

**2<sup>e</sup> édition, 17 octobre 2001**

**MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN DE MONTRÉAL**  
**POLITIQUE DE PROGRAMMATION**

**Modifiée et adoptée par le Conseil d'administration le 17 octobre 2001**

## TABLE DES MATIÈRES

PRÉLIMINAIRES .....	3
1. DISPOSITIONS GÉNÉRALES .....	4
1.1 Politique.....	4
1.2 Comité consultatif .....	4
1.2.1 Constitution du comité .....	4
1.2.2 Mandat du comité .....	4
1.2.3 Composition du comité.....	5
1.3 Dérogation .....	5
2. CRITÈRES DE CHOIX EN MATIÈRE DE PROGRAMMATION .....	6
2.1 Dimension institutionnelle .....	6
2.2 Dimension scientifique.....	9
2.2.1 Collection .....	9
2.2.2 Recherche.....	9
2.2.3 Publications.....	10
2.3 Dimension éducative .....	11
2.4 Dimension financière .....	12
2.5 Marketing .....	12
3. PROCESSUS D'ÉVALUATION .....	14

## PRÉLIMINAIRES

### **Définition d'un musée**

L'ICOM (Conseil international des musées) définit un musée comme suit:

«Tout établissement permanent, créé en vue de conserver, étudier par des moyens divers, et essentiellement exposer pour la délectation et l'éducation du public, des collections d'objets d'intérêt artistique, historique, scientifique et technique.»

### **Mission du Musée d'art contemporain de Montréal**

«Le Musée d'art contemporain de Montréal a pour fonction de faire connaître, de promouvoir et de conserver l'art québécois contemporain et d'assurer une présence de l'art contemporain international par des acquisitions, des expositions et d'autres activités d'animation.»

(Lois sur les musées nationaux L.R.Q., ch. M-44, article 24)

### **Mandat du Musée**

Le Musée est un lieu riche d'expériences et de connaissances dont le mandat s'énonce comme suit:

- a) conserver sa collection;
- b) enrichir sa collection par des acquisitions sous forme d'achats, de dons ou de legs;
- c) effectuer des recherches en art contemporain compte tenu de la mission du Musée;
- d) exposer les éléments significatifs de la Collection;
- e) organiser des expositions;
- f) rendre les oeuvres accessibles au public par des activités d'éducation, de documentation et de communication;
- g) présenter des créations multimédias;
- h) organiser dans le domaine des arts visuels et de la muséologie, des activités et des programmes ayant des fins éducatives.

# 1. DISPOSITIONS GÉNÉRALES

## 1.1 Politique

Le Musée, en tant qu'institution muséale et conformément à la mission que lui a confiée le législateur, choisit de se doter d'une politique de programmation afin de le guider dans la mise en œuvre de son mandat. Le Conseil d'administration du Musée et son directeur général sont responsables de l'application et du respect de la politique.

## 1.2 Comité consultatif

### 1.2.1 Constitution du comité

En vertu de la Loi sur les musées nationaux, le Musée s'est doté d'un comité consultatif de programmation (L.R.Q., ch. M-44, art. 39, par. 2 □).

### 1.2.2 Mandat du comité

En vertu du règlement sur les comités du Musée d'art contemporain de Montréal (R.R.Q., 1981, C.M-43, r.1), le mandat du comité est établi comme suit:

1. il conseille le Conseil d'administration sur les critères, l'orientation et l'établissement de la programmation des activités d'expositions, d'animation et d'éducation du Musée;
2. il formule des recommandations sur des projets devant faire partie de la programmation;
3. il s'occupe de toute matière se rapportant à la programmation pour fins d'études et de recommandations au Conseil d'administration.

Conséquemment, et plus précisément:

- a) il considère toutes matières se rapportant au financement, à la rentabilité et à l'accessibilité des activités de programmation
- b) il propose et révisé la politique pour adoption par le Conseil d'administration
- c) il fait part de suggestions susceptibles d'enrichir la programmation du Musée (expositions, activités multimédias, résidence d'artistes, colloques et autres activités) suite à la présentation annuelle, par le conservateur en chef, de sa vision de la programmation pour les trois prochaines années. Cette présentation se fait normalement en début

d'année financière de sorte qu'une discussion puisse s'élaborer à l'étape embryonnaire des futurs projets.

### **1.2.3 Composition du comité**

La composition du comité est déterminée par le Conseil d'administration conformément à la disposition suivante:

8 à 12 membres

- a) Membres d'offices: le Président du Conseil et le Directeur général;
- b) 3 à 5 membres du Conseil;
- c) 3 à 5 membres de l'extérieur qui viennent du milieu des historiens d'art, commissaires indépendants, critiques d'art, artistes, collectionneurs, institutions d'enseignement, et médias;

Invités d'office: le Conservateur en chef, le Directeur de l'Éducation et de la Documentation, le Directeur des Communications et un représentant du corps professionnel, si le syndicat l'exige.

Secrétariat: Assuré par le Secrétaire général.

La durée du mandat d'un membre est de un (1) an à compter de sa nomination. Il est renouvelable par le Conseil d'administration pour un maximum de cinq (5) ans. L'abolition du comité met un terme à tous les mandats en cours. Pour les membres siégeant au Conseil d'administration, le fait de cesser d'être membre du Conseil met un terme à leur mandat au comité."

### **1.3 Dérogation**

Seul le Conseil d'administration pourra sanctionner toute proposition de dérogation à la présente politique faite par le comité consultatif de programmation.

## 2. CRITÈRES DE CHOIX EN MATIÈRE DE PROGRAMMATION

Le Musée considère que la programmation doit tenir compte des critères dans les six secteurs suivants: dimension institutionnelle, dimension scientifique, dimension éducative, dimension financière et préoccupation marketing. Les critères énumérés dans chaque secteur permettront au comité de programmation de faire l'analyse des projets qui lui sont présentés en vue d'être intégrés à la programmation du Musée.

### 2.1 Dimension institutionnelle

#### a) **Conformité au mandat**

##### Rayonnement de l'art actuel

Les activités du Musée tiennent compte des tendances et recherches en art actuel, sans pour autant négliger l'aspect historique, le dynamisme et le contexte dans lequel cet art se développe.

##### Accessibilité à divers publics

Le Musée discerne les attentes de ses visiteurs, à l'égard de l'art contemporain et leurs attitudes à son égard. Il tient compte dans sa programmation et ses activités complémentaires de la diversité culturelle du Québec.

Les activités du Musée s'adressent à des publics diversifiés composés d'amateurs et de spécialistes de tous âges et de toute culture; dans sa programmation le Musée devra chercher à répondre aux attentes et aux préoccupations de ces divers publics.

##### Lieu d'expérience et d'apprentissage

Par ses activités, le Musée se présente comme un lieu de connaissance, de plaisir et d'éducation, visant l'épanouissement personnel des visiteurs grâce à un contact avec des oeuvres et des idées.

##### Rayonnement national et international

Conformément à son mandat, le Musée accorde une priorité dans ses activités aux oeuvres des artistes québécois. Il s'applique d'une part, à situer leurs travaux dans un contexte canadien et international, d'autre part à diffuser leurs oeuvres sur les scènes canadiennes et internationales.

##### Présence de l'art québécois

Au sein de ses activités, le Musée accorde une place prépondérante aux productions des artistes québécois, compte tenu de la place occupée par celles-ci dans sa collection et du support financier de la collectivité québécoise.

## Lieu de création et d'expérimentation

- a) Le Musée maintient un programme de créations multimédias et de résidence d'artistes, commissaires d'exposition selon les ressources financières disponibles.

Le Musée favorise les œuvres de créateurs innovateurs, soit par les techniques utilisées, les stratégies mises en oeuvre et encourage par là le dépassement des acquis intellectuels et culturels.

Les objectifs des créations multimédias sont de permettre à des formes d'art parallèles aux arts visuels de relier la programmation du Musée à certains événements extérieurs afin d'impliquer l'institution dans son milieu culturel, d'avoir une catégorie flexible d'événements qui corresponde à la mouvance et au décloisonnement de la création. Sont privilégiées les œuvres fondées sur la recherche et l'exploration : la nouvelle danse, les multimédias, les nouvelles technologies, le cinéma expérimental, la musique actuelle, le théâtre de recherche, la performance, la poésie et toute autre activité à caractère multimédia.

- b) **Conformité au plan stratégique de développement**

En adoptant une activité de programmation, le Musée fait en sorte que cette activité favorise ses objectifs en matière de développement des collections, de la recherche, d'éducation et de diffusion, et également en matière de développement de ses ressources financières.

- c) **Pertinence du projet au sein du plan triennal de programmation**

Les activités du Musée et, notamment les expositions reflètent un équilibre au sein d'un plan triennal de programmation. Les expositions constituent le moteur de la programmation. La programmation devra refléter les tendances les plus marquantes de l'art actuel sans pour autant négliger les sources historiques de l'art québécois.

La programmation est planifiée pour trois ans.

- d) **Promotion de l'identité de l'institution**

Afin d'affirmer son image et d'identifier l'institution, le Musée présente en tout temps des oeuvres de sa collection permanente.

- e) **Impact sur la communauté**

Le Musée identifie les groupes d'individus qui partagent avec le Musée des biens, des savoirs et des projets. L'évaluation de l'impact de nos activités sur ces divers groupes susceptibles d'être concernés par nos activités est de

nature à accroître la compréhension de l'art contemporain, sa place dans la société, et par là même, le rayonnement du Musée.

**f) Préoccupation interculturelle**

Le Musée, par ses activités, favorise l'expression de la variété des perspectives culturelles et intellectuelles de sa clientèle potentielle, et ce notamment dans ses activités d'interprétation. Des points de vue divergents et des perspectives culturelles différentes doivent pouvoir s'exprimer sans contrevenus à la laïcité qui sied à une institution d'État.

**g) Collaboration entre institutions**

Le Musée, en planifiant ses activités, établit des partenariats et favorise des coproductions et des échanges d'exposition de manière à renforcer sa capacité de remplir son mandat de programmation, de recherche et d'éducation afin d'accroître son rayonnement et à diminuer les coûts de production. Le Musée peut collaborer et/ou organiser des événements culturels majeurs.

**h) Collaboration extérieure**

Le Musée invite des historiens d'art, des critiques d'art, des commissaires indépendants, des conservateurs de musées québécois, canadiens et internationaux à présenter des projets et/ou des expositions en conformité avec le mandat du Musée et les droits et prérogative du personnel en place et développe les échanges et la réciprocité.

**i) Initiatives commerciales**

Aussitôt qu'une activité est envisagée comme pouvant s'inscrire dans le programme du Musée, il faut examiner si les ressources financières permettent sa réalisation, mais aussi comment elle peut être génératrice de fonds, soit directement, soit indirectement. (produits dérivés)



## 2.2 Dimension scientifique

### 2.2.1 Collection

#### a) **Mise en valeur de la collection**

Le Musée présente en permanence des œuvres significatives de sa collection.

#### b) **Part d'œuvres québécoises dans le corpus des œuvres**

La programmation respecte la priorité accordée à l'art québécois dans la Loi sur les musées nationaux du Québec.

#### c) **Contribution à l'enrichissement de la collection**

Le Musée prévoira des activités susceptibles d'inciter les collectionneurs à enrichir sa collection par des dons.

#### d) **Diffusion de la collection**

Par ses expositions itinérantes, le Musée favorise la diffusion de l'art québécois et international. Il offre ses expositions aux diverses institutions des réseaux muséals québécois, canadien et international susceptibles de les accueillir. Le Musée s'emploie également à faire connaître l'art québécois sur la scène étrangère.

### 2.2.2 Recherche

La recherche effectuée dans le cadre des activités de programmation du Musée s'appuie sur les critères suivants:

#### a) **Pertinence de la recherche**

##### Disciplinaire

La recherche scientifique effectuée dans le Musée est le fondement de ses activités. Le discernement intellectuel et les savoirs spécialisés définissent cette recherche.

##### Sociale

Le Musée, société d'État du gouvernement du Québec, exerce un mandat public et, se doit de mener régulièrement des études pour identifier le contexte socio-politique où il opère, soit pour mieux identifier ses clientèles, soit pour développer des relations avec elles,

soit encore pour jouer son rôle au sein des débats qui secouent la société.

**b) Expertise du comité scientifique**

Le Musée peut recourir pour l'évaluation de ses activités et leur concordance avec sa politique à un comité scientifique dont l'expertise est reconnue par les divers intervenants du milieu. Le Comité consultatif de programmation peut suggérer des experts.

**c) Contribution des ressources documentaires et enrichissement de celles-ci**

La recherche effectuée au Musée compte sur les ressources de la médiathèque et l'appui de son personnel. L'implantation des technologies nouvelles de l'informatique et des média électroniques favorisera ces recherches.

**2.2.3**

**Publications**

**a)** Les publications englobent la conception et la réalisation des publications imprimées et électroniques : catalogues scientifiques, textes savants issus de colloques, symposiums, cycles de conférences et autres.

Ces documents spécialisés ont pour fonction de contribuer à la compréhension de l'art contemporain et, par leur pertinence, d'approfondir le débat d'idées qui anime l'art contemporain.

**b) Expertise du sous-comité édition**

Le sous-comité édition issu du comité consultatif de programmation analyse et recommande les orientations éditoriales et agit comme comité de lecture.

**c) Rédaction**

Les publications relatives à une exposition sont rédigées par le ou les conservateurs de l'exposition. Elles peuvent contenir également un ou des textes de collaborateurs invités (historiens, critiques d'art, chercheurs, commissaires indépendants, artistes, etc.)

Les choix des auteurs et de l'orientation scientifique et littéraire des catalogues est approuvé par le comité de programmation au moment de la conception de l'exposition.

Le Musée utilise, dans la mesure du possible, le support Internet pour ses publications de textes très spécialisés ou savants à diffusion restreinte ainsi que pour les différents appendices aux catalogues (biographie, bibliographies, index et autres).

**d) Diffusion**

Afin d'assurer la diffusion et la distribution de ses publications et d'augmenter sa visibilité nationale et internationale, le Musée s'associe, en autant que possible, avec des éditeurs et/ou des distributeurs commerciaux.

**2.3 Dimension éducative**

**a) Mandat**

Les activités d'éducation et de documentation assure le lien entre la création artistique et les publics, en participant à la recherche menée au Musée et en diffusant les connaissances qui en émanent. Ce sont des préoccupations de vulgarisation, de production de documents, de collecte d'information et de mise en mémoire qui sous-tendent les activités.

Différentes stratégies d'interprétation sont utilisées afin de répondre aux multiples questions d'un public hétérogène, dans le respect du travail des artistes, de la mission du Musée et du rôle de celui-ci dans notre ensemble social.

**b) Activités**

Par des approches diversifiées, traditionnelles autant que nouvelles, les activités d'éducation s'articulent autour de quatre axes :

1. la diffusion (les visites d'expositions, les films et vidéos documentaires, les rencontres avec les artistes et les expositions didactiques);
2. la circulation des expositions didactiques dans les réseaux scolaires, éducationnels et culturels québécois et canadiens;
3. la création (les ateliers de création – arts plastiques et autres – les trousseaux d'activités);
4. la recherche (les cours d'histoire de l'art, les colloques, les conférences).

**c) Publications**

Les publications comptent la conception et la réalisation des publications suivantes : documents préparatoires à une visite, carnets pédagogiques, feuillets thématiques, audio guides, vidéogrammes, vidéodisques à écran interactif ou autres technologies, périodiques.

**d) Activités en relations avec la programmation du Musée**

Le Musée organise des cours d'histoire de l'art, des conférences ou cycle de conférences, des séminaires, des colloques, des symposiums.

**2.4 Dimension financière**

**a) Budget ventilé**

Chaque projet d'activité est accompagné, lors de sa présentation, d'un budget ventilé approuvé par le directeur du service et respectant les capacités financières du Musée.

Tout projet d'exposition dont le budget total excède 200 000\$ sera soumis au Comité consultatif de budget, gestion et vérification pour qu'il soit analysé et qu'il fasse l'objet d'une recommandation au Comité consultatif de programmation et au Conseil d'administration. Il fera l'objet d'un suivi budgétaire auprès du Comité consultatif de budget, gestion et vérification.

**b) Calendrier de réalisation**

Chaque projet présente un calendrier de réalisation aussi détaillé que possible et respectant les délais d'intervention des divers intervenants.

**c) Partenariat**

Le Musée collabore activement avec les organismes ou personnes qui au financement et/ou au rayonnement des expositions et autres activités du Musée. Le Musée s'assure au préalable de la possibilité de mener à terme les projets conçus en partenariat. Il veille à ce que ces institutions et/ou personnes aient une réputation de fiabilité confirmée.

**2.5 Marketing**

**a)** La fonction marketing fait référence à la mise en marché du Musée tout en respectant son mandat.

**b)** Les projets du Musée sont conçus en tenant compte de son plan de communication afin de les maximiser et de leur assurer en autant que possible une base financière solide.

**c) Potentiel de financement externe**

Dès la conception d'un projet, le Musée évalue dans quelle mesure il a recours à des

ressources diversifiées : commandites, dons, échanges de services et/ou de personnes et en informe le Comité.

**d) Identification et connaissance des publics visés**

Pour identifier et connaître ses publics cibles le Musée a recours à des stratégies de programmation et à des technologies innovatrices qui augmentent sa capacité d'atteindre une clientèle plus large.

**e) Positionnement dans l'environnement concurrentiel du projet**

En fonction de son mandat, il est primordial que les choix effectués par le Musée en matière de programmation tiennent compte de l'environnement dans lequel ses activités seront présentés: climat culturel, concurrence, situation économique, démographique, etc.

**f) Opportunité de circulation et de diffusion à l'extérieur du Musée**

Les choix de circulation sont fait en fonction des possibilités de diffusion à l'extérieur du Musée, notamment par des moyens qui font appel à la technologie informatique.

**g) Clarté des axes de communications**

L'image du Musée repose sur l'efficacité de ses stratégies de communication et sur les moyens utilisés. Les choix du Musée privilégie des axes clairs de communication et favoriser la compréhension des publics auxquels les produits du Musée s'adressent.

### 3. PROCESSUS D'ÉVALUATION

**a) Conformité du projet aux informations fournies par la recherche commerciale et l'évaluation préalable**

Dès sa conception un projet, fait l'objet d'une évaluation préalable à son élaboration où sont pris en compte notamment sa pertinence intellectuelle, ses dimensions pédagogiques, son potentiel de communication et ses implications financières et commerciales.

**b) Moyens pour vérifier l'atteinte des objectifs (évaluation sommative)**

Le Musée se dote d'outil d'évaluation pour planifier et pour vérifier l'atteinte de ses objectifs

**c) Clarté des indicateurs de rendement en matière de satisfaction, d'apprentissage et de fréquentation**

Le Musée fera appel à des méthodes scientifiques pour se donner des indicateurs de rendement en matière de fréquentation qu'il fixe au moment de la présentation de la programmation, de taux de satisfaction des visiteurs et d'atteinte d'objectifs d'apprentissage.