

ENTREPRENEURIAT • 05 AVR. 2016 PAR GABRIELLE JACQUES

Projet A144: ouvrir le dialogue entre arts et affaires

f 61 t 82



Les milieux des affaires et des arts peuvent parfois sembler graviter dans des univers diamétralement opposés. Pourtant, ils ont beaucoup à apprendre l'un de l'autre. D'où l'émergence du projet A144 dont le lancement aura lieu samedi.

L'origine du projet A144 se trouve dans le constat d'un besoin de la communauté artistique d'ouvrir les horizons d'affaires et de trouver de nouvelles manières de faire rayonner le travail des artistes. Ariane-Li Simard Côté, comédienne et coprésidente d'ArtsScène Montréal, qui a elle-même suivi une formation en entrepreneuriat et en gestion de projet, voulait aider sa communauté. Ainsi, elle a pensé rassembler les gens avec une ouverture au domaine opposé, puis leur permettre d'échanger dans une forme qui s'éloigne du traditionnel réseautage.

Des retombées concrètes espérées

Par cette initiative, l'équipe d'ArtsScène espère faire tomber les préjugés et permettre aux participants de développer des partenariats durables, en plus d'établir des liens permettant de connaître un milieu auquel les gens sont parfois moins initiés.

Que peuvent en tirer les participants? «Dans le monde des affaires, plusieurs possèdent un côté créatif inavoué ou sous-développé. Nous voulons les aider à développer les outils nécessaires pour exprimer cette sensibilité en leur permettant d'échanger avec des gens qui abordent les défis de manières très différentes. Pour ce qui est des artistes, si le sujet de l'argent a déjà été presque tabou, il est plus discuté aujourd'hui. Être travailleur autonome est maintenant considéré comme une carrière à part entière et l'éducation se fait désormais dans ce sens, alors que des cours de gestion apparaissent dans les cursus scolaires», souligne Ariane-Li Simard Côté. En plus de créer des liens, les participants seront ainsi invités à faire face à différents défis et à discuter des stratégies pour les affronter.

L'aventure s'inspire également d'une nouvelle tendance: celle du croisement entre les milieux culturels et entrepreneuriaux, alors que les artistes prennent conscience de l'importance de gérer leur marque personnelle et que les gestionnaires s'ouvrent à l'importance de la créativité dans les affaires.

«Ces différents domaines sont appelés à collaborer, mais le langage est parfois si différent qu'il est difficile d'établir une réelle communication. Pourtant, avec les prochaines générations, je crois qu'on verra plus de cette pluralité», ajoute Ariane-Li Simard Côté.

Le projet

A144, pour sa première édition, rassemblera 144 participants à part égale du monde des affaires et de celui des arts pour créer une cohorte qui évoluera durant une année.

La cohorte sera soutenue par 12 ambassadeurs (six des arts et autant des affaires; tous les profils sont présentés sur la [page de l'événement](#)) qui vivent des défis liés à la conjoncture arts-affaires. Parmi eux, des entrepreneurs (comme Louis-Félix Binette, président de f. & co, animateur des rendez-vous CreativeMornings/Montréal), experts de professions libérales (comme Alice Monet, avocate de Monette Barakett), professionnels du milieu culturel (Étienne Langlois, codirecteur général et directeur administratif du Centre du Théâtre d'Aujourd'hui) et artistes (Alexandre Désilets, auteur/compositeur/interprète).

Chaque mois, un d'eux, en alternance arts/affaires, accueillera dans son milieu de travail les binômes inscrits à l'événement. L'ambassadeur partagera ses connaissances, outils, réflexions et enjeux.

De plus, neuf mentors aguerris dans le jumelage arts-affaires se joindront à l'équipe pour chapeauter le lancement: Lorraine Pintal (TNM), Adam Blanchay (Juste pour rire), Monique Robillard (École nationale de théâtre), Myriam Achard (Centre Phi), Sébastien Ébacher (Ubisoft Montréal), Anne-Marie Barnard (Musée d'art contemporain), Bernard Hébert, Claude Godon (Aequo) et Thérèse David.

Deux problématiques arts-affaires seront déterminées en amont du lancement, et dévoilées lors de la soirée du 9 avril. Les problématiques s'articuleront autour des questions suivantes: «Comment faire rayonner une œuvre artistique dans un contexte donné?» «Comment bonifier un produit ou une offre de service du milieu des affaires?» Les problématiques serviront de levier à la discussion et à la collaboration entre les membres de la cohorte. Le bilan de l'année se déroulera au printemps 2017, lors de la soirée de clôture.

Une application pour téléphones intelligents facilitera le réseautage.

Les intéressés peuvent s'inscrire [ici](#).

Les ambassadeurs de la première édition du projet A144 (dans l'ordre de leur apparition en photo de couverture):
Pascal Boucher (directeur des ventes et du développement de Virtu360)
Sofranie Trencia (directrice artistique, design d'événements et création artistique cirquassien)
Frédéric Drouin (ingénieur et entrepreneur, président et fondateur de Couvent)
Louis-Félix Binette (président de f. & co, animateur des événements CreativeMornings)
Ilias Benjaloun (cofondateur de Stay22.com et directeur créatif de MTLNewTech)
Lydia Boucharde (directrice artistique, chorégraphe, danseuse et actrice)
Jelena Neylan (gestionnaire de portefeuille et courtière aux valeurs mobilières de la Banque Laurentienne)
Alexandre Désilet (auteur/compositeur/interprète)
Émilie Chabot (chargée de projet arts-affaires du Conseil des arts de Montréal)
Étienne Langlois (codirecteur général et directeur administratif du Centre du Théâtre d'Aujourd'hui)
Alice Monet (avocate de Monette Barakett)
Kakim Goh (artiste visuel et commissionnaire d'expositions)

TAGS : PROJET 144

f 61 t 82



À LA UNE

- PUBLICITÉ** 19 MAI 2017 43
Le Devoir devient un site de fausses nouvelles?
- ENTREPRENEURIAT** 17 MAI 2017 98
Benoit Cartier: «Transmettre une entreprise ne se fait pas du jour au lendemain»
- DESIGN** 17 MAI 2017 10
Une collection de t-shirts signée par des influenceurs canadiens
- COM-MKTG** 17 MAI 2017 121
Deux changements dans l'équipe de direction de BleuBlancRouge
- INTERACTIF** 17 MAI 2017 10
Shazam, souviens-toi!

BLOGUE FORMATIONS CAMPUS

- 12 MAI 2017 94
Le stratège: qui est-il?
- 04 MAI 2017 8
Convaincre: un talent qui s'apprend
- 03 MAI 2017 86
Plateformes numériques: le point sur les innovations

LA VITRINE INFOPRESSE

- FIL DE PRESSE - LG2**
Adweek - Ad of the day
- FIL DE PRESSE - COSSETTE**
Changer les habitudes de transport hivernal
- FIL DE PRESSE - AGENCE RINALDI**
Rinox choisit l'agence Rinaldi
- FIL DE PRESSE - GROUP**
Louis-Philippe Charland chez MediaCom Montréal
- FIL DE PRESSE - TOUCHÉ!**
4 prix pour Touché! aux Internationalists

CONFÉRENCES ET CONCOURS

- 7** CONFÉRENCE INFOPRESSE
Marketing et alimentation
JUIN
- 14** CONFÉRENCE INFOPRESSE
Marketing de contenu
JUIN
- 20** CONFÉRENCE INFOPRESSE
Youtubers et influenceurs web
SEPT.

CAMPUS INFOPRESSE

- Le premier centre de formations professionnelles en communication - marketing et interactif.
- 18** WEBINAIRE CAMPUS
Augmenter le ROI de vos campagnes numériques en optimisant votre site et vos données web
MAI
- 24** CAMPUS INFOPRESSE
Bien écrire pour le web
MAI
- 30** CAMPUS INFOPRESSE
Médias sociaux: de la stratégie à l'engagement
MAI
- 1** WEBINAIRE CAMPUS
Organiser et paramétrer votre Google Analytics pour faciliter la mesure et la prise de décision
JUIN

INFOPRESSE JOBS

- Le premier site d'emplois des professionnels en communication, marketing, design et interactif
- Directeur ou directrice de projets**
RÉSERVOIR PUBLICITÉ CONSEIL
- Chargé de projets numériques**
remplacement de congé de maternité
FONDATION CHU SAINTE-JUSTINE
- Technicien ou technicienne finances, ressources humaines et administration**
FONDATION CHU SAINTE-JUSTINE
- Conseillère ou conseiller en communication**
CEGEP LIMOULOU
- Correcteur**
RAYMOND CHABOT GRANT THORNTON

LIVRES BLANCS

- valtech.** Comment gérer efficacement vos actifs numériques?
- Baromètre québécois de l'expérience client.**

À PROPOS D'INFOPRESSE

À PROPOS D'INFOPRESSE
Le Groupe Infopresse est le premier groupe média spécialisé en communication au Québec.

POUR NOUS JOINDRE
514 842-5873

ANNONCEZ CHEZ INFOPRESSE
Pour toute information concernant les opportunités publicitaires dans les différents produits Infopresse.

SUIVEZ-NOUS f t in y s e

DOSSIERS

- DESIGN** 11 MAI 2017 184
Concours Lux 2017: les 100 images de l'année
- MÉDIA** 03 MAI 2017 237
Prix Média 2017: les meilleures stratégies médias de l'année
- PUBLICITÉ** 19 AVR. 2017 44
Retour sur la carrière de Normand Grenier, Pierre Delagrave et Yves Gougoux
- COM-MKTG** 18 AVR. 2017 387
Créa 2017: tous les résultats

PUBLICATIONS

- INFOPRESSE** Guide Com 2015
Le guide de référence des entreprises de services en communication au Québec
COMMANDEZ-LE
- INFOPRESSE** Magazine Infopresse
Le mensuel du marketing, de la publicité, du design et des communications
ABONNEZ-VOUS

OPINIONS

- 17 MAI 2017 48
Les plus fréquentes erreurs lors de la conception d'un site web
MAXENCE PEZZETTA
COFONDATEUR, MY LITTLE BIG WEB
- 16 MAI 2017 47
Les réseaux sociaux ne sont pas un jeu
LAURA CABRERA
TEAM LEADER RÉSEAUX SOCIAUX, WINK STRATEGIES
- 15 MAI 2017 222
Ne dites pas à ma mère que je suis concepteur-rédacteur, elle me croit storyteller
STÉPHANE JEAN
DIRECTEUR DE CREATION, BOB AGENCE
- 12 MAI 2017 7
Un monde en transition, d'autres histoires et expériences à imaginer
FRANCE LEVERT
COFONDATRICE ET SPÉCIALISTE EN ENVIRONNEMENT, COLLECTIF COMMUNICATION CITOYENNE
- 11 MAI 2017 176
Le coup médiatique de la semaine: la Croix-Rouge
PIERRE GINCE
ARP, PRÉSIDENT, MESURE MÉDIA ET DIRECTION COMMUNICATIONS STRATÉGIQUES