

MONTREAL COMPLETEMENT CIRQUE

Un festival



En collaboration avec



© J. Savaria

Rapport d'activité

03 - 13
juillet
2025

16^e
édition



Sommaire

4	Sommaire exécutif
6	Programmation
10	Le Marché international de cirque contemporain (MICC)
12	Communication et Marketing
16	Développement touristique
18	Développement durable
20	Partenariats publics et privés
22	Perspectives
24	Annexes

Sommaire exécutif

Portée par l'énergie du cirque contemporain, la 16e édition de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE a une fois de plus transformé la métropole en un vaste terrain de jeu artistique et festif. Pendant onze jours, Montréal a vibré au rythme d'une programmation foisonnante, audacieuse et profondément humaine, confirmant son statut de capitale internationale des arts du cirque.

Produit par la TOHU, le festival a rassemblé artistes, compagnies et publics venus d'ici et d'ailleurs autour d'un même élan de créativité et de rencontre. En salles ou à ciel ouvert, les propositions ont célébré la diversité des esthétiques circassiennes, entre virtuosité, poésie, humour et émerveillement.

Le festival a présenté 9 spectacles en salle pour un total de 46 représentations payantes, auxquelles se sont ajoutées 387 représentations gratuites déployées sur plusieurs sites. L'ensemble de la programmation a réuni 292 artistes issus de 15 pays et attiré 221 192 festivaliers. La 11e édition du Marché international de cirque contemporain (MICC), volet professionnel du festival, a par ailleurs rassemblé 284 professionnels, dont 85 diffuseurs d'arts de la scène, autour d'une programmation riche déployée sur 4 jours.

Parmi les temps forts de l'édition figurent la consolidation du CIRQU'EASY sur la place Pasteur soutenue par de nouvelles innovations, la place accordée à la relève au sein de la programmation extérieure, ainsi que la présence remarquée de 150 castellers barcelonais, qui ont fait découvrir au public montréalais la tradition catalane des pyramides humaines.



Cette édition s'est distinguée par une fréquentation soutenue, un rayonnement médiatique remarquable et un accueil enthousiaste de la part des publics et des partenaires. Les activités extérieures, toujours gratuites et accessibles, ont permis à des milliers de Montréalais et visiteurs de renouer avec la magie du cirque dans un esprit de partage et de convivialité.

Toutefois, l'événement s'inscrit dans un contexte exigeant pour les festivals et grands événements au Québec, marqués depuis la pandémie par une hausse d'environ 30 % des coûts d'opération et de production. À cela s'est ajouté une situation financière particulièrement contraignante pour la TOHU, ayant mené des choix difficiles, dont une réduction de près de 900 K\$ du budget de programmation gratuite au Quartier latin et au Pôle TOHU, ainsi que la mise en pause des GÉANTS, spectacles d'envergure présentés au centre-ville depuis 2022.

Malgré ces contraintes, l'équipe de la TOHU est parvenue à livrer une édition stimulante et rassembleuse, fidèle à la mission du festival : faire rayonner le cirque dans toutes ses formes, favoriser les échanges entre créateurs et diffuseurs, et contribuer au dynamisme culturel, économique et social de Montréal.





CHIFFRES CLÉS de la PROGRAMMATION EN SALLE :

- ▶ 7 compagnies circassiennes
- ▶ 46 représentations de 9 spectacles
- ▶ 73 artistes et concepteurs
- ▶ 15 968 spectateurs

Programmation



© JF Savaria

La 16^e édition de MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE a déployé une programmation à la fois foisonnante et équilibrée, conjuguant création, accessibilité et innovation. Le festival a déployé ses activités à travers la ville tout entière – du Quartier latin au Pôle TOHU ancré dans le quartier Saint-Michel, en passant par les parcs et les espaces publics – pour offrir au public une expérience immersive où se rencontrent émotion, créativité et proximité.

▶▶▶ Le Pôle TOHU : un lieu de rencontres et de découvertes

Au cœur de la Cité des arts du cirque, la TOHU a présenté une série de spectacles qui ont su allier prouesse et sensibilité. Grande production internationale et création québécoise se sont succédé dans la salle circulaire. Ces propositions ont fait du Pôle TOHU un véritable lieu de rassemblement où se côtoyaient publics locaux, touristes, artistes et diffuseurs.

The Genesis

Copenhagen Collective / Danemark

Spectacle d'ouverture

5 représentations du 3 au 6 juillet

The Genesis a mis en lumière la force du collectif et la beauté de l'interdépendance. Première création du Copenhagen Collective, le spectacle a réuni 17 acrobates issus de 14 pays dans une œuvre à la fois visuelle et émotive.

« (...) un spectacle à couper le souffle, à la croisée de la performance physique, de la poésie corporelle et de la célébration de la diversité. »

- [Lucas Brunet, BP Arts Média](#)

La Noce d'Alfonse

CIRQUE ALFONSE / QUÉBEC

8 représentations du 3 au 13 juillet

La Noce d'Alfonse offrait une célébration tendre et décalée de l'amour sous toutes ses formes. Porté par un humour mordant, des acrobaties énergiques et de la musique live, le spectacle entraînait le public dans une atmosphère festive, ponctuée de tableaux sensibles et irrévérencieux.

« Alfonso a le tour d'animer la foule comme aucune autre troupe. Elle sait faire la fête, et son plaisir d'être sur scène est contagieux. C'est sa véritable force. »

- [Jean Siag, La Presse](#)



© JF Savaria



© JF Savaria

▶▶▶ Au Quartier latin du Quartier des spectacles

Le pôle du Quartier latin a combiné la programmation familiale de la Maison Théâtre et l'ambiance festive de l'Espace St-Denis, ouverte sur la rue Saint-Denis. Cette complémentarité a renforcé la cohérence du parcours des festivaliers et lié naturellement les activités en salle à l'animation de la rue.

Rollercoaster

WES PEDEN / ÉTATS-UNIS

Maison Théâtre

4 représentations du 3 au 6 juillet

Rollercoaster offrait un jonglage contemporain empreint d'une énergie pop-punk. Porté par Peden, artiste de renommée internationale, le spectacle proposait une série de tableaux excentriques et visuellement marquants.

« On retient son souffle, fasciné par la précision du geste et la chorégraphie fluide de l'artiste. »

- Roxanne Lachapelle, Atuvu.ca

Département des retours

Les sœurs kif-kif / QUÉBEC

Maison Théâtre

4 représentations du 5 au 13 juillet

Le Département des retours présentait deux sœurs jumelles chargées d'inspecter des articles retournés, dont les dysfonctionnements suscitaient rapidement leur envie de jouer. Porté par son inventivité et son rythme ludique, le spectacle a su conquérir le jeune public.

Walter-Ego

L'Aubergine / QUÉBEC

Maison Théâtre

4 représentations du 5 au 13 juillet

Monsieur Walter racontait le basculement d'un homme solitaire dans un univers surréaliste, où il rencontrait son Alter Ego. Son ton léger et ses situations décalées ont séduit le jeune public.

SIX°

FLIP FABRIQUE / QUÉBEC

Studio-Cabaret de l'Espace St-Denis

6 représentations du 8 au 13 juillet

Cinq inconnus sont conviés par une invitation mystérieuse dans une bâtisse abandonnée au cœur de la forêt. Cette comédie acrobatique transformait des situations ordinaires en moments ingénieux et inattendus.

« (...) les artistes de Flip Fabrique ont très largement démontré leur incroyable savoir-faire, généralement sans accroc, et avec une bonne dose d'humour, par-dessus le marché. »

- Hugo Prévost, Pieuvre.ca

Sophie's Surprise 29th

Three Legged Race Productions / ANGLETERRE

Studio-Cabaret de l'Espace St-Denis

6 représentations du 8 au 13 juillet

De retour pour une seconde fois, *Sophie's Surprise 29th* a conquis le public grâce à un cabaret circassien interactif mêlant acrobaties, surprises et humour débridé, dans une ambiance de fête d'anniversaire pleinement assumée.

« À travers tout ce bienheureux tohu-bohu de blagues, de karaoké, de jeu-questionnaire musical, parviennent à émerger quelques enchaînements alliant la grâce à la vigueur (...) »

- Sophie Pouliot, [Le Devoir](http://LeDevoir)

►►► En co-diffusion :

Le Cabaret du jugement dernier / Québec

5 représentations du 4 au 12 juillet

Le Monastère proposait *Le Cabaret du Jugement Dernier*, un événement mettant en valeur la diversité des genres et l'audace créative. Des artistes issus de partout au Québec y présentaient leurs numéros dans une compétition amicale encadrée par un jury expert, mêlant voltige, jonglerie et acrobaties aériennes.

L'Autre cirque / Québec

4 représentations du 7 au 11 juillet

La Chapelle - Scènes contemporaines présentait à nouveau *L'Autre Cirque*, une soirée dédiée à des artistes qui explorent des voies de création singulières et proposent des approches audacieuses du cirque contemporain. Ces représentations mettaient en lumière un cirque différent, porté par des démarches artistiques alternatives et un imaginaire renouvelé.

PROGRAMMATION EXTÉRIEURE

La programmation extérieure a animé la rue Saint-Denis tout au long de cette édition. Cette artère emblématique s'est transformée en véritable scène à ciel ouvert, accueillant des performances quotidiennes et une ambiance festive qui ont attiré un large public. Une tournée dans plusieurs arrondissements est également venue compléter cette présence au centre-ville, permettant au cirque de rejoindre des communautés variées à travers Montréal.

►►► Au Quartier latin du Quartier des spectacles

CIRQU'EASY - Place Pasteur

Présenté par Loto-Québec, le CIRQU'EASY a repris place à la Place Pasteur, confirmant son statut de repère incontournable du festival. Pour cette nouvelle édition, cet espace immersif et festif s'est imposé comme un lieu de rencontre privilégié, porté par une ambiance chaleureuse et une scénographie distinctive.

Dans cet espace élargi, musique live, interventions spontanées et moments de détente se sont succédé tout au long de la journée. Entre l'atmosphère animée du bar ouvert sur la rue et l'accessibilité des activités proposées, le CIRQU'EASY a offert une expérience conviviale et dynamique, très appréciée des festivaliers qui en fait le pôle le plus fréquenté du festival.

La Rue Complètement Cirque

La rue Saint-Denis s'est entièrement dédiée au cirque tout au long du festival, se transformant chaque jour en une scène urbaine foisonnante. De 17 h 30 à 22 h 30, à l'exception du lundi, une programmation continue a animé l'artère, offrant au public une succession de performances variées sur deux pistes et en déambulatoire. Les festivaliers ont ainsi pu découvrir une large palette de disciplines, allant des numéros aériens – trapèze ballant, mât, corde, tissu – aux disciplines au sol telles que la roue Cyr, les équilibres sur cannes et diverses acrobaties.

La venue exceptionnelle des 150 Castellers de la Vila de Gràcia a constitué l'un des moments les plus marquants de cette édition. Les 5, 6 et 12 juillet, leurs impressionnantes tours humaines de sept étages ont rassemblé une foule dense et émerveillée, offrant un spectacle rare et particulièrement attendu.

La rue a également été animée par des créations originales des étudiants et étudiantes de l'École nationale de cirque, qui ont présenté des performances mobiles témoignant d'une grande créativité.

À ces propositions s'ajoutaient des moments très appréciés du public, dont *Mauvais Perdant* par Tato Villanueva (6 et 13 juillet) et *Le Jerry Show* par Ps2 – Maxime Poulin (5 juillet), apportant chacun une touche singulière à l'ensemble.

Enfin, la Place de la Relève, animée par l'Académie de cirque de Montréal, a permis aux festivaliers de tous âges de s'initier à diverses disciplines, du cerceau au main à main, en passant par la jonglerie, le hamac, les acrobaties, le hula-hoop, le trapèze danse, l'équilibre et le pole. Encadrée par des animateurs spécialisés, cette zone participative a ajouté à l'animation de la rue Saint-Denis en rendant la pratique circassienne accessible à toutes et à tous.

Grâce à cette diversité de formats et de disciplines, la Rue Complètement Cirque a offert une expérience renouvelée d'un soir à l'autre, rythmée par de nombreuses découvertes et une ambiance conviviale qui a marqué l'ensemble des festivaliers.

►►► Ailleurs en ville : un cirque pour tous

La TOHU a de nouveau déployé la Tournée des quartiers afin d'aller à la rencontre de nouveaux publics. Présentés dans plusieurs arrondissements, les spectacles gratuits ont animé parcs et places publiques, permettant à des milliers de citoyens de découvrir le cirque dans un cadre accessible et convivial.

Cette édition a mis en lumière *Le pyjama du chat* par Productions Realiva, présenté dans divers quartiers, dont Outremont, Pointe-à-Callière, Saint-Léonard, Montréal-Nord, Le Village, Saint-Laurent et Petite-Bourgogne. À Verdun, la présence des Castellers de la Vila de Gràcia a offert un moment particulièrement marquant. Des ateliers participatifs, proposés par le Moulin à Vent, ont également permis aux familles de s'initier à différentes disciplines circassiennes et de vivre une expérience commune au cœur de leur quartier.

Au parc Lalancette, dans l'arrondissement de Mercier-Hochelaga-Maisonneuve, le *Carnaval de Cirque Social* présenté par le Cirque Hors-Piste a offert deux soirées réunissant artistes émergents et jeunes marginalisés. Ces rencontres ont mis en valeur la diversité des pratiques et l'originalité d'un cirque engagé, proposant au public une expérience inclusive et inspirante.

►►► Des collaborations inspirantes

Dans le cadre de la série *Les Lundis culturels*, animée par Eugénie Lépine-Blondeau, le hall de la Grande Bibliothèque a accueilli un 5 à 7 consacré aux arts du cirque. Des prestations acrobatiques y ont été présentées, offrant au public une découverte du lieu sous un angle renouvelé. La soirée s'est ouverte sur le parvis avec un numéro du magicien David Jodoin, en hommage à Houdini. Cet événement a enrichi la programmation culturelle en intégrant le cirque au sein d'un espace emblématique.

En salle comme en extérieur, l'édition 2025 a souligné l'évolution du cirque contemporain en investissant de nouveaux lieux et en encourageant des formes interdisciplinaires. Les rencontres entre cirque, danse, théâtre physique, musique et arts visuels ont enrichi la programmation et renforcé la position du festival comme espace de création et d'innovation dans le paysage artistique montréalais.

CHIFFRES CLÉS de la PROGRAMMATION EXTÉRIEURE :

- Des spectacles en continu de 17 h 30 à minuit (sauf le lundi)
- **199 734** personnes ont fréquenté la rue Saint-Denis et le CIRQU'EASY, soit une hausse de **3%** par rapport à 2024
- **387** représentations gratuites sur **11** jours
- **200** représentations au CIRQU'EASY, réunissant **27** concepteurs et interprètes
- **162** représentations déployées sur La Rue Complètement Cirque
- **10** représentations dans le cadre de la Tournée des quartiers, rejoignant **5 490** spectateurs
- **237** artistes de cirque, dont **85** femmes, **10** artistes issus de la diversité et une trentaine d'artistes issus de la relève.

Le Marché international de cirque contemporain (MICC)

Volet professionnel du festival, le Marché international de cirque contemporain (MICC) demeure un carrefour incontournable pour la diffusion, la coproduction et la circulation des œuvres circassiennes à l'échelle mondiale. Programmé durant 4 jours pendant le festival, il réunit chaque année un réseau de professionnels engagés, favorisant la rencontre entre créateurs, programmeurs, producteurs et diffuseurs venus des cinq continents.

L'édition 2025 a confirmé la pertinence du MICC comme moteur de développement pour la scène du cirque contemporain. Grâce à un programme riche et ciblé - vitrines artistiques, ateliers, conférences, activités de réseautage et séances de travail collaboratif - le MICC a offert un espace privilégié d'échanges et de réflexion sur les enjeux actuels de la discipline.

Moment phare du Rendez-vous annuel, le Tour de Piste a permis à de nombreuses compagnies québécoises et internationales de présenter leurs projets à des diffuseurs majeurs. Ces rencontres, à la fois conviviales et stratégiques, ont généré de nouvelles opportunités de tournées et de collaborations transnationales.

Au-delà de son rôle de vitrine, le MICC agit comme un véritable laboratoire d'idées. Les échanges ont porté sur des enjeux structurants pour le secteur, allant de l'impact des nouvelles technologies et de l'intelligence artificielle sur la création circassienne, aux dimensions politiques du cirque contemporain. Ces discussions ont nourri une réflexion collective sur l'évolution des pratiques et l'avenir du cirque contemporain.

La programmation a également mis en lumière deux focus internationaux, en présence de délégations dédiées : la Catalogne et la Flandre.

Le Marché se déploie désormais à l'année grâce à une communauté professionnelle active sur sa plateforme numérique et à l'organisation de rencontres virtuelles qui prolongent les échanges entre les éditions.

En rassemblant artistes, gestionnaires et diffuseurs autour d'une vision commune d'un cirque libre, créatif et résolument contemporain, le MICC incarne la mission de la TOHU : soutenir la création et consolide la place du cirque dans le paysage culturel mondial.

Chiffres clés du Rendez-vous annuel du MICC :

- ▶ **284** professionnels,
dont **85** diffuseurs d'arts de la scène
- ▶ **157** participants assistant
pour la première fois au MICC
- ▶ **23** pays représentés,
couvrant l'ensemble des **5** continents

- ▶ Une programmation riche déployée
sur **4** jours :
 - ▶▶ **2** séances de pitches de **40** projets
 - ▶▶ **8** vitrines artistiques
 - ▶▶ **3** conférences
 - ▶▶ **28** consultations individuelles
 - ▶▶ **2** balados en direct
 - ▶▶ **6** activités de réseautage et cocktails

[Pour en savoir plus](#)



© JF Savaria

Communication et Marketing

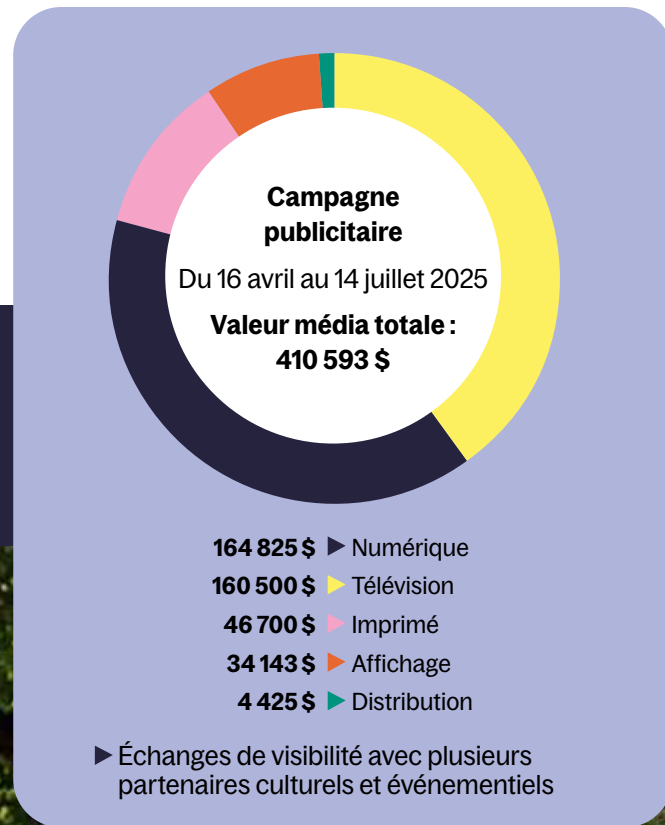
MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE a déployé une stratégie de marketing et de communication intégrée, visant à soutenir la fréquentation des spectacles, à accroître la notoriété du festival et à renforcer l'engagement des publics. Déployée à l'échelle métropolitaine, nationale et internationale, cette stratégie a combiné actions médiatiques, numériques et relationnelles.

►►► Une visibilité soutenue et ciblée

La campagne de promotion a assuré une présence continue, grâce à des placements télévisuels sur Radio-Canada, TVA et Télé-Québec, à une campagne d'affichage déployée sur les abribus numériques, les écrans urbains des taxis, les colonnes d'affichage libre et en salles de cinéma, ainsi qu'à une campagne de distribution de 20 000 dépliant dans les principaux lieux culturels de Montréal. Ces actions ont été complétées par une diffusion ciblée dans la presse écrite et numérique, dont La Presse, Le Devoir, le Journal de Montréal, Fugues et le Montréal Gazette.

En complément, une campagne numérique ciblée a été déployée sous forme de publicités vidéo et d'affichage, diffusées auprès des publics familiaux et culturels, notamment sur Montréal pour enfants et sur des plateformes grand public telles que Netflix. Cette stratégie a été renforcée par des campagnes sur Meta (Facebook et Instagram) et Google Ads, permettant un ciblage précis des audiences et une optimisation continue des performances, afin de soutenir la visibilité de la programmation, tant payante que gratuite.

La stratégie de communication a également reposé sur des échanges de visibilité avec plusieurs partenaires, dont Éconofitness, Renaud-Bray, le Cirque du Soleil et le Festival international Nuits d'Afrique, ainsi qu'avec d'autres acteurs culturels et événementiels.



© JF Savaria



© JF Savaria

▶▶▶ Présence active sur les réseaux sociaux

Sur les réseaux sociaux, le festival a déployé une présence numérique soutenue entre le 6 mars et le 24 juillet 2025. Les contenus diffusés ont mis en valeur la programmation, les artistes, les coulisses et les activités gratuites, favorisant leur diffusion par le public.

Les résultats témoignent d'une communauté en croissance et d'un engagement soutenu. Certaines publications, notamment celles liées à la rue Saint-Denis, au CIRQU'EASY et au dévoilement de la programmation gratuite, ont rejoint jusqu'à 40 000 personnes.

Réseaux sociaux

Facebook :

- 53 544 ▶ abonnés (+0,43%)
- 62 ▶ publications
- 8 207 ▶ portée moyenne des publications
- 1,38% ▶ taux d'engagement

Instagram :

- 22 232 ▶ abonnés (+13,6%)
- 66 ▶ publications
- 29 ▶ nombre de reels
- 8 207 ▶ portée moyenne des publications
- 2,76% ▶ taux d'engagement

LinkedIn :

- 6 048 ▶ abonnés (+11,44%)
- 7 ▶ publications
- 860 ▶ portée moyenne des publications
- 15,5% ▶ taux d'engagement

TikTok :

- 750 ▶ abonnés (+96,3%)
- 29 ▶ publications
- 818 ▶ portée moyenne des publications
- 3,47% ▶ taux d'engagement

Infolettres

- 31 ▶ Infolettres diffusées (12 mars au 16 juillet)
- 51% ▶ Taux d'ouverture moyen (46% en 2024)
- 56% ▶ Taux d'ouverture pour les envois ciblés
- < 0,5% ▶ Taux de désabonnement

Site Web

- 638 714 ▶ pages vues (+48%)
- 119 715 ▶ visiteurs uniques
- 75% ▶ de nouveaux visiteurs
- 55% ▶ des visites en français, 45% en anglais
- 3,18 ▶ pages vues / visite
- 1 min 52 ▶ durée moyenne

Page la plus consultée ▶

Rue Saint-Denis – CIRQU'EASY



© JF Savaria

►►► Des relations de presse élargies, au Québec et à l'international

Coordonnées par l'agence Roy & Turner, les relations de presse ont généré une couverture médiatique soutenue et diversifiée, avec une présence accrue sur les plateformes numériques et dans certains médias internationaux. Cette évolution confirme la place grandissante des médias web dans la stratégie de relations de presse du festival et contribue à élargir son audience, tant au Québec qu'à l'extérieur du pays.

Relation de presse

237 ► mentions médiatiques

112 ► médias couverts

(presse écrite, radios, télévisions et plateformes numériques), dont 92 médias web (vs 55 en 2024), 8 médias de la presse écrite (dont le Boston Globe), 3 magazines, et 9 radios

Mentions internationales ►

The Boston Globe, Le Parisien

Partenaires médias ►

Radio-Canada, La Presse, Montréal pour enfants



►►► Une communauté élargie et active

Nouveauté de l'édition, la stratégie de communication a mobilisé des créateurs de contenu et influenceurs, présents sur les sites du festival et lors de représentations, générant une visibilité accrue et un fort engagement organique.

Créateurs de contenu

- ▶ 3 influenceurs invités présents à des spectacles et activités
- ▶ Une cinquantaine de créateurs actifs sur TikTok et une centaine de créateurs actifs sur Instagram ayant relayé les contenus
- ▶ Nombreux contenus publiés de façon spontanée.

Développement touristique

Acteur majeur de l'été montréalais, MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE contribue activement à l'attractivité touristique de la métropole. Par son ancrage au centre-ville (dans le Quartier latin), au Pôle TOHU (dans le quartier Saint-Michel), ainsi que par une programmation en grande partie gratuite, le festival attire chaque année une diversité de publics – citoyens, excursionnistes et visiteurs internationaux –, générant des retombées directes pour les secteurs hôtelier, commercial et de la restauration.

Dans le prolongement de cette dynamique, le festival a renforcé ses liens avec l'industrie touristique montréalaise. 15 hôtels partenaires et 5 bars-restaurants de la rue St-Denis ont été mobilisés autour d'offres promotionnelles et d'outils de visibilité, dont :

- ▶ Des rabais sur les spectacles destinés au personnel hôtelier ;
- ▶ Des affiches promotionnelles offrant des réductions aux clientèles ;
- ▶ La diffusion de contenus numériques et de matériel promotionnel au sein des établissements partenaires.

Ces collaborations ont été complétées par des partenariats avec Tourisme Montréal et divers réseaux touristiques, permettant de rejoindre les visiteurs à différentes étapes de leur séjour.

Le festival a également accru son rayonnement hors Québec grâce à des outils promotionnels renouvelés, notamment une banque photo et vidéo promotionnelle, conçue pour offrir aux partenaires des contenus récents, cohérents et directement mobilisables.

Les actions se sont concentrées sur :

- ▶ Le nord-est des États-Unis (Massachusetts, Connecticut, New York, Vermont) ;
- ▶ Certains marchés européens, notamment la France et la Belgique.

Cette approche ciblée vise à consolider les relations existantes et à affirmer le positionnement international du festival dans un contexte économique et géopolitique exigeant.

Une campagne de publicité a été déployée dans les médias locaux aux États-Unis, avec des publicités imprimées ciblées dans les journaux régionaux (*Seven days, Lowell Sun, Press Republican*). En parallèle, une importante campagne touristique sur Meta et Google ads a été lancée, accompagnée de la phrase d'accroche : « *Traverser la frontière pour découvrir l'extraordinaire* », afin de maximiser la visibilité du festival et d'attirer les publics culturels et touristiques dans ces marchés stratégiques.

Enfin, le festival a misé sur une expérience visiteur renforcée grâce à ses outils numériques. La section *Planifiez votre visite* du site Web proposait des offres intégrées, incluant hébergement, restauration, spectacles, facilitant l'organisation des séjours et incitant à prolonger la fréquentation de la destination.





Développement durable

Le développement durable par la culture fait partie de l'ADN de la TOHU et oriente ses choix stratégiques. Le festival s'appuie sur ses pratiques écoresponsables mises en place et les déploie à l'échelle de ses sites et de sa programmation.

►►► Une reconnaissance environnementale

À l'automne 2024, la TOHU a obtenu l'accréditation Scène écoresponsable - niveau Platine, le plus haut niveau décerné par le Conseil québécois des événements écoresponsables (CQEER). Cette reconnaissance, accordée à moins de dix salles au Québec, confirme le leadership de la TOHU et bénéficie directement aux activités du festival.

►►► Des pratiques écoresponsables déployées sur l'ensemble des sites

Sur les différents sites du festival, des mesures simples et structurantes sont mises en place afin de favoriser une gestion responsable des ressources :

- Installations scénographiques et mobilier réutilisés ou revalorisés d'une édition à l'autre, notamment sur le site extérieur de la TOHU ainsi qu'au pôle Quartier latin du Quartier des spectacles ;
- Déploiement d'îlots de tri adaptés, avec des stations à deux voies (déchets, recyclage) sur la rue Saint-Denis et à quatre voies (compost, recyclage, déchets, consigne) dans les espaces intérieurs ;
- Élimination progressive des contenants à usage unique ;
- Mobilité durable encouragée auprès des artistes et des équipes (passes BIXI, cartes OPUS) ainsi qu'auprès du public, invité à privilégier les transports collectifs et actifs pour accéder à l'ensemble des sites du festival.

►►► Une alimentation responsable et innovante

Le Bahut, bistro extérieur de la TOHU, constitue un pôle exemplaire de restauration durable. Certifié Aliments du Québec au menu, il propose une offre largement végétarienne, valorisant les circuits courts et les producteurs locaux.

En 2025, plusieurs innovations ont renforcé cette approche :

- Acquisition de contenants réutilisables pour le service alimentaire, soutenant l'objectif zéro déchet ;
- Ajout d'un Écoscore au menu, permettant au public d'évaluer l'impact carbone des plats grâce à un code QR ;
- Partenariats avec la microbrasserie biologique Boldwin et la Distillerie des Trois-Lacs, favorisant des filières agricoles locales, des pratiques agroécologiques et la valorisation de produits québécois au bar, déployés au Bahut, au QG et au CIRQU'EASY.





►►► Le développement durable au cœur du MICC

Le développement durable s'inscrit pleinement dans les activités professionnelles du festival. Plusieurs rencontres organisées lors du MICC ont abordé les enjeux environnementaux liés à la diffusion et à la programmation.

- Une conférence de Écoscène a présenté le nouveau guide d'écoconception pour les arts de la scène, coproduit par le Festival TransAmériques et MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE ;
- Les diffuseurs hors Montréal ont été invités à réaliser une fresque participative de leur mobilité, afin de mieux comprendre, mesurer et compenser l'impact carbone de leurs déplacements professionnels.

►►► Communication axée sur la responsabilité collective

Tout au long du festival, les festivaliers sont invités à adopter des gestes simples : privilégier les transports collectifs et actifs, utiliser les stations de tri, apporter une bouteille ou une tasse réutilisable. Cette démarche est soutenue par le Guide du festivalier responsable et relayée sur le site Web, dans les infolettres et par le pavoisement sur les sites.

►►► Une contribution active à la transition écologique du secteur

En lien avec la participation de la TOHU à la coprésidence de la Commission permanente Culture et transition écologique de Culture Montréal, le festival a pris part à un projet piloté par le Partenariat Climat Montréal visant à réaliser un audit des pratiques d'adaptation aux changements climatiques dans le milieu des festivals et événements extérieurs. Les résultats seront rendus publics en décembre 2025.

Partenariats publics et privés

MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE repose sur un appui solide et renouvelé de partenaires publics et privés qui reconnaissent la portée culturelle, économique et sociale du festival. Leur engagement contribue à assurer la stabilité du festival, à soutenir l'innovation et à maintenir une programmation de haut niveau, accessible et ambitieuse.

►►► Partenaires publics et parapublics

Le festival bénéficie du soutien structurant du gouvernement du Québec par l'entremise du ministère de la Culture et des Communications, du ministère du Tourisme et du ministère des Affaires municipales et de l'Habitation.

Ces appuis soutiennent le déploiement de la programmation, la visibilité de l'événement et son ancrage territorial, et constituent un pilier majeur du financement du festival, contribuant à la qualité et au rayonnement de sa programmation.

La Ville de Montréal, partenaire de longue date, renouvelle son soutien au festival dans le cadre d'une entente pluriannuelle. Cet engagement confirme le rôle structurant du festival dans le développement culturel et touristique de la métropole et soutient sa mise en œuvre dans le cadre de la stratégie culturelle de la ville, à l'échelle des quartiers comme sur la scène internationale.

Tourisme Montréal demeure un partenaire stratégique, tant sur le plan financier que promotionnel. Son appui reconnaît le festival comme un levier d'attractivité touristique majeur, contribuant au rayonnement de Montréal et à l'animation du centre-ville ainsi que des quartiers.

À l'échelle fédérale, Développement économique Canada appuie le festival en soutenant les innovations du CIRQU'EASY, qui renforcent son attractivité auprès des publics, ainsi que les actions de commercialisation à l'international, accroissant sa portée économique et sa visibilité à l'étranger.

Par ailleurs, le MICC bénéficie du soutien du ministère de la Culture et des Communications du Québec, du ministère des Relations internationales et de la Francophonie et du Conseil des arts du Canada, permettant, lors de cette édition, l'accueil de délégations professionnelles internationales, notamment en provenance de la Catalogne et de la Flandre.

►►► Partenaires privés et médias

Loto-Québec, partenaire fidèle depuis de nombreuses années, continue de jouer un rôle structurant, notamment à travers la présentation du CIRQU'EASY, espace emblématique de la programmation extérieure sur la rue Saint-Denis.

Radio-Canada, partenaire média majeur depuis la création du festival, assure une visibilité soutenue, grâce à la diffusion de contenus dédiés. Le festival peut également compter sur l'appui de partenaires médias tels que La Presse et Montréal pour enfants, qui renforcent la portée de la programmation auprès de publics variés.

Le festival peut également compter sur le soutien de la SDC Quartier latin, ainsi que de nombreuses entreprises et partenaires techniques, dont Solotech et Show SDT, qui participent concrètement à la mise en œuvre des activités et à la qualité des installations.

Il peut également compter sur l'appui de nombreux partenaires fournisseurs, issus de divers secteurs, dont l'UQAM, Rakatak, Hôtel Zéro 1, Boldwin, la Distillerie des Trois-Lacs, BCF Avocats d'affaires et Keurig Dr Pepper.

Enfin, le festival bénéficie de la collaboration précieuse du Groupe Cirque du Soleil, l'un des fondateurs du festival, dont l'engagement historique contribue au rayonnement et à la notoriété de l'événement.



© JF Savaria



© JF Savaria

Perspectives

MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE aborde les prochaines éditions dans un contexte à la fois porteur et exigeant.

Événement incontournable de l'été, le festival fait partie intégrante de l'ADN culturel montréalais: il contribue à l'accessibilité de la culture, au plaisir de se rassembler, à la vitalité du centre-ville et au rayonnement international de la métropole. Sa programmation, en grande partie gratuite, constitue un marqueur fort d'une culture accessible à toutes et à tous, appréciée par les publics locaux et touristiques.

Pour le festival, le maintien d'une programmation largement gratuite s'inscrit toutefois dans un modèle aujourd'hui fragilisé. Depuis plusieurs années, et plus encore depuis la reprise post-pandémie, les coûts de production augmentent plus rapidement que les sources de revenus. Inflation, pression sur les salaires, pénurie de main-d'œuvre et concurrence accrue pour les partenariats privés imposent des choix, qui soulèvent des enjeux réels de pérennité et de développement.

Dans ce contexte, le festival structurera et consolidera son modèle, en s'appuyant sur le maintien des ententes publiques existantes. La diversification des sources de financement, notamment par le développement philanthropique et la mobilisation du milieu des affaires, s'impose comme une orientation stratégique essentielle pour préserver l'accessibilité et l'ambition de sa programmation, tout en assurant la pérennité de l'événement.

Pour les prochaines éditions, le festival poursuivra l'exploration des formes actuelles du cirque contemporain, en favorisant le dialogue entre tradition et innovation. L'accueil d'artistes internationaux, de spectacles d'envergure et la mise en valeur de la création québécoise demeurent au cœur de la programmation, portée par une grande diversité d'esthétiques et de disciplines.

Le festival réaffirme également son engagement envers la relève circassienne. Le soutien aux artistes émergents et aux nouvelles écritures constitue un levier essentiel pour assurer le renouvellement du milieu et la vitalité durable du cirque contemporain. Le festival poursuivra également ses partenariats avec les organismes de cirque social, dans une perspective d'inclusion et de participation citoyenne.

Enfin, le festival poursuivra le développement de son volet professionnel, le MICC, comme levier structurant de son rayonnement international et de son rôle au sein du secteur. En parallèle, une approche rigoureuse en matière de développement durable sera consolidée et structurée, en adaptant ses modes de production aux capacités de l'organisation. Cette recherche constante d'équilibre entre exigence artistique, responsabilité environnementale et viabilité opérationnelle constitue un enjeu central des prochaines éditions.

Fort de seize années de croissance et d'innovation, le festival aborde la suite de son développement avec ambition, lucidité et responsabilité. Véritable pilier de l'identité culturelle montréalaise, le festival agit comme un moteur de retombées économiques et sociales, tout en assurant l'accessibilité à une programmation d'excellence et le rayonnement des talents québécois ici et à l'international. Plus qu'un festival, **MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE** demeure un espace structurant de rencontre entre les artistes, les publics et la ville, essentiel à la vitalité et à l'attractivité durable de Montréal.



Annexes



▶▶▶ Conseil d'administration

Officiers

DIANE LEMIEUX

Présidente

KERLANDE MIBEL

Vice-présidente

Présidente-fondatrice du Forum économique international des Noirs

MARYSE VERMETTE

Secrétaire

Présidente-directrice générale

Éco Entreprises Québec

MARIE-FRANCE MAYER

Trésorière

Directrice principale, Divulgations financières et partenariats d'affaires, La Caisse

Administrateur.trice.s

CLAUDE-ALINE BELLAMY

Entrepreneure sociale et conseillère en développement communautaire

ISABELLE BOULANGER, M. ÉD., RCC, CRHA

Vice-Présidente, Marketing, talent et culture, Mayrand

PHILIPPE BOURBONNAIS

Associé GXB Leadership

PASCAL LEFEBVRE

Président / CEO, Multicolore

STÉPHANIE LEPAGE

Directrice Marketing et Stratégie de marque, WSP

DRE MARGUERITE MENDELL

Distinguée professeure émérite École des affaires publiques et communautaires (ÉAPC) et Directrice Institut Karl Polanyi, Université Concordia

NICOLAS PANET-RAYMOND

Directeur en Chef Sécurité et Responsabilité Sociale d'Entreprise – ESG, Cirque du Soleil

CLAUDÉRIC SAINT-AMAND

Vice-président à la création et associé, Agence Bob

KEVIN VINCELETTE

Associé, avocat, BCF Avocats d'affaires

Liste des partenaires

Collaborateur du festival



Partenaires publics



Partenaires parapublics et culturels



Partenaires médias



Partenaires fournisseurs



Le festival est fier d'être membre





2345, rue Jarry Est
Montréal QC H1Z 4P3
514 374-3522
montrealcompletementcirque.com