

Société de la Place des Arts de Montréal – Plan stratégique 2018-2022

Mission : La Société de la Place des Arts de Montréal a pour objets d'exploiter une entreprise de diffusion des arts de la scène et d'administrer la Place des Arts de Montréal, l'Amphithéâtre Fernand-Lindsay à Joliette et d'établir la programmation artistique dans la Maison symphonique pour les organisations autres que l'Orchestre symphonique de Montréal. Ces activités ont particulièrement pour but de procurer un lieu de résidence aux organismes artistiques majeurs, de favoriser l'accessibilité aux diverses formes d'art de la scène et de promouvoir la vie artistique et culturelle au Québec. Elle produit, coproduit et accueille des œuvres artistiques d'ici et d'ailleurs mettant en scène des artistes de la relève autant que des vedettes internationales en collaboration avec des organismes artistiques, des producteurs, des créateurs et tout le milieu culturel.

Vision : Accessible et incontournable, la Place des Arts fait vivre dans ses salles, ses espaces publics et dans l'univers numérique, des expériences uniques entre le public, les créateurs et les artistes de tous les horizons.

ENJEU 1 : CRÉATION DE VALEUR PUBLIQUE

ORIENTATIONS	OBJECTIFS	INDICATEURS	Indice de départ	CIBLES				
				2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	
1. Favoriser la production d'œuvres artistiques	1. Accompagner les résidents et producteurs dans l'atteinte des objectifs de production	- Taux d'assistance aux spectacles	76%	76%	77%	78%	78%	
	2. Soutenir les nouveaux producteurs et artistes de la relève	- Pourcentage d'augmentation annuelle de nouveaux producteurs soutenus - Pourcentage d'augmentation annuelle de journées de résidence d'artistes en création	30 175	10% 15%	10% 15%	10% 15%	10% 15%	
	3. Accroître l'utilisation d'outils numériques dans la promotion de spectacles	- Retour sur investissement média par campagne numérique (rendement pour chaque dollar investi)	1 :3	1:3	1:3	1:3	1:3	
2. Diversifier les clientèles	4. Augmenter la participation des familles, des enfants et des jeunes	- Pourcentage d'augmentation annuelle de participants aux activités destinées aux familles, enfants et jeunes - Pourcentage d'augmentation annuelle de participants au volet éducatif du Programme d'accessibilité aux arts de la scène (PAAA)	28 130 2 500	2% 24%	6% 17%	6% 20%	8% 9%	
	5. Augmenter le nombre de nouveaux clients aux productions de la Place des Arts	- Pourcentage d'augmentation annuelle de nouveaux clients	15%	2%	2%	2%	2%	
	6. Augmenter l'offre culturelle aux clientèles à besoins particuliers	- Pourcentage d'augmentation annuelle de participants au Programme Art adapté	Nouveau programme	150	37%	14%	13%	
	7. Créer des liens avec les collectivités et les citoyens	- Pourcentage d'augmentation annuelle de participants aux activités du PAAA	150 000	8%	7%	5%	5%	
	8. Maintenir un haut niveau de satisfaction des clientèles	- Taux de satisfaction des spectateurs - Taux de satisfaction des participants à des activités d'animation culturelle gratuites - Taux de satisfaction des producteurs à l'égard des produits et services offerts - Taux de satisfaction des producteurs à l'égard des équipements	94% Nouvel indicateur 81% 81%		94% 90%		85% 85%	

ENJEU 2 : OPTIMISATION DES RESSOURCES DE LA SOCIÉTÉ

ORIENTATIONS	OBJECTIFS	INDICATEURS	Indice de départ	CIBLES				
				2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	
3. Améliorer l'efficacité opérationnelle	9. Générer des revenus autonomes additionnels	- Pourcentage d'augmentation des revenus autonomes	21,9M\$	2%	2%	2%	2%	
	10. Maintenir une utilisation productive des ressources de la Société	- Pourcentage d'augmentation annuelle du taux d'occupation des grandes salles (%) - Wilfrid-Pelletier, Maison symphonique et Théâtre Maisonneuve - Coûts d'opération de bâtiment par pied carré (\$/pi²) - Nombre de spectacles par employé à temps plein	73% 6,50 \$/pi² 13	1% 6,50 \$/pi² 13	0,5% 6,50 \$/pi² 13	0,5% 6,50 \$/pi² 13	1% 6,50 \$/pi² 13	