

OFFICE DE LA CONSULTATION
PUBLIQUE DE MONTRÉAL (OCPM)

MOMENT FACTORY PRÉSENTE UN MÉMOIRE DANS LE CADRE DE

Consultation publique sur
L'AVENIR *du*
PARC JEAN-DRAPEAU

28 SEPTEMBRE 2018

**MOMENT
FACTORY**



Vendredi, 28 septembre 2018

Office de consultation publique de Montréal (OCPM)
1550 Rue Metcalfe, Bureau 1414
Montréal, QC H3A 1X6

Objet : Consultation publique sur l'avenir du parc Jean-Drapeau

Depuis son avènement en 1874, le parc Jean-Drapeau est reconnu comme un refuge luxuriant et champêtre à quelques pas du centre-ville de Montréal. Au fil de son histoire, le rôle du parc a grandement évolué vis-à-vis de la collectivité.

Il y a un peu plus de 50 ans, le parc Jean-Drapeau est devenu l'emblème de notre personnalité: un caractère convivial, créatif, accueillant, innovateur, audacieux. À l'occasion d'Expo 67, le parc des îles s'est transformé en lieu d'échange culturel entre les citoyens de Montréal et ceux du monde entier, Terre des Hommes. Des millions de visiteurs du monde entier ont parcouru le parc et découvert Montréal. Avec le nouveau métro, les Montréalais ont découvert qu'ils pouvaient être fiers et formaient une société résolument moderne et ouverte sur le monde.

Moment Factory est en quelque sorte un descendant direct d'Expo 67, de cette rencontre internationale. En fait, Expo 67 a permis l'émergence et la reconnaissance du talent montréalais dont IMAX, l'ONF et plusieurs concepteurs, designers, architectes. L'audace, l'innovation couplée à une rencontre effervescente des cultures et des nations est au cœur de la raison d'être de Moment Factory. Merci à ces visionnaires qui se sont battus pour réaliser avec succès un projet aussi ambitieux et rassembleurs.

Les présentes consultations se veulent pour nous une occasion de discuter de la vision, des valeurs et des orientations stratégiques qui devront guider le développement futur du parc et ce, dans l'esprit des gens qui l'ont façonné jusqu'à maintenant.



ODE À LA VIE: SAGRADA FAMILIA - BARCELONE, 2011



Prenant acte de l'invitation à participer à cette discussion, Moment Factory, en tant que citoyen de Montréal, désire partager sa réflexion sur la relation entre l'espace public et la créativité fruit de nombreuses collaborations avec des acteurs aux quatre coins du globe. Notre association entre créativité et espace public prend d'autant plus son sens ici, chez nous. Si Montréal est considérée comme étant une ville créative, ville UNESCO du design et la capitale culturelle du Canada et du Québec – c'est entre autres grâce à sa communauté créative, de laquelle nous ne sommes qu'un reflet, qui travaille tous les jours à repousser les limites de l'imaginaire et du possible. Nous pensons que tout projet dans l'espace public à Montréal doit mettre la créativité au cœur des critères. Nous devons affirmer sur l'espace public cette créativité reconnue internationalement

et changer cette image souterraine que nous trimballons depuis trop longtemps.

Moment Factory est fier citoyen montréalais depuis sa naissance en 2001. Nous sommes un studio de divertissement multimédia ayant pignon sur l'avenue du Parc, au cœur de Montréal. Nos 350 jeunes créatifs et professionnels multidisciplinaires venant d'une vingtaine de pays combinent des spécialités dans la vidéo, l'éclairage, l'architecture, le son, les effets spéciaux, les technologies afin de créer des expériences fortes en émotions. Nous sommes aujourd'hui un leader mondial dans notre domaine. 85% de nos revenus sont réalisés à l'extérieur du Québec. Les équipes de Moment Factory se promènent partout dans le monde fiers ambassadeurs de l'audace et la créativité montréalaise.

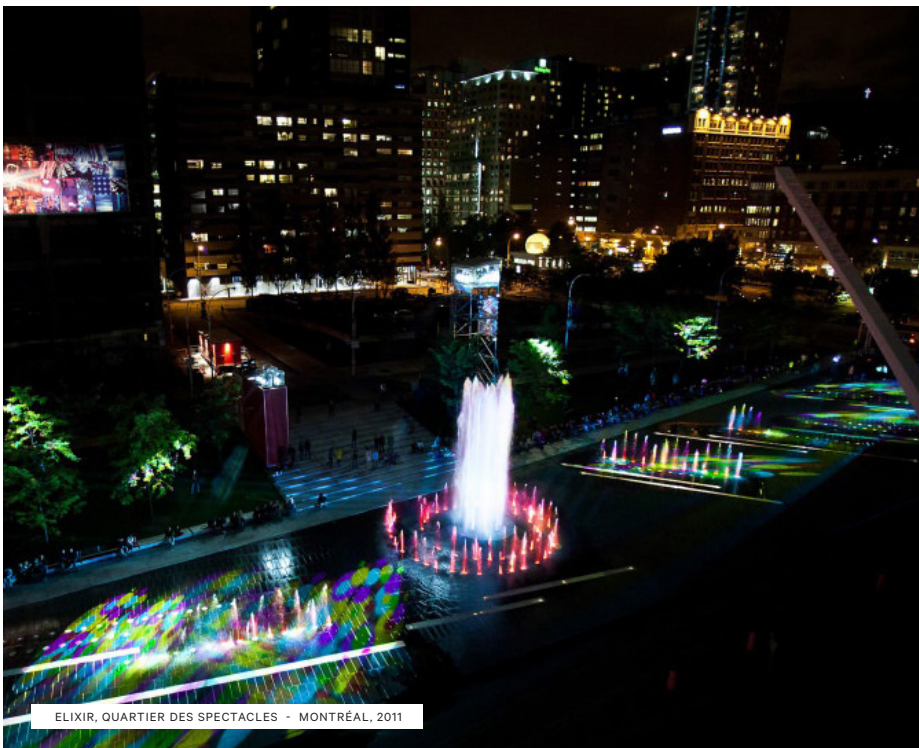
Depuis nos débuts, nous avons réalisé plus de 400 productions uniques dans des lieux publics de toute sorte. Notre leadership tient de ce riche portfolio de projets hautement visibles et spectaculaires, pensons à la façade de la Sagrada Familia, à l'aéroport de Changi à Singapour, dans un stade de football avec Madonna. Notre leadership tient aussi d'efforts soutenus et importants en recherche et développement afin de toujours surprendre et attirer l'attention de ces nouvelles générations sollicitées par des technologies de plus en plus sophistiquées.

Notre maxime est « on fait ça en public ». Nous nous sommes donnés comme mission de créer des spectacles qui rassemblent et qui nous sortent de cette relation individuelle avec notre téléphone, notre clavier, notre manette de jeux vidéo ou notre contrôle pour la télévision. Nous cherchons à générer des émotions qui sortent du cadre, qui sortent de l'écran.

Alors que la technologie offre de multiples façons d'interagir à travers nos appareils personnels, le besoin de se rassembler physiquement semble plus vital que jamais. Que ce soit l'espace d'un instant ou à l'occasion d'une expérience pouvant être répétée, notre objectif est simple : inciter les gens à sortir de chez eux pour vivre une expérience collective incontournable et inoubliable. Nous racontons des histoires qui rétablissent les liens entre les personnes et insufflent le sentiment de faire partie de quelque chose de plus grand.

Qu'il s'agisse d'un spectacle éphémère ou d'une attraction permanente, l'un de nos objectifs est de renforcer le pouvoir d'attraction des espaces communs emblématiques des communautés autant urbaines que rurales, ici ou ailleurs.

Notre maxime « on fait ça en public » guide notre réflexion sur l'avenir du parc que nous partageons aujourd'hui avec vous.

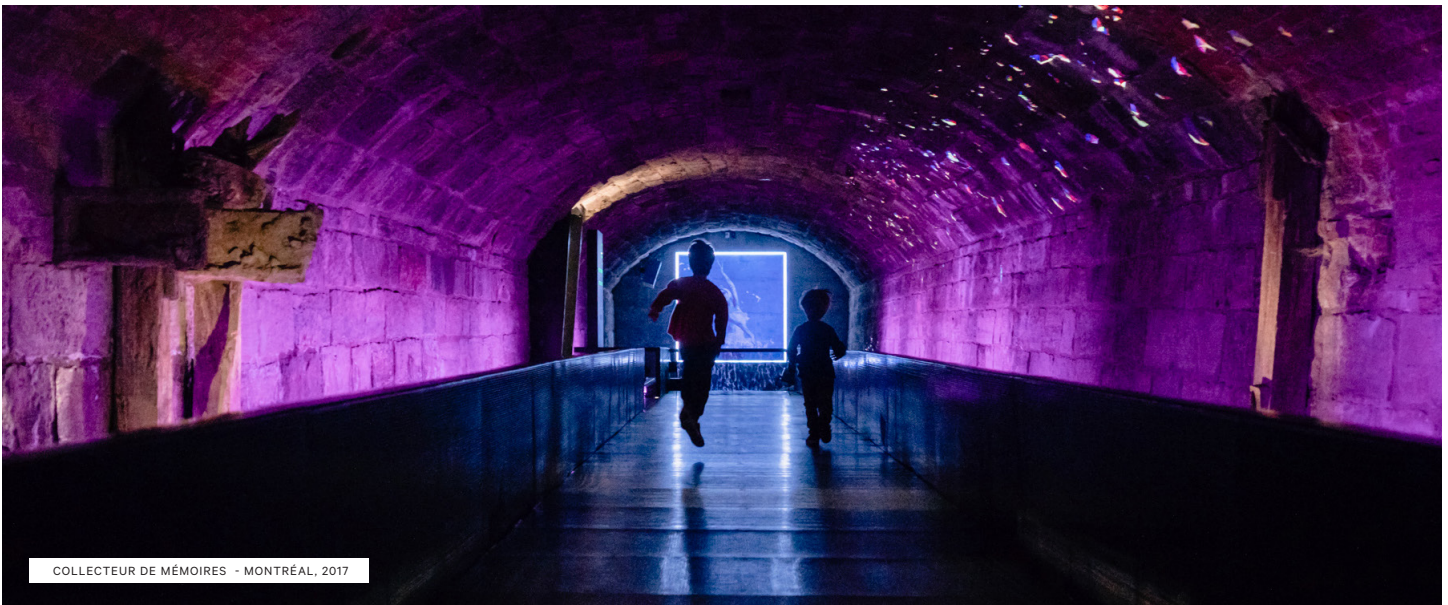


Au fil de nos collaborations diverses, nous avons constaté que les designs modernes des espaces publics semblent avoir en commun une vision claire et précise qui les aide à focaliser leur stratégie.

Cette vision est faite d'abord d'une identité forte et attractive à visiter en priorité dans leur région. Plutôt qu'être support, ces lieux deviennent l'acteur principal, le théâtre de leur propre spectacle se développant ainsi une identité, une image propre. En concurrence avec les expériences en ligne, ces lieux publics ou privés doivent augmenter la durée de chaque visite en offrant

une expérience riche, multi-sensorielle et captivante. Chaque site a sa personnalité, son âme. Nous croyons que cette expérience doit se faire dans le plus profond respect du site, de son histoire, de son patrimoine.

Cette expérience permet alors d'approfondir l'engagement personnel du visiteur avec le site. On multiplie ainsi les connexions physiques et numériques avec ces individus ou groupes et faciliter leur capacité à partager des moments phares de leur expérience avec leur réseau. C'est aussi par une expérience à plusieurs niveaux que l'on s'assure de voir revenir ces visiteurs.



Pour nous, une expérience riche ne rime pas avec une expérience privée voire élitiste. Notre travail s'inscrit plus dans la recherche d'expériences accessibles où le plus de monde peut en profiter. Petit ou grand peu importe l'origine.

Ces principes ont inspiré nos interventions multimédia des dernières années. Ces réalisations ont démontré leur capacité à attirer des foules importantes en célébrant le lieu lui-même, son architecture, sa beauté

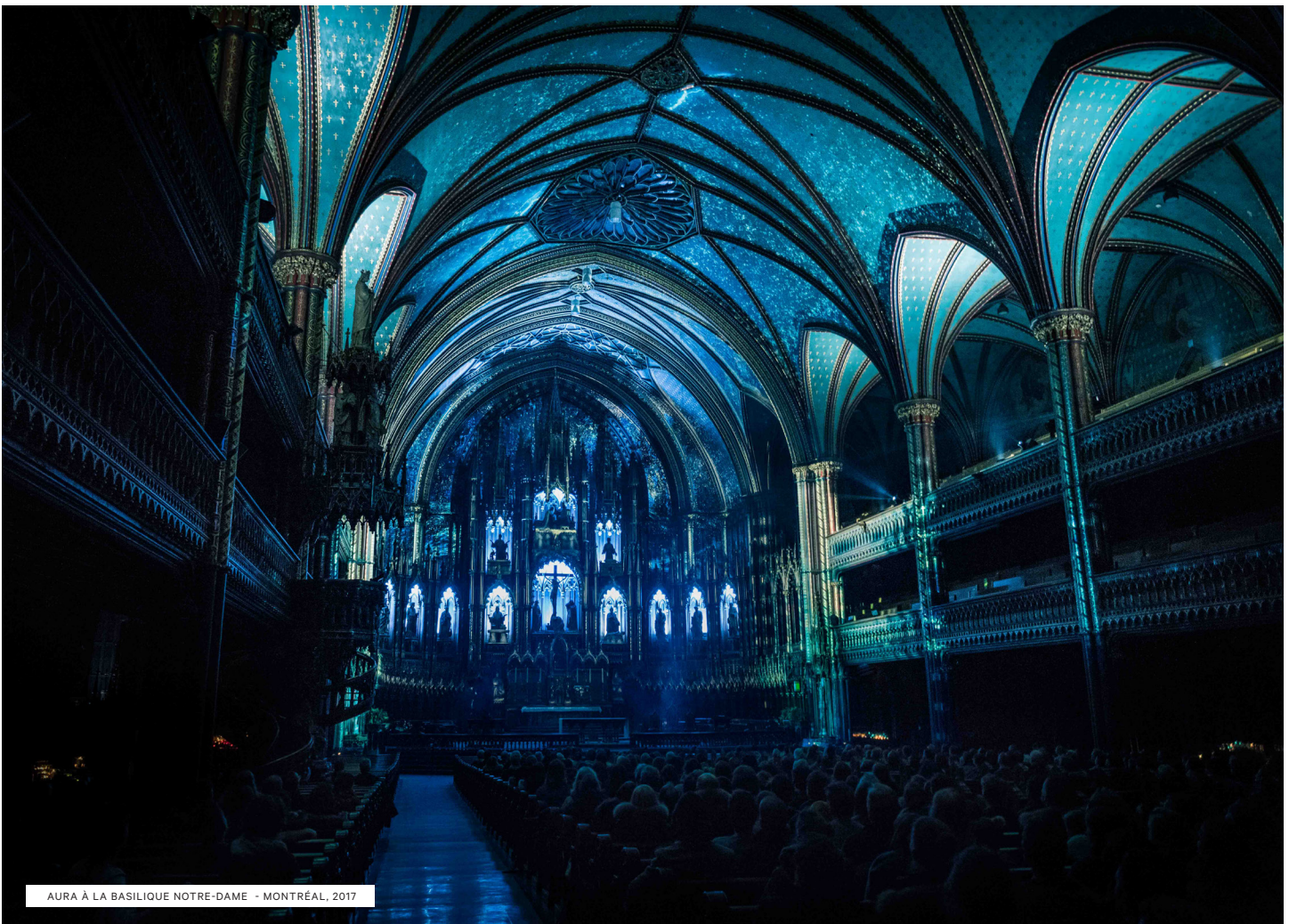
naturelle ainsi que l'héritage culturel et historique de leur environnement. Elles s'inscrivent ainsi dans une démarche éminemment identitaire en permettant de mettre en valeur le patrimoine en rendant sa beauté et son histoire plus accessibles au public. C'est par la mise en valeur d'un espace et de son patrimoine que notre intervention multimédia prend son sens et non l'inverse. Le propos n'est pas le multimédia; le multimédia n'est qu'un outil pour célébrer un environnement déjà riche.

Par exemple, dans le cadre des célébrations du 150^e anniversaire du Canada, le projet Kontinuum à Ottawa a accueilli plus de 320,000 visiteurs en 9 semaines dans un parcours multimédia dans les chantiers souterrains du nouveau train urbain. Pour le mettre en perspective, l'achalandage de Kontinuum fut l'équivalent de l'achalandage annuel de plusieurs musées nationaux parmi les plus visités à Ottawa.

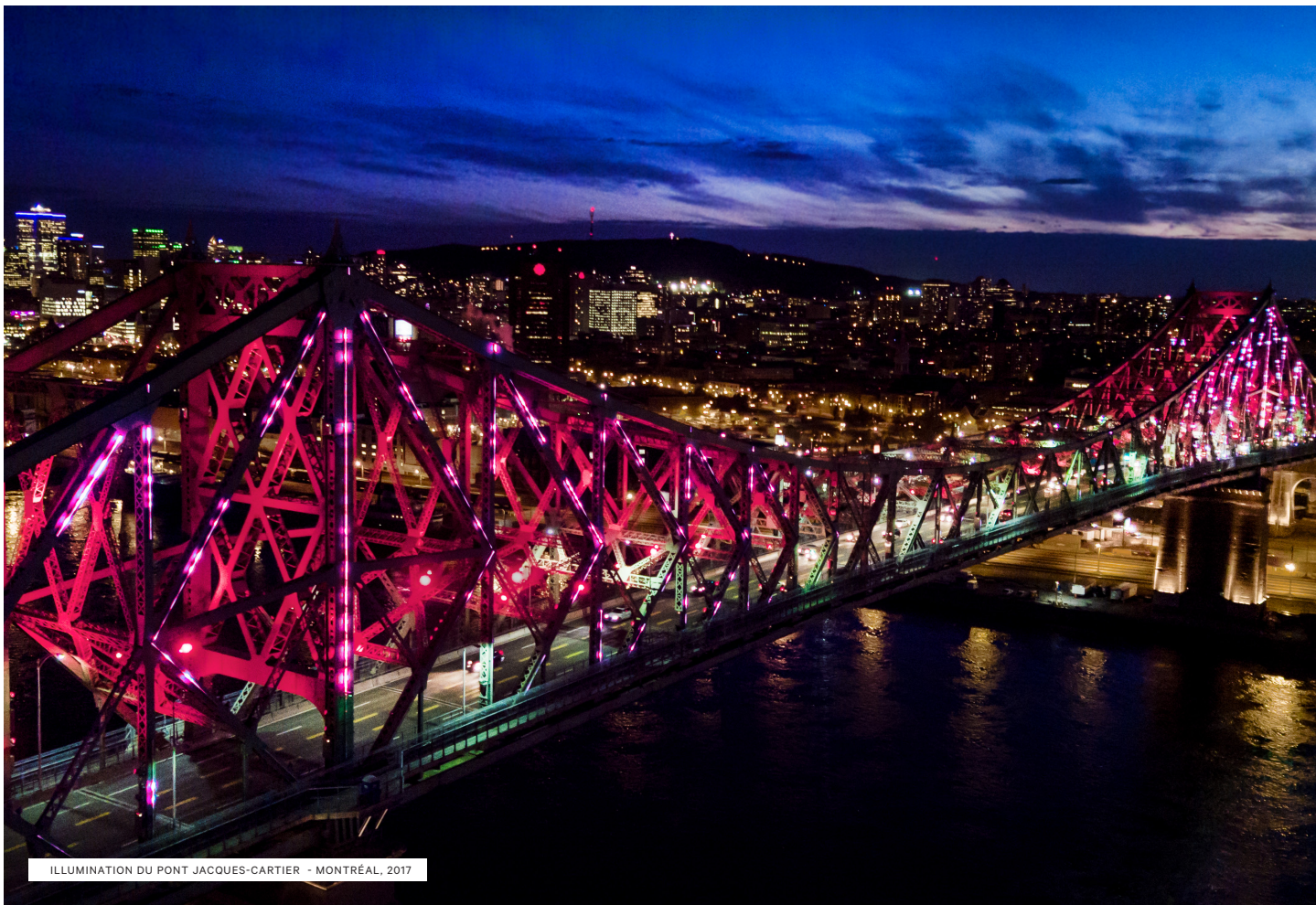
Au même moment, le projet Illumination Human Nature permettait un nouvel engagement des randonneurs au Parc national de Banff en Alberta et au Parc urbain national de la Rouge à Toronto au moyen d'une expérience multimédia portative. Ces deux projets se

voulaient une nouvelle manière de faire vivre des expériences surprenantes à un large public au beau milieu de sites inusités.

Plus près de chez nous, dans le cadre du 375^e anniversaire de Montréal, le spectacle Aura à la Basilique Notre-Dame a permis la redécouverte de notre patrimoine religieux et a contribué à propulser la Basilique au rang d'attraction touristique #1 à Montréal tout en respectant le caractère sacré du lieu. La Basilique fut à la fois notre inspiration et le canevas. Le fruit de notre travail aura été la mise en valeur du patrimoine et une évocation créative sans nuire à son rôle premier.



AURA À LA BASILIQUE NOTRE-DAME - MONTRÉAL, 2017



ILLUMINATION DU PONT JACQUES-CARTIER - MONTRÉAL, 2017

En 2017, nous avons eu la chance de lancer l'illumination du Pont Jacques-Cartier — un projet permanent fruit de la collaboration de créatifs, d'ingénieurs et de fournisseurs montréalais. Un projet audacieux et ambitieux reflet de Montréal. Un projet initialement controversé devenu un signal au monde entier que Montréal est plus que jamais une source incomparable de créativité et d'audace. Un signal renforcé par l'octroi de la plus importante récompense au monde en matière d'urbanisme : le grand prix d'innovation des villes intelligentes de SXSW (South by Southwest) ce printemps.

Depuis plusieurs années, Moment Factory élabore des concepts d'expériences nocturnes dans des espaces naturels. Nous comptons une dizaine de réalisations de ce type qui nous ont valu prix et reconnaissances internationales. Ces projets réalisés en profond

respect des lieux et en parfaite harmonie avec la nature ont permis à nos partenaires d'attirer de nouveaux visiteurs sans nuire à leurs activités diurnes. Ces projets répondent d'un côté aux objectifs des sites de diversifier leur offre, d'attirer des nouvelles clientèles, de générer des retombées économiques, le tout, sans impact visible ou nuisible au site. Ils répondent de l'autre côté aux besoins des visiteurs de vivre des expériences uniques et riches en émotion. À en juger par l'intérêt pour nos réalisations, ce besoin est maintenant universel. Nous comptons aujourd'hui des réalisations de ce type en Amérique du Nord, en Asie et bientôt en Europe. Il semble que ces mythes, ces légendes, ces contes sur les forêts la nuit aient fait le tour du monde. La nature, la nuit est un des derniers bastions de notre inconscient collectif. Merci au Petit Chaperon rouge, à Hansel et Gretel et autres merveilleuses frayeurs.

Le parc Jean-Drapeau, disions-nous aussi, est un refuge vert riche et accessible de jour aux citoyens. Ces espaces historiques, notamment les environs du secteur du Mont Boullé sont magnifiques autant par la richesse de l'environnement naturel que par leur bagage historique. Force est de constater par contre que ces espaces sont méconnus du public et méritent d'être mis de l'avant car ils représentent une partie de l'identité même du parc et pourraient certainement contribuer à renforcer son image de marque. Ils pourraient contribuer à renforcer son identité comme espace vert et accessible aux citoyens, comme destination incontournable et symbole de Montréal.

Notre médium, le multimédia, nous permet flexibilité et subtilité. Il nous permet de travailler après le coucher du soleil. L'intégration d'une expérience de type parcours nocturne multimédia opérée par le parc lui-même dans le secteur du Mont Boullé pourrait contribuer à la diffusion et à la mise en valeur de la richesse du patrimoine naturel et historique du parc sans pour autant restreindra l'accès public au parc de jour.

Peu importe l'intervention multimédia, qu'elle soit une illumination d'infrastructure, un parcours nocturne ou une installation permanente, l'espace urbain doit rester démocratique, emblématique, rassembleur et identitaire, et c'est dans cet esprit que nous nous efforçons de mettre notre créativité et notre innovation à contribution.

Plus simplement, nous croyons important de consolider le sentiment d'appartenance et de fierté que les Montréalais ressentent en lien avec le parc Jean-Drapeau depuis au moins 1967. Nous serions heureux de contribuer à la diffusion de la richesse de son patrimoine naturel et historique.

En espérant avoir jetté un éclairage utile mais surtout apporté une lumière à vos importantes réflexions, je vous remercie de votre attention.

Merci beaucoup.



ANIMA LUMINA - ST-FÉLICIEN, 2016



MÉGAPHONE - MONTRÉAL, 2013

**MOMENT
FACTORY**