au titre de la culture selon la catégorie de dépenses, région administrative de Montréal, 2009-2010 à 2013-2014

| | (en milliers \$) | | | | | Variation 2013-2014/ 2009-2010 % |
|--------------------------------|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|---|
| | 2009-2010 | 2010-2011 | 2011-2012 | 2012-2013 | 2013-2014 | |
| Dépenses internes ¹ | 251 658,1 | 271 216,8 | 253 712,8 | 194 654,3 | 198 313,2 | -21,2 |
| Fonctionnement | 188 268,6 | 176 920,0 | 176 518,4 | 165 136,2 | 168 560,1 | -10,5 |
| Investissement | 63 389,6 | 94 296,8 | 77 194,4 | 29 518,1 | 29 753,1 | -53,1 |
| Dépenses externes ² | 343 170,7 | 327 802,4 | 349 438,8 | 351 915,3 | 354 490,1 | 3,3 |
| Fonctionnement | 237 748,8 | 221 338,3 | 233 034,7 | 219 259,8 | 207 791,4 | -12,6 |
| Investissement | 105 421,9 | 106 464,1 | 116 404,1 | 132 655,5 | 146 698,7 | 39,2 |
| Dépenses totales | 594 828,8 | 599 019,1 | 603 151,7 | 546 569,7 | 552 803,3 | -7,1 |

Source: Observatoire de la culture et des communications du Québec.

¹ Comprend les dépenses relatives aux salaires et aux traitements du personnel de l'administration publique québécoise, les dépenses reliées aux achats de biens et de services, de même que les dépenses faites par l'administration publique québécoise pour l'achat de terrains, de machines, de matériel ou d'immeubles, ou pour la construction de ces derniers.

² Comprend les sommes versées (subventions) par l'administration publique québécoise aux organismes ou groupements divers pour le fonctionnement de leurs activités, ou pour l'achat ou la restauration d'édifices, de terrains ou d'autres biens d'investissement.

Dépenses de l'administration publique québécoise au titre de la culture selon le domaine et le secteur d'activité, région administrative de Montréal, 2009-2010 à 2013-2014

| | (en milliers \$) | | | | | Variation 2013-2014/ 2009-2010 % |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|---|
| | 2009-2010 | 2010-2011 | 2011-2012 | 2012-2013 | 2013-2014 | |
| Arts visuels, métiers d'art et arts médiatiques | 14 456,8 | 14 147,4 | 15 158,7 | 15 230,2 | 17 657,1 | 22,1 |
| Arts visuels | 7 059,7 | 6 252,5 | 7 015,8 | 7 013,8 | 8 411,6 | 19,1 |
| Métiers d'art | 2 815,5 | 2 945,6 | 3 176,5 | 2 728,8 | 2 887,1 | 2,5 |
| Arts médiatiques | 4 581,6 | 4 949,3 | 4 966,3 | 5 487,5 | 6 358,4 | 38,8 |
| Arts de la scène | 94 617,8 | 81 265,2 | 90 591,4 | 90 821,0 | 96 082,4 | 1,5 |
| Théâtre | 28 702,0 | 25 751,1 | 27 432,0 | 22 654,5 | 27 660,5 | -3,6 |
| Musique et opéra | 35 922,1 | 29 053,0 | 30 382,9 | 27 212,2 | 24 801,9 | -31,0 |
| Danse | 14 721,3 | 13 516,3 | 14 633,4 | 18 850,4 | 18 056,0 | 22,7 |
| Variétés | 15 272,5 | 12 944,8 | 18 143,1 | 22 103,9 | 25 564,0 | 67,4 |
| Patrimoine, institutions muséales et archives ² | 53 027,3 | 63 306,0 | 63 762,7 | 83 311,3 | 96 139,3 | 81,3 |
| Patrimoine | 22 197,5 | 26 883,8 | 28 362,6 | 41 438,2 | 40 846,2 | 84,0 |
| Institutions muséales | 25 802,0 | 26 771,6 | 25 165,2 | 27 848,4 | 39 844,7 | 54,4 |
| Archives | 5 027,9 | 9 650,5 | 10 234,9 | 14 024,7 | 15 448,3 | 207,3 |
| Bibliothèques | 134 923,5 | 131 906,8 | 138 151,5 | 121 233,9 | 121 011,9 | -10,3 |
| Nationale | 57 486,9 | 60 390,1 | 61 011,9 | 47 385,3 | 45 286,8 | -21,2 |
| Publiques | 5 387,5 | 6 758,3 | 6 253,2 | 6 804,2 | 7 280,6 | 35,1 |
| Scolaires | 3 167,6 | 3 390,1 | 3 699,6 | 3 835,7 | 4 086,6 | 29,0 |
| Collégiales et universitaires | 68 881,5 | 61 368,3 | 67 186,7 | 63 208,7 | 64 357,9 | -6,6 |
| Livre et périodique | 7 158,6 | 6 440,2 | 7 489,4 | 7 032,9 | 6 682,8 | -6,6 |
| Livre | 5 035,1 | 4 581,5 | 5 077,7 | 4 754,6 | 4 756,3 | -5,5 |
| Périodique | 2 123,5 | 1 858,8 | 2 411,8 | 2 278,3 | 1 926,5 | -9,3 |
| Enregistrement sonore | 2 080,5 | 2 094,3 | 2 539,2 | 2 460,1 | 1 959,5 | -5,8 |
| Cinéma et audiovisuel ⁵ | 41 050,9 | 38 186,8 | 35 550,6 | 39 610,4 | 38 750,5 | -5,6 |
| Radio et télévision | 92 788,8 | 88 979,8 | 94 897,4 | 90 684,5 | 92 650,0 | -0,1 |
| Multimédia | 393,7 | 280,2 | 261,0 | 215,0 | 135,0 | -65,7 |
| Enseignement des arts | 16 514,9 | 16 308,7 | 18 459,4 | 17 272,4 | 16 105,5 | -2,5 |
| Relations interculturelles ³ | 8 315,7 | 7 199,7 | 5 487,0 | ... | ... | ... |
| Architecture et design ⁴ | ... | ... | ... | 1 009,6 | 1 111,3 | ... |
| Langue française | 11 638,4 | 11 695,6 | 12 412,9 | 10 286,0 | 14 357,6 | 23,4 |
| Activités multidisciplinaires | 79 342,7 | 100 173,2 | 79 670,6 | 30 891,7 | 28 590,4 | -64,0 |
| Autres activités culturelles | 38 519,2 | 37 035,3 | 38 719,8 | 36 510,7 | 21 570,1 | -44,0 |
| Total | 594 828,8 | 599 019,1 | 603 151,7 | 546 569,7 | 552 803,3 | -7,1 |

Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

¹ Inclut les dépenses internes et externes.

² À partir de 2012-2013, certaines dépenses relatives aux parcs naturels et aux lieux historiques autrefois comptabilisées dans le secteur « Patrimoine » sont comptabilisées dans le secteur « Institutions muséales ».

³ À partir de 2012-2013, les dépenses en matière de relations interculturelles ne sont plus comptabilisées dans les dépenses au titre de la culture.

⁴ Pour les années antérieures à 2012-2013, les dépenses en culture relatives à l'architecture et au design sont incluses dans la catégorie « Autres activités culturelles ».

PORTRAIT STATISTIQUE DE LA CULTURE À MONTRÉAL

Nombre d'établissements pour certains groupes et sous-groupes de la culture et des communications, région administrative de Montréal, 2009-2013

| | En nombre d'établissements | | | | | Taux de croissance 2009-2013 % |
|------------------------------------|----------------------------|------|------|------|------|--------------------------------|
| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | |
| Centres d'artistes | 31 | 31 | 32 | .. | .. | ... |
| Salles de spectacles | 178 | 160 | 173 | 183 | 190 | 6,7 |
| Institutions muséales | 65 | 68 | 70 | 71 | 70 | 7,7 |
| Musées d'art | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | - |
| Musées d'histoire | 18 | 18 | 19 | 20 | 20 | 11,1 |
| Musées de sciences | 6 | 7 | 7 | 7 | 7 | 16,7 |
| Lieux d'interprétation en histoire | 11 | 11 | 12 | 12 | 11 | - |
| Lieux d'interprétation en sciences | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | - |
| Centres d'exposition | 20 | 22 | 22 | 22 | 22 | 10,0 |
| Bibliothèques publiques | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | - |
| Librairies | 123 | 116 | 112 | 112 | 108 | -12,2 |
| Cinémas et ciné-parcs | 21 | 20 | 21 | 20 | 19 | -9,5 |
| Écrans | 204 | 195 | 198 | 192 | 196 | -3,9 |
| Stations de radio | 26 | 25 | .. | .. | .. | ... |
| Stations de télévision | 5 | 5 | .. | .. | .. | ... |

Source: Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

L'offre de salles de spectacles et de musées s'améliore

Le nombre d'établissements culturels est généralement assez stable dans le temps à Montréal. Cependant, on note une certaine croissance des salles de spectacles qui sont passées de 178 à 190 entre 2009 et 2013. Les institutions muséales ont également connu une progression notable gagnant 5 nouveaux établissements au cours de la même période. Par ailleurs, si le nombre de bibliothèques publiques est demeuré stable, les cinémas comptent 2 établissements de moins qu'en 2009. La baisse la plus marquée est enregistrée dans la catégorie librairie où le nombre d'établissements s'est replié de 12 % entre 2009 et 2013.

Une industrie en mutation

L'industrie de la culture montréalaise est touchée par un ralentissement marqué de sa croissance, entre autres de ces facteurs :

- la demande pour les produits culturels progresse très lentement;
- l'aide gouvernementale est plus restreinte que par le passé;
- les modèles d'affaires traditionnels sont bouleversés par le passage au numérique, la compétition est dorénavant à l'échelle mondiale;
- les revenus publicitaires sont réduits et segmentés;
- les plateformes de vente en ligne et le poids de plus en plus important des magasins à grande surface, nuisent à l'économie culturelle locale.

ANNEXE 7



PLAN 2016-2017

BUREAU DU DESIGN DE LA VILLE DE MONTRÉAL

9 pages suivantes

PLAN 2016-2017

BUREAU DU DESIGN

Novembre 2015
Version synthèse

Montréal 

PLANIFICATION BUREAU DU DESIGN 2016-2017

1. CONTEXTE | MILIEU DU DESIGN

P.4

1.1_Un secteur stratégique pour Montréal

1.2_Des défis et enjeux

1.3_Un besoin : travailler

2. CONTEXTE | BUREAU DU DESIGN

PP 5-6

2.1_Mission, mandats

2.2_Objectif

2.3_Stratégies

2.4_Rôles

2.5_Enjeux particuliers 2016

2.6_Enjeux particuliers 2017

2.7_Ressources financières

2.8_Positionnement

3. PLAN D' ACTIONS 2016-2017

PP 7-10

3.1_Orientations : QUALITE, INNOVATION, RELEVÉ

3.2_DESIGN DE VILLE | intégration stratégique du design, en amont

3.3_VILLE DE DESIGN | promotion du design, en aval

3.4_ACTIVITÉ PHARE | LABO DES VILLES CRÉATIVES DE L'UNESCO | MONTRÉAL 2017 *THE UNESCO CREATIVE CITIES LAB | MONTREAL 2017*

PLANIFICATION BUREAU DU DESIGN 2016-2017

1. CONTEXTE | MILIEU DU DESIGN

1.1_Un secteur stratégique pour Montréal

- 34% de l'impact économique total de la culture au Québec > le plus important secteur du domaine de la culture.
- 66 % des designers québécois résident à Montréal > beaucoup de talents concentrés à Montréal.
- 25 000 designers, tous domaines confondus
- Excellents programmes de formation collégiale et universitaire
- 750 M \$ en retombées économiques
- Toutefois, l'importance de ce secteur pour Montréal ne repose pas tant sur ces chiffres que **sur l'impact qu'il a comme levier de croissance pour d'autres secteurs** (sève de toutes les grappes d'entreprises) et pour sa forte incidence sur le cadre de vie et l'attractivité de notre territoire.

1.2_Des défis et enjeux

- Rétention des talents :
 - au sein de la profession : plusieurs changent de profession faute de pouvoir exercer et en vivre
 - à Montréal : danger d'exode des talents vers des marchés plus dynamiques
- Phénomène de concentration des firmes (ex. : Lemay, Provencher, IBI, etc) :
 - Difficulté pour des petites firmes de concurrencer
 - Difficulté pour les jeunes professionnels de démarrer leur entreprise
- Une commande publique qui valorise le plus bas soumissionnaire et les firmes expérimentées
- Même les concours de design et d'architecture restent encore peu ouverts au risque de l'anonymat, de l'inexpérience et de l'innovation :
 - Extrême difficulté pour les plus jeunes firmes d'accéder à une première commande publique
- Une culture de l'architecture et du design encore peu répandue dans le secteur privé
- Une industrie de services qui exporte encore très peu :
 - tradition d'un service de proximité
 - difficulté d'accès aux marchés hors Canada
 - peu compétitive en situation de concours limitant l'accès à la commande publique internationale (manque d'expérience)

1.3_Un besoin : travailler

- La Ville de Montréal a un pouvoir et un devoir d'exemplarité en tant que cliente :
 - celui de faire connaître les designers, et surtout de les faire travailler ;
 - de leur ouvrir son marché domestique pour les maintenir ici ;
 - de les préparer à devenir plus compétitifs à l'international ;
 - de tirer profit de leur talent
 - et de mieux les faire contribuer au devenir de Montréal.

2. CONTEXTE | BUREAU DU DESIGN

2.1_Mission, mandats

- mieux faire [concevoir, bâtir] la ville avec les designers
- accompagner la commande publique en design (devoir d'exemplarité)
- développer le marché des designers et des architectes montréalais
- promouvoir le talent des designers et des architectes d'ici

L'une des caractéristiques de la stratégie municipale en design est d'être **transversale**, à la croisée du développement :

- économique (développement de marchés, promotion et rétention des talents)
- urbain (aménagement et attractivité territoriale)
- culturel (architecture et design = pratiques culturelles, expression matérielle à forte portée identitaire)
- social (pédagogie, sensibilisation, participation citoyenne, acceptabilité sociale)
- international (mise en réseau et échange des meilleures pratiques Commerce Design et UNESCO)

2.2_Objectif

Passer, en l'espace de 10 ans, d'un statut de Ville de designers (2006) à celui de Ville de design (2017)

2.3_Stratégies

- [Re]connaître
- Acheter
- Faire travailler
- Promouvoir
- Échanger

2.4_Rôles

- Sensibiliser
- Accompagner
- Mettre en œuvre

2.5_Enjeux particuliers 2016

- 25^e anniversaire de l'action municipale en design (poste créé en 1991)
- 10^e anniversaire de notre désignation MtlVUD
- Renouvellement de notre désignation MtlVUD : Reddition de compte
- Bilan, analyse et révision du plan d'action + intégration et arrimage avec les équipes Commerce, et Mode et du Service du développement économique
- Arrimage avec l'ensemble des bilans, plans d'action et politiques en production : culture, environnement, etc.

2.6_Enjeux particuliers 2017

- 375^E anniversaire de Mtl + 50^E de l'Expo universelle
- Livraison de certains legs
- Plusieurs besoins d'aménagements et interventions transitoires (design des chantiers, aménagements temporaires, piétonisation, etc)
- Demandes spéciales de soutien du milieu du design pour 2017
- Sommet mondial du design : collaboration à la programmation, accueil d'invités internationaux des Villes UNESCO de design
- Soutien au Bureau des Célébrations du 375^e : collaboration à la sélection et promotion d'objets souvenirs et cadeaux protocolaires
- Attentes du milieu envers la Ville pour qu'elle célèbre de façon tangible et visible, dans le cadre de cette année anniversaire, le design et les designers montréalais (talents et réalisations)

2.7_Ressources financières

- Revenus annuels (excluant les soldes reportés et les engagements antérieurs)
600 000 \$ Bureau du design : salaires et fonctionnement
400 000 \$ Entente sur le développement culturel (Gouvernement du Québec)
500 000 \$ Secrétariat à la Région métropolitaine (Gouvernement du Québec)

2.8_Positionnement

- Agir là où l'on peut apporter une réelle valeur ajoutée :
 - comme client / acheteur
 - comme partenaire
 - comme mentor
 - comme promoteur
- Rechercher la convergence, miser sur la complémentarité
 - s'appuyer, consolider et faire équipe avec l'expertise **interne Ville** (transversalité et délégation)
 - s'appuyer, consolider et faire équipe avec l'expertise **externe** (impartitions et partenariats)
- Prioriser les attentes spécifiques pour 2016 et 2017
- Suspendre temporairement notre programme régulier au profit de nouvelles activités pour célébrer 2017

3. PLAN D' ACTIONS 2016-2017

3.1_Orientations : QUALITE, INNOVATION, RELEVE

- Stimuler la qualité en design sur tout le territoire (**ville exemplaire**)
 - Faciliter et généraliser les « PQS_Processus Qualité Design » (la pratique des concours, ateliers et panels de design)
 - Inspirer par la promotion des projets exemplaires
- Accueillir l'innovation et la créativité sur notre territoire (**ville laboratoire**)
 - Servir de banc d'essai pour des solutions novatrices, locales et internationales
 - S'ouvrir au risque de l'innovation lorsque notre commande s'y prête
- Favoriser l'émergence et le succès de la relève (**ville d'entrepreneurs**)
 - Les designers > par l'accès à la commande municipale (acheter, faire travailler, faire concourir)
 - Les agents de promotion et de commercialisation du design > par notre mentorat et partenariat (impartir, encadrer, échanger)

3.2_DESIGN DE VILLE | intégration stratégique du design, en amont

Priorité d'action :

1. Par les achats, concours, appels d'offres ou contrats de gré à gré municipaux, et à l'aide des outils développés par le Bureau du design :
Objectif 2016-2017 : **Accompagner au minimum 10 projets/année, dont plus de la moitié**
 - sont accessibles aux professionnels de la relève ayant moins de 10 ans de pratique
 - sont atypiques ie pour lesquels une culture de la qualité en design bien qu'importante, n'est pas encore établie (cf : type de client, de processus, de projet)

Outils et stratégies :

- Miser sur le développement et la diffusion d'outils et documents d'accompagnement, et de listes de consultants à référer
- Obtenir les modifications législatives indispensables (Statut de la métropole)
- Accompagner / financer / diffuser sur nos plateformes les projets répondant aux conditions suivantes :
 - Les projets municipaux
 - Les concours visant une réalisation (versus les exercices de planification, d'idéation ou de vision) et dont le financement est assuré (inscrits au Programme triennale d'immobilisation)
 - Les projets qui misent sur un processus de concours ouverts aux firmes moins spécialisées / expérimentées et à la relève
 - Les projets propices à la prise de risque, à l'expérimentation, pouvant servir de laboratoire, pilote ou bancs d'essai pour l'innovation, la créativité :
 - > aménagements transitoires, ex. : design de chantiers
 - > aménagements saisonniers, ex. : piétonisation/partage des rues
 - > aménagements temporaires, éphémères ou événementiels, ex. : commerces pop up

- Les projets pour lesquels la recherche de qualité en design est généralement moins fréquente bien qu'importante
 - > arénas, casernes, pavillons de parcs, stations de pompage, etc.
- Maintenir et diffuser l'incitatif financier à la tenue de PQD_Processus Qualité Design sur la base de ces nouveaux critères d'admissibilité
- S'appuyer autant que possible sur l'expertise municipale déjà en place pour mettre en œuvre les PQD_Processus Qualité Design :
 - des projets de bibliothèques : présence de gestionnaires immobiliers expérimentés en concours, culture mieux établie de la qualité
 - des grands projets bien dotés : présence d'équipes expérimentées, disposant de plateforme de diffusion (microsite web) et du financement pour le concours de design
- Développer les expertises et intégrer ces façons de faire à la culture municipale (gestion de projets et de chantiers; approvisionnement; encadrement juridique; communications, etc.)

3.3_VILLE DE DESIGN | promotion du design, en aval

Priorités d'action :

1. **Conserver la désignation de Montréal comme Ville UNESCO de design**
Objectif 2016 : Produire le bilan pour l'échéance établie et à la satisfaction de l'UNESCO (février 2016)
2. **Renouveler et promouvoir une sélection d'objets CODE Souvenir Montréal**
Objectif 2016-2017 : 50 designers, 150 objets
3. **Promouvoir les réalisations montréalaises et les talents primés auprès des Montréalais et des visiteurs**
Objectif 2017 : 500 talents et 1000 réalisations primés

Outis et stratégies :

- Répondre à nos engagements comme membre du **Réseau des Villes créatives de l'UNESCO** (voir aussi 3.4.)
 - Produire pour l'UNESCO, en collaboration avec le Bureau des Relations internationales, un bilan documenté des réalisations et retombées de la désignation Ville UNESCO de design depuis 2012
 - Préparer la participation de Montréal à la réunion générale annuelle (Östersund, Suède, sept 2016)
 - Remettre désormais sur une base biennale la **Bourse Phyllis Lambert**
- Renouveler la sélection de designers et d'objets **CODE Souvenir Montréal 2016-2017**
 - Mettre en ligne cette sélection sur le site designmontreal.com
 - Proposer cette sélection au Bureau du protocole pour objets exclusifs Ville de Montréal et au Bureau des Célébrations pour objets 375^E
 - Explorer la possibilité d'impartir le déploiement de la marque en points de vente CODE Souvenir Montréal 2017
- Confirmer, consolider l'enveloppe financière et impartir à un organisme externe la gestion du **Programme de sensibilisation au design et à l'architecture** au sein du réseau des bibliothèques
- Documenter et promouvoir les talents et les réalisations primés depuis 2006 dans le **Répertoire des designers montréalais** et le **site designmontreal.com**

- Mettre en œuvre un plan spécial 2017 de mise en valeur des réalisations et talents montréalais primés sur nos réseaux sociaux **FB, Instagram, Twitter**
- Préparer la nouvelle formule des Prix **Commerce Design Montréal** pour un lancement en 2017 et une remise des Prix en 2018

3.4_ACTIVITÉ PHARE | LABORATOIRE DES VILLES CRÉATIVES DE L'UNESCO | MONTRÉAL 2017 *THE UNESCO CREATIVE CITIES LAB | MONTREAL 2017*

Description

A l'occasion des 50 ans d'**Expo67**, Montréal accueille et célèbre à nouveau, sur son territoire, l'innovation et la créativité mondiales en design.

Fort de son appartenance depuis 10 ans au Réseau des villes créatives de l'UNESCO, Montréal lance un **concours international de design** auprès **de la relève** du Réseau, pour sélectionner des concepts / prototypes novateurs qui composeront un espace public laboratoire ouvert à tous, le temps d'une saison dans le cadre des festivités 2017

Priorités d'action :

1. Mettre en œuvre, de concert avec les autorités municipales, l'UNESCO et le milieu du design, un **laboratoire des Villes créatives de l'UNESCO pour célébrer 2017 et les 50 ans d'expo67**
Objectifs 2016 :
 - Définir un seuil critique pour l'envergure du projet, confirmer les ressources et établir les partenariats nécessaires à sa réalisation
 - Lancer le concours de design en septembre 2016 à l'occasion de la Réunion générale annuelle du Réseau des Villes créatives de l'UNESCO (Östersund, Suède) et susciter une forte participation locale et internationale
2. **Servir de banc d'essai in situ pour les concepts lauréats du concours international dans le cadre des célébrations de 2017**
Objectif 2017 : Présenter les propositions lauréates sur un ou plusieurs sites accessibles au public

Thématiques potentielles (à définir)

Concevoir des dispositifs / installations / mobiliers (...) transitoires / saisonniers pour aménager un espace public de la ville dans le but de :

- mieux vivre ensemble (inclusion : culturelle, sociale, générationnelle)
- provoquer la rencontre
- susciter la communication
- s'exprimer
- procurer du plaisir
- profiter de toutes les saisons
- se nourrir
- se détendre
- faire de l'exercice
- apprendre
- se protéger de la chaleur, du froid, du vent, de la pluie

Site(s) potentiel(s) (à explorer)

- Site(s) public(s) à valoriser
- Un seul site central et/ou itinérance du laboratoire dans les divers arrondissements.

Dates clés (hypothèse d'un événement pour l'été 2017)

| | |
|----------------|---|
| Été 2016 | élaboration du cahier des charges, termes et règlement du concours |
| Septembre 2016 | Annonce du concours à Östersund, Suède, dans le cadre de la Réunion générale annuelle du RVCU |
| Novembre 2016 | lancement de l'appel à projets |
| Février 2017 | sélection des lauréats |
| Été 2017 | inauguration et ouverture du laboratoire |

Cohérence et pertinence du projet :

- en continuité avec l'expertise du Bureau de design en concours : légitimité
- en lien avec la Stratégie de développement économique : banc d'essai, innovation, relève, développement de marchés, etc.
- en appui avec la Stratégie de développement international
- en réponse aux attentes de l'UNESCO à l'égard d'initiatives transversales

ANNEXE 8 CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES DES MOSAÏQUES



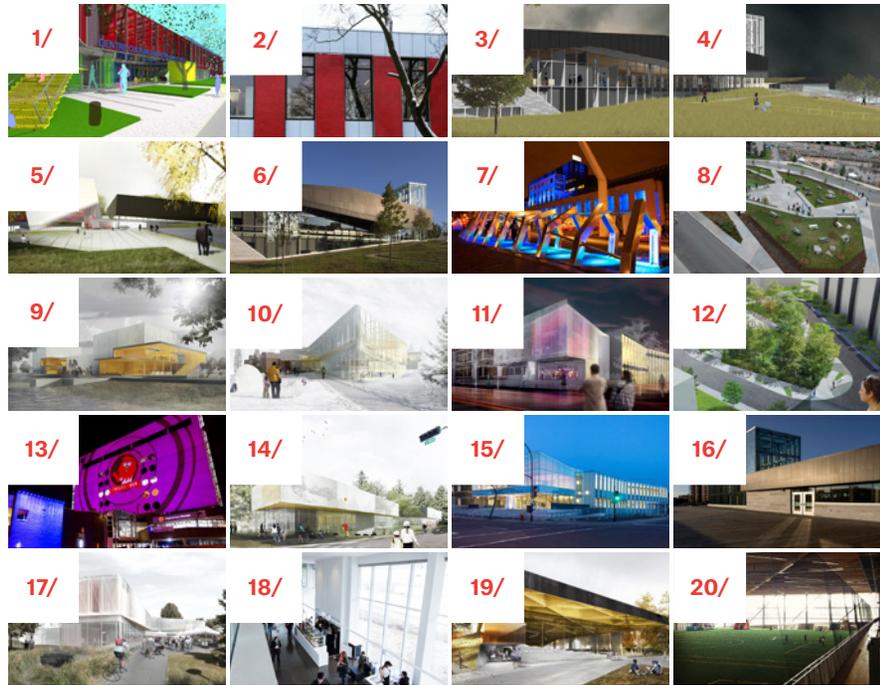
MOSAÏQUE SECTION 3



- 1/ Colloque *Quel chantier ! - Le design au secours des grands chantiers urbains* (Montréal, 2014)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard
- 2/ Prix Commerce Design Montréal (2015)
Crédits photographiques : Michael Abril
- 3/ Réunion annuelle du Réseau des villes créatives de l'UNESCO (Montréal, 2012)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard
- 4/ Programme du colloque *Design médical, inventer les modes de soins de demain* (Saint-Étienne, 2012)
- 5/ Colloque *Quel chantier ! - Le design au secours des grands chantiers urbains* (Montréal, 2014)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard
- 6/ Colloque *Quel chantier ! - Le design au secours des grands chantiers urbains* (Montréal, 2014)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard

- 7/ Concours d'architecture Complexe de soccer au CESM
Présentation publique des prestations finalistes devant jury (2011)
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal
- 8/ Colloque *Santé et Design pour tous* (Saint-Étienne, 2013)
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal
- 9/ Réunion générale annuelle du Réseau des villes créatives de l'UNESCO (Séoul, 2011)
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal
- 10/ Colloque *Quel chantier ! - Le design au secours des grands chantiers urbains* (Montréal, 2014)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard
- 11/ Colloque *Quel chantier ! - Le design au secours des grands chantiers urbains* (Montréal, 2014)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard
- 12/ Programme du colloque *Quel chantier ! - Le design au secours des grands chantiers urbains* (Montréal, 2014)

MOSAÏQUE 1 SECTION 4

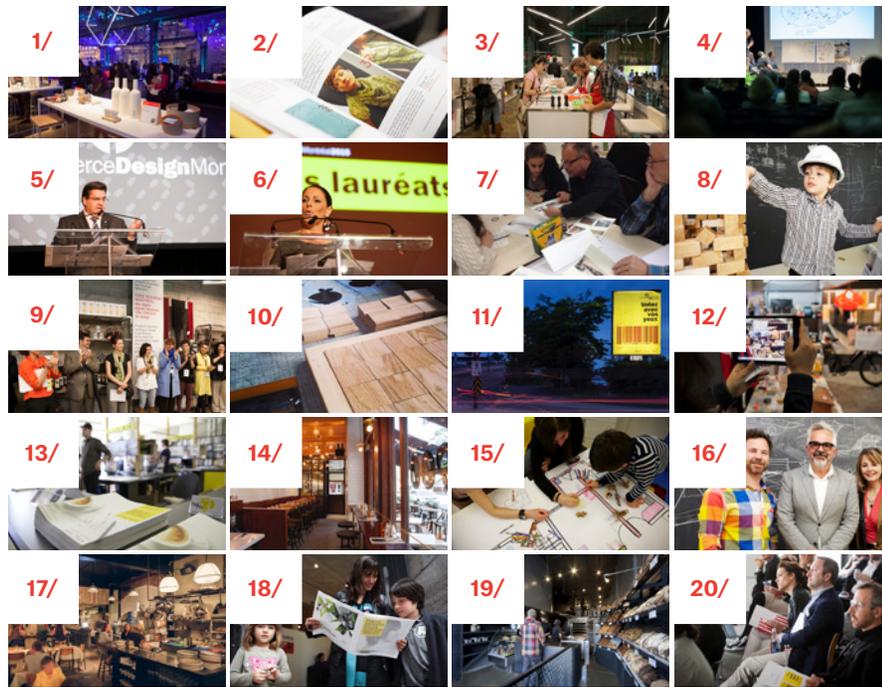


- 1/** Concept lauréat pour le Centre culturel Notre-Dame-de-Grâce (2010)
Concepteurs : Atelier Big City, Fichten Soiferman et associés, L'CEUF
- 2/** Centre culturel Notre-Dame-de-Grâce (2016)
Concepteurs : Atelier Big City, Fichten Soiferman et associés, L'CEUF
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal
- 3/** Concept lauréat pour la Bibliothèque du Boisé (2010)
Concepteurs : Cardinal Hardy/Labonté Marcil/Éric Pelletier Architectes en consortium/SDK et associés inc./Leroux Beaudoin Hurens et associés inc.
- 4/** Concept lauréat pour la Bibliothèque du Boisé (2010)
Concepteurs : Cardinal Hardy/Labonté Marcil/Éric Pelletier Architectes en consortium/SDK et associés inc./Leroux Beaudoin Hurens et associés inc.
- 5/** Concept lauréat pour le Complexe sportif Saint-Laurent (2011)
Concepteurs : Saucier + Perrotte Architectes – Hughes Condon Marler Architects/SNC Lavalin inc.
- 6/** Bibliothèque du Boisé (2013)
Concepteurs : Cardinal Hardy/Labonté Marcil/Éric Pelletier Architectes en consortium/SDK et associés inc./Leroux Beaudoin Hurens et associés inc.
Crédits photographiques : Yien Chao

- 7/** *Iceberg*, Partenariat du Quartier des Spectacles (2013)
Concepteurs : Atomic3 + Appareil architecture
Crédits photographiques : Martine Doyon
- 8/** Place de l'Acadie (2013)
Concepteurs : NIPPaysage
Crédits photographiques : Philippe Poullaouec-Gonidec
- 9/** Concept lauréat pour l'Édifice culturel Guy-Gagnon (2012)
Concepteurs : les Architectes FABG
- 10/** Concept lauréat pour la Bibliothèque de Pierrefonds (2013)
Concepteurs : Chevalier Morales Architectes et DMA architectes
- 11/** Concept lauréat pour la Bibliothèque Marc-Favreau (2010)
Concepteurs : Dan Hanganu architectes
- 12/** Place de l'Acadie (2011)
Concepteurs : NIPPaysage
- 13/** *Trouver Bob*, Partenariat du Quartier des Spectacles (2013)
Concepteurs : Champagne Club Sandwich
Crédits photographiques : Martine Doyon
- 14/** Concept lauréat pour la Bibliothèque Saul-Bellow (2011)
Concepteurs : Chevalier Morales Architectes
- 15/** Bibliothèque Marc-Favreau (2013)
Concepteurs : Dan Hanganu architectes
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal
- 16/** Bibliothèque du Boisé (2013)
Concepteurs : Cardinal Hardy/Labonté Marcil/Éric Pelletier Architectes en consortium/SDK et associés inc./Leroux Beaudoin Hurens et associés inc.
Crédits photographiques : Yien Chao
- 17/** Bibliothèque de Pierrefonds (2013)
Concepteurs : Chevalier Morales Architectes et DMA architectes
- 18/** Bibliothèque Saul-Bellow (2015)
Concepteurs : Chevalier Morales Architectes
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal
- 19/** Concept lauréat pour le Complexe de soccer Montréal (CESM) (2011)
Concepteurs : Saucier + Perrotte Architectes – Hughes Condon Marler Architects
- 20/** Complexe de soccer Montréal (CESM) (2015)
Concepteurs : Saucier + Perrotte Architectes – Hughes Condon Marler Architects
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal



MOSAÏQUE 2 SECTION 4



1/ Boutique CODE SOUVENIR MONTRÉAL à C2-MTL (2014)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard

2/ Catalogue CODE SOUVENIR MONTRÉAL (2014)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard

3/ Boutique CODE SOUVENIR MONTRÉAL (2013)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard

4/ Auditions publiques des finalistes devant jury du concours
Espace pour la vie (2015)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard

5/ Le maire Denis Coderre à la remise des Prix Commerce Design Montréal (2015)
Crédits photographiques : Michael Abril

6/ Manon Gauthier à la remise des Prix Commerce Design Montréal (2015)
Crédits photographiques : Michael Abril

7/ Atelier de cocréation dans les nouvelles bibliothèques montréalaises (2014)
Crédits photographiques : Ville de Montréal

8/ Portes Ouvertes Design Montréal (2012)
Crédits photographiques : Philippe Poullaouec-Gonidec

9/ Boutique CODE SOUVENIR MONTRÉAL (2013)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard

10/ Catalogue CODE SOUVENIR MONTRÉAL
Crédits photographiques : Isabelle Aubut

11/ Prix Commerce Design Montréal (2015)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard

12/ Boutique CODE SOUVENIR MONTRÉAL
Salon international du design de Montréal (2013)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard

13/ Portes Ouvertes Design Montréal (2013)
Crédits photographiques : Michael Abril

14/ Prix Commerce Design Montréal (2015)
Pizzeria no 900
Concepteurs : BlazysGérard
Crédits photographiques : Jean Longpré

15/ Portes Ouvertes Design Montréal (2013)
Crédits photographiques : Michael Abril

16/ Portes Ouvertes Design Montréal (2013)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard

17/ Prix Commerce Design Montréal (2015)
Restaurant Manitoba
Concepteurs : La Firme Design Inc.
Crédits photographiques : Ulysse Lemerise

18/ Portes Ouvertes Design Montréal (2012)
Crédits photographiques : Philippe Poullaouec-Gonidec

19/ Prix Commerce Design Montréal (2015)
Boulangerie Guillaume
Concepteurs : L. McComber Itée
Crédits photographiques : Steve Montpetit

20/ Prix Commerce Design Montréal (2015)
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal



MOSAÏQUE SECTION 5



- 1/** Studio Dikini, récipiendaire de la Bourse Phyllis-Lambert (2012)
Crédits photographiques : Nancy Bergeron
- 2/** Exposition *Montréal meets Graz : J'étais là !* (Graz, 2015)
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal
- 3/** Exposition *Montréal meets Graz : J'étais là !* (Graz, 2015)
Crédits photographiques : Philipp Podesser
- 4/** Exposition *Montréal meets Graz : J'étais là !* (Graz, 2015)
Crédits photographiques : Philipp Podesser
- 5/** Accueil du sous-réseau Design au *Buenos Aires Design Festival* (2010)
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal
- 6/** Exposition *Montréal meets Graz : J'étais là !* (Graz, 2015)
Crédits photographiques : Philipp Podesser

- 7/** Phyllis Lambert et Émilie F. Grenier, récipiendaire de la Bourse Phyllis-Lambert (2014)
Crédits photographiques : Mathieu Rivard
- 8/** Exposition *Montréal meets Graz : J'étais là !* (Graz, 2015)
Crédits photographiques : Philipp Podesser
- 9/** Délégation de designers montréalais, Exposition *EmpathyCity*, Biennale de design à Saint-Etienne (2013)
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal
- 10/** Guillaume Sasseville, boursier Phyllis-Lambert au *Buenos Aires Design Festival* (2012)
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal
- 11/** Jury des Prix Shenzhen de la relève en design à Shenzhen (2013)
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal
- 12/** Phyllis Lambert et Philippe Lamarre, premier récipiendaire de la Bourse Phyllis-Lambert (2008)
Crédits photographiques : Bureau du design de la Ville de Montréal