



FME2014
BILAN



TABLE DES MATIÈRES

LA 12 ^E ÉDITION DU FESTIVAL DE MUSIQUE ÉMERGENTE [FME 2014]	
LE FESTIVAL DE MUSIQUE ÉMERGENTE, UN ÉVÈNEMENT ANNUEL	3
LE FME ET SES STATISTIQUES	6
LES PARTENAIRES	7
LES LIEUX DE DIFFUSION	8
LES BÉNÉVOLES	9
LES PLACEMENTS PUBLICITAIRES DANS LES MÉDIAS	10
LE FME SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX	11
LE FME ET L'EXPORTATION DES TALENTS D'ICI	11
UN ÉVÈNEMENT ÉCORESPONSABLE	12
LES PRODUITS DÉRIVÉS DU FME	14
LE FME ET SES OBJECTIFS	15
QUELQUES CITATIONS SUR LE FME 2014	16



LE FESTIVAL DE MUSIQUE ÉMERGENTE UN ÉVÈNEMENT ANNUEL

Organisme à but non lucratif, le Festival de musique émergente en Abitibi-Témiscamingue (FME) fait la promotion de la musique émergente et indépendante depuis maintenant 12 ans. Il donne à des artistes régionaux, québécois, canadiens et internationaux la possibilité de se produire devant un public de professionnels et de festivaliers assoiffés de musique et de nouveautés. Le FME présente plusieurs formules de concert : spectacles présentés en salle et en plein air, soirées thématiques, « 5 à 7 », *Concerts impromptus*, etc. Le Festival colore et dynamise la ville de Rouyn-Noranda pendant le long week-end du congé de la fête du Travail.

En 2014, le FME a enregistré une affluence de 24 000 entrées, soit une hausse de 2 % par rapport à 2013. Cette croissance confirme l'évolution de la demande pour les découvertes musicales proposées par le FME. Cette année, il était question de miser sur la découverte musicale, une des valeurs chères à l'équipe.

Le Festival procure à la grande région de l'Abitibi-Témiscamingue une visibilité et une notoriété propices à son développement. Environ 40 % des visiteurs du FME sont des touristes qui réservent au moins une nuitée dans un établissement hôtelier. L'évènement se veut une vitrine privilégiée de la musique émergente et fait en sorte que les grands pôles urbains ne sont plus les seuls précurseurs pour ce segment musical. Ce faisant, le FME contribue activement à la diversité de l'offre culturelle, qui constitue l'un des facteurs de rétention des jeunes adultes en région et qui contribue, à sa façon, au rayonnement de l'Abitibi-Témiscamingue au Québec, au Canada et en Europe francophone.

Le FME est un évènement reconnu dans son milieu. Il a d'ailleurs raflé plusieurs prix et mentions :

- « Évènement de l'année » en 2009 et en 2010 (et finaliste en 2012 et 2013) au Gala Industrie de l'ADISQ ;
- Victoire au gala régional des Grands prix du tourisme de l'Abitibi-Témiscamingue ;
- Prix « Bronze » dans la catégorie « Festivals et évènements touristiques – Budget d'exploitation de plus de 1M \$ », au gala national des Grands Prix du tourisme québécois ;
- Finaliste au Prix coup d'éclat 2014 dans les catégories des évènements avec un budget de fonctionnement de plus de 500 000 \$, « Affiche promotionnelle » et « Publicité à la télévision » ; et finalement « Prix de la commandite Loto-Québec » ;
- Le FME a remporté le prix Ann-Boudreau-Paiement dans la catégorie « évènements » au Gala des Extra 2013.

Cette année, 37 professionnels internationaux, programmeurs et professionnels de l'industrie pour la plupart, sont venus y faire du repérage. À ces professionnels s'ajoutent 92 membres de l'industrie de la musique à l'échelle nationale. La couverture médiatique a été généreuse : 84 journalistes québécois, 7 journalistes canadiens hors Québec et 11 journalistes internationaux. Au total, 102 journalistes étaient présents et représentaient 73 médias. Pour voir la couverture, consultez le Scoop.it du FME.

SCÉNOGRAPHIE URBAINE SIGNÉE FME

Pour la 12e édition, l'organisation du FME a décidé bonifier sa scénographie urbaine. La ligne directrice découlant du visuel de l'affiche s'est fait sentir dans tout le périmètre. Le robot et ses ludiques dérivés rappelant l'enfance étaient au cœur de la thématique. La 7^e Rue a été transformée en espace de rencontres et d'échanges. Le *Lounge Hydro-Québec*, structure de bois couvert et gazonné, était une aire de repos de prédilection pour les festivaliers. Les murs constitués de télévisions à écran cathodique permettaient de visionner un montage de films « vintage » de robots dans une ambiance tamisée. En fin de soirée, le *Lounge Hydro-Québec* s'animait en servant de lieu de diffusion de concerts impromptus.

Une autre nouveauté a fait sensation : l'espace DJ sur la 7^e Rue. Tous les soirs, dès 19 h, la foule attirée par la musique de différents Disc Jockey envahissait cet espace. Non loin de là trônaient bars construits avec des palettes de bois recyclées et des bancs colorés rappelant les blocs Lego. Les comptoirs des bars ont été fabriqués à partir de matériaux récupérés par la Fonderie Horne. Une fresque monumentale sur les dix ans du FME, peinte par un artiste de la région, pouvait également être admirée.

Un *Lite-Brite* géant, dont des bouteilles d'eau colorée recyclées rappelaient les petits globes lumineux de notre enfance, a amusé petits et grands et a donné place à de belles créations spontanées. Un toit de parapluies multicolores, créé en partenariat avec Les Ateliers Frappaz (France), couvrait l'espace du *Lite-Brite* et un tapis de tourbe s'étendait sous celui-ci. À l'entrée du site, le sigle « FME », dont les lettres illuminées atteignaient 13 pieds de hauteur, portait en son centre une immense tête de robot en bas relief. La tête, réalisée par une artiste de la région à partir de feuilles de cuivre recyclées, crachait de la boucane pour nous inviter à entrer sur le site. En revêtant des projections multimédias, l'Agora des Arts s'était elle aussi mise sur son 31. Dans le but de mettre en valeur les installations et leur intégration au patrimoine historique du quartier, le FME a porté une attention particulière à l'éclairage du site et aux abords de la 7^e Rue.



LE PROJET « QUATRE CONTINENTS »

Impliqué dans le projet Quatre Continents depuis 2011, le FME a renouvelé sa collaboration avec ces partenaires internationaux cette année. En s'emparant de l'espace public, le projet Quatre Continents propose de relever un défi artistique et urbain en créant des scénographies monumentales et éphémères. Les différents acteurs de ce projet sont : Les Ateliers Frappaz/Centre métropolitain des arts urbains, le festival Les Invités de Villeurbanne, le Festival Rendez-vous chez nous de Ouagadougou/Burkina Faso, le festival Hanmadang de Gwacheon et le Festival de musique émergente en Abitibi-Témiscamingue. Tous ces festivals portent l'ambition d'impulser de nouvelles dynamiques culturelles et artistiques. Cette dynamique participe à la fois au développement de leur propre structure et projet, mais aussi à l'échelle de la ville et du territoire où ils sont implantés. À titre d'exemple, en 2014, les scénographes des Invités sont venus au FME pour y installer le toit de parapluies multicolores ayant servi à la dernière édition de leur propre festival. Dans la même lignée, en 2012, le projet Tricot urbain, issu du FME, a été récupéré à Villeurbanne et à Ouagadougou. Mentionnons également le projet Baobab (2012), sculpture de 16 pieds de hauteur réalisée à Ouagadougou par le Québec et l'Afrique. Plusieurs autres projets et collaborations de plus petite envergure ont également vu le jour grâce au projet Quatre Continents.

CONCERTS IMPROMPTUS, UNE NOUVEAUTÉ 2014

Cette année, une nouveauté dans la programmation a fait plaisir aux amateurs de *spectacles surprises*. Il s'agit de la série des Concerts impromptus. Afin de montrer la ville de Rouyn-Noranda sous son meilleur jour et d'ajouter une ambiance incongrue à certaines prestations, des concerts impromptus ont été ajoutés à la programmation régulière et présentés en des endroits inédits méticuleusement choisis. Le FME met le citoyen au cœur de la fête, à deux pas de chez lui. Cette façon de concevoir le partage d'expériences musicales cadre parfaitement avec les valeurs de l'organisation, soit rendre accessibles les artistes auxquels elle croit.

Les festivaliers ont tout de même profité de concerts hors programmation. À une heure d'avis, ceux-ci étaient informés de la tenue des concerts secrets via l'application mobile et les réseaux sociaux du Festival. Quelque 3 000 personnes ont ainsi découvert ou redécouvert des artistes originaux dans un cadre qui détonne et une proximité déconcertante. Une formule signée FME, quoi! Parce qu'ils offrent une valeur ajoutée à l'évènement, le FME croit au potentiel de ses concerts improvisés. Le Festival fournit les ingrédients nécessaires pour produire du contenu de qualité, et des médias comme Télé-Québec l'ont compris. L'équipe de la Fabrique culturelle en a profité pour provoquer des prestations dans des lieux inhabituels.

En voici quelques exemples :

- *Deux Pouilles en Cavale* ont performé devant la caserne de pompiers.
- *The Feather* a joué à la foire alimentaire des Promenades du cuivre.
- *Les Deuxluxes* ont donné une prestation dans le stationnement souterrain du centre commercial.
- *Dany Placard* a chanté une pièce de son nouveau disque devant la scénographie urbaine du FME.
- Les prestations de *Slingshot Brothers* et de *Propofol* ont été captées lors de leur concert au Cabaret de la dernière chance.

L'ESPACE PRO

L'Espace PRO existe au FME depuis 2007. Le concept, qui vient de grands festivals d'Europe, est le premier du genre au Québec. Lieu de détente avec bar et collations, l'Espace PRO est un lieu convivial où tout est propice aux échanges et au réseautage. Le FME donne aux utilisateurs l'accès à des ordinateurs et à des imprimantes, à une connexion Internet, au dossier de presse des artistes et plus encore. L'espace est utilisé par l'organisation et les représentants nationaux et internationaux du monde de la musique, tels que les programmeurs, tourneurs, producteurs, maisons de disques, etc. Les journalistes sont aussi invités à transiter par cet espace.

L'Espace PRO est aussi le théâtre d'activités de réseautage très couru. Le Souper des pros, organisé chaque année par le FME, invite tous les professionnels à partager un repas. L'évènement est orchestré selon une thématique précise. Cette année, un méchoui a été servi et, vu le temps pluvieux, les Hay Babies ont fait leur prestation dans une boîte de camion. Pendant le repas, les concerts et l'expérience du FME sont sur toutes les lèvres. Les artistes émergents québécois et canadiens sont découverts par les professionnels et des liens sont tissés entre les équipes.

En 2014, le FME était l'hôte de l'Assemblée générale annuelle de la Fédération DeConcert!, une fédération dont le FME fait partie. Cette organisation favorise les échanges, la mutualisation des expériences organisationnelles et de programmation, les outils de communication, la création et le développement artistique, l'étude de l'évolution du secteur des festivals ainsi que leur représentation auprès des organismes professionnels (institutions, sociétés civiles).

Le Festival a accueilli un Rendez-vous de l'ADISQ, une rencontre qui s'adresse aux professionnels de l'industrie musicale du Québec. Pour permettre à ses membres d'échanger et de débattre des grandes questions de l'heure dans l'industrie, l'ADISQ organise des rendez-vous plusieurs fois par année. Finalement, La Tournée des Entrepreneurs a également profité du FME pour faire un arrêt à Rouyn-Noranda pendant sa tournée provinciale.

Par ces initiatives, nous cherchons à donner de la visibilité et des occasions d'affaire aux artistes et aux artisans de la musique; le succès de nos actions s'incarne dans l'exportation outre-mer des artistes.

LE PRIX DÉCERNÉ AUX ARTISTES DU FME

COUP DE CŒUR TÉLÉ-QUÉBEC | Depuis 10 ans, le prix COUP DE CŒUR TÉLÉ-QUÉBEC est remis à un artiste ou à une formation après son passage au FME. Le prix est une participation rémunérée à l'émission « Belle et Bum », diffusée à Télé-Québec. Cette année, la récompense a été remise à la formation Les Deuxluxes.

CONCOURS

Lors du concours Les Francouvertes, le FME remet un prix qui assure à la formation ou à l'artiste gagnant une prestation au FME. En 2014, la formation Deux Pouilles en cavale s'est assurée une place FMEienne.

Le gagnant du FRIMAT a également une place réservée au FME. Cette année, Guillaume Trotter s'est mérité une tribune en formule 5 à 7.



LE FME ET SES STATISTIQUES

En 7 ans, près de 449 artistes et formations musicales ont partagé leur art avec le curieux et passionné public du FME. Cette année, le nombre d'entrées a atteint 24 000 contre 18 500 en 2011. Il s'agit d'une augmentation de 30 % en 3 ans. Ce crescendo considérable témoigne de l'enthousiasme de notre précieux public.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
SPECTACLES ET ÉVÉNEMENTS	60	74	70	68	80	75	91
↑ EN % PAR RAPPORT À L'ANNÉE PRÉCÉDENTE	12 %	12 %	22 %	8,5 %	73 %	27 %*	2 %
LIEUX DE DIFFUSION	12	13	13	11	12	13	17
MEMBRES DE L'ÉQUIPE D'ORGANISATION	30	30	30	30	30	30	30
NOMBRE DE BÉNÉVOLES	150	150	150	150	175	190	175
PUBLIC DU FESTIVAL [nombre d'entrées]	12 500	14 000	17 000	18 500	32 000	23 500	24 000

* par rapport à l'année 2011

PROVENANCE DES ARTISTES [FORMATIONS]	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
INTERNATIONALES	7	11	14	11	9	9	11
CANADIENNES	45	6	4	3	3	3	4
QUÉBÉCOISES	S/O	43	48	47	58	53	60
TOTAL	52	60	66	61	70	65	75

FMEAT.ORG	2010	2011	2012	2013	2014
VISITES DU SITE [Session de janvier à octobre]	37 219	39 488	63 738	58 759	62 908
PAGES OUVERTES [Pages visionnées de janvier à décembre]	101 735	118 275	189 000	174 928	201 390

LES PARTENAIRES

L'équipe maintient des liens étroits avec les professionnels d'ici et d'ailleurs. En ce qui concerne le volet international des partenaires, le Festival de musique émergente en Abitibi-Témiscamingue consolide et noue de nouveaux partenariats chaque année. Le FME s'est construit un important réseau lors d'évènements renommés. En 2014, les partenariats avec le Fraca-Ma, les Bars en Trans, le Printemps de Bourges et les Invités de Villeurbanne, avec le projet Quatre Continents, ont retenu l'attention et nécessité le plus d'efforts.

Depuis l'époque où le FME n'était qu'un ambitieux projet sur papier, le Festival n'a cessé d'être redevable aux partenaires pour leur soutien et leur confiance envers l'équipe. Précieux pour la pérennité de l'évènement, ils font partie intégrante de l'identité du FME. Comme certains bénévoles, certains partenaires sont associés à l'évènement depuis ses tout débuts, et le FME en est très fier.

Que ce soit des commandites, du financement provenant de différents paliers gouvernementaux, des échanges de services, des heures de bénévolat ou encore de la couverture médiatique, toutes ces formes d'aide permettent au Festival de grandir d'édition en édition.

PARTENAIRES DU FME - 2014

Présentateur officiel | SiriusXM

Co-présentateur officiel | Québecor

Partenaires officiels | Boréale, Hydro-Québec

PARTENAIRES

Desjardins - Caisse de Rouyn-Noranda • La Financière Sun Life • Fonderie Horne • Agnico Eagle

PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET INSTITUTIONNELS

SODEC • Patrimoine canadien • Développement Économique Canada, Musicaction • Factor, Ministère du Tourisme • Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine • Ville de Rouyn-Noranda • CLD Rouyn-Noranda • Consulat général de France

FOURNISSEURS OFFICIELS

Moreau • Christian Leduc photographe • Location Dion • Blais Industries • Chez Gibb • Location Jean Légaré • Production Balbuzard • Traductions Papyrus • Mascarade • Hôtel Quality Inn • MicroÂge • Location Blais • La Maison des viandes • Centre du Jardin du Lac Pelletier • Média Pub • Artcad • Manseau & Perron inc.

PARTENAIRES TECHNIQUES

Solotech • Projecson

PARTENAIRES MÉDIAS

Média Transcontinental • RNC Média (Capital rock) • Télé-Québec • NRJ • CISM • BRBR • Musique Plus

COLLABORATEURS

Cité Étudiante • Fondation SOCAN • GreenCopper • La Fontaine des arts • Fédération internationale de festivals « De Concert! » • Comité socioculturel UQAT • FRIMAT - Festival de la Relève Musicale Indépendante de l'Abitibi-Témiscamingue • Loisir et sport Abitibi-Témiscamingue • Tourisme Abitibi-Témiscamingue • SDC Centre-Ville • L'Indice bohémien • Ville de Ville-Marie.



LES LIEUX DE DIFFUSION

Depuis le tout début du Festival, les spectacles se déroulent dans les petites salles de Rouyn-Noranda. Le but était d'établir une proximité entre l'artiste et le public. Pour permettre l'accessibilité à un plus grand nombre de spectateurs, des scènes extérieures ont aussi été aménagées.

SALLES

Scène Évolu-Son | 15, avenue Principale
Le Trèfle Noir | 145, avenue Principale
Au Diable Rond | 165, avenue Carter
Bar Le Groove | 124, avenue Principale
Le Cachottier | 143, avenue Principale
Cabaret de la dernière chance | 146, 8^e Rue
Café-Bar L'Abstracto | 144, rue Perreault Est
La Légion | 20, rue Mgr Tessier
L'Écart...lieu d'art actuel | 167, avenue Murdoch
Le Petit Théâtre du Vieux Noranda | 112, 7^e Rue
L'Agora des Arts | 170, avenue Murdoch
La Scène Paramount | 15, rue Gamble Ouest

La 12^e édition du FME a accueilli 75 projets musicaux du Québec, du Canada, des États-Unis, de France et de Belgique; 332 artistes ont fréquenté 12 salles, un site extérieur hors du commun avec deux scènes ainsi que quatre nouveaux lieux inusités consacrés à la série des concerts impromptus. En tout 17 lieux de diffusion, comparativement à douze lors de la précédente édition, ont été pris d'assaut par des groupes musicaux savamment sélectionnés, issus de la relève.

Le FME a maximisé l'espace de son site sur la 7^e Rue avec un espace à DJ, une nouveauté 2014, dans le but d'animer les lieux en soirée. Autres nouveautés sur la 7^e Rue, une deuxième scène extérieure dans l'espace Lounge Hydro-Québec. Le site amélioré a permis, à lui seul, d'accueillir 3 630 personnes le jeudi 28 août, lors de l'ouverture du FME.

SCÈNES EXTÉRIEURES

7^e Rue | Scène Desjardins [entre les rues Murdoch et Carter]
7^e Rue | Scène dans L'espace lounge Hydro-Québec

CONCERTS IMPROMPTUS

En raison de la pluie, le Marché public a été changé pour la foire alimentaire des Promenades du Cuivre | 100, rue du Terminus Ouest
Parc botanique À fleur d'eau | 325, avenue Principale
Zone Cuirs Exclusifs | 124, avenue Principale
Gare de Noranda | 165, avenue Portelance



LES BÉNÉVOLES

Cette année, 175 bénévoles ont assuré le succès du Festival. Que ce soit à l'accueil en ville, au camp et dans les salles, à l'hébergement, à la billetterie, aux bars, au transport, à la cuisine ou aux décors, ceux-ci ont garanti le fonctionnement des différents services.

Avant, pendant et après l'évènement, une trentaine de bénévoles détenant des postes de responsabilité (bars, décors, articles promotionnels, commandites, communications, loges, etc.) offrent généreusement de leur temps. Aussi, plusieurs bénévoles vivent à l'extérieur de la ville et de la région. Une telle implication favorise des échanges intéressants et permet la création d'une équipe hétérogène et inclusive.

Il est très encourageant pour l'organisation, elle-même composée majoritairement de bénévoles, de sentir que les gens s'impliquent au FME. Même que certains d'entre eux s'investissent depuis la première édition. Savoir que la communauté croit au FME, à la diffusion de la musique émergente et à la capacité de la région de présenter un tel évènement est des plus motivants. En ce sens, la permanence du FME se fait un devoir – et un grand plaisir! – d'organiser annuellement un « party des bénévoles ». Une telle soirée souligne les efforts de tous.

LISTE DES PUBLICITÉS DANS LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

MÉDIAS TRADITIONNELS

Plusieurs ententes de partenariat ont été conclues avec des médias québécois. Voici un survol de ces partenariats.

Québecor | Publiciser l'évènement dans les journaux québécois à grand tirage tels que le 24 h, le Journal de Québec et le Journal de Montréal. Diffusion publicitaire sur d'autres plateformes telles que MaTV, le réseau TVA (provincial) et Canoë.

Télé-Québec et Musique Plus | La bande-annonce est diffusée sur les ondes de Télé-Québec et de Musique Plus. Des mentions au sujet du FME ont été faites sur les ondes de Musique Plus lors des interventions des VJs.

CTV | En Ontario, une publicité télévisée a spécialement été produite pour diffusion sur le réseau CTV.

RNC Média | Des publicités annonçant le spectacle de la rentrée, le spectacle familial Agnico-Eagle et l'après-midi électro, en plus de la bande-annonce, ont été diffusées sur toutes les chaînes de RNC Media (SRC, TVA, V) en Abitibi-Témiscamingue. L'entente touche également la diffusion de publicités radio sur différentes chaînes RNC de la région (Capitale Rock et Planète Rock) et de l'extérieur de la région (Radio X Montréal, Radio X2 Québec, KYX Saguenay).

Média Transcontinental | Publications ciblées pour les hebdomadaires régionaux tels que Le Citoyen Est et Ouest, l'Écho ainsi que La Frontière. Dans ces journaux, nous avons mis de l'avant nos événements gratuits.

NRJ | La station produit et diffuse des publicités mettant de l'avant nos événements gratuits et des émissions spéciales appelées « Le FME avant tout le monde » en plus d'afficher une bannière sur le site internet de la radio.

CISM | Une petite équipe de CISM a couvert un spectacle lors du FME 2014. En échange, CISM diffuse des publicités sur ses ondes, et ce, à un prix avantageux.

Des échanges de visibilité ont été faits avec les différents festivals de la région. Nous avons eu des publications dans les programmes du Festival du cinéma international en Abitibi-Témiscamingue, du Festival des Guitares du monde en Abitibi-Témiscamingue, du Festival du Documenteur en Abitibi-Témiscamingue et d'Osisko en Lumière. Des publicités se retrouvent dans des espaces réservés à la culture indépendante comme L'indice bohémien, un mensuel culturel de l'Abitibi-Témiscamingue.

À l'international, des placements publicitaires ont été faits dans des publications européennes comme Longueur d'ondes, Les Inrockuptibles et la revue Festivals.

MÉDIAS INTERACTIFS

Cette année, plusieurs campagnes ont été lancées s'adressant directement à notre cible, soit les 18-35 ans amateurs de musique émergente, sur les sites internet. Notre objectif était d'attirer cette cible, mais particulièrement celle qui habite le nord-ouest de l'Ontario et l'extérieur de la région.

Pour la cible ontarienne, nous avons fait campagne sur ces sites : Aux.TV, NXNE en plus d'une page imprimée dans leur programme et dans le périodique web Exclaim! Magazine.

Pour la cible québécoise, nous avons fait campagne sur le site d'Urbania ainsi que dans leur infolettre. Nous avons également fait campagne avec NEWAD, soit sur le site de Nightlife, tonpetitlook.com, tonbarbier.com et CAMuz.ca.



LE FME SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Pendant toute l'année, et particulièrement avant et pendant le Festival, des annonces sont régulièrement faites sur nos pages Facebook et Twitter. Au menu, nouveautés musicales, annonces de concerts, articles pertinents au sujet de l'industrie, prix et mentions décernés aux artistes passés au FME, etc. Nous redoublons d'efforts dans la fréquence de nos publications dès le mois de juin et nous créons un crescendo qui atteint son apogée pendant le Festival. Pendant les semaines qui suivent le Festival, nous communiquons plusieurs articles publiés sur l'édition qui vient de se terminer et mettons à jour notre revue de presse interactive (scoop.it).

En avril 2014, le compte Facebook du FME comptait 7 134 fans. En septembre 2014, le même compte Facebook en comptait 8 120, soit une augmentation de 14 % en 5 mois.

En juin 2014, le Twitter du FME comptait 2 511 abonnés. Au mois de septembre de la même année, il en comptait 2 725, ce qui représente une augmentation de 9 % en 3 mois.

Le FME est également présent sur Instagram. Notre présence sur cette plateforme a doublé en 2014. Des photos ont été prises et partagées pendant le Festival, et ce, afin de donner au grand public le pouls du Festival en temps réel. Au mois de juin 2014, le compte Instagram du FME avait près de 200 abonnés et à la fin septembre de la même année, il en a 649!

LE FME ET L'EXPORTATION DES TALENTS D'ICI

Des partenariats ont vu le jour lors de la 11^e du FME. Le Festival s'est allié à plusieurs événements comme le MaMA, le Festival Bars en Trans, à Rennes. Depuis, plusieurs artistes ont eu la chance de se faire valoir sur des scènes européennes.

Tous remarqués lors d'un passage au FME, Klô Pelgag, Lisa Leblanc et Mark Berube ont performé en France au festival le Printemps de Bourges, en 2014. Ils ont joué sur la scène Propul'son, dont le but est de soutenir le développement d'artistes émergents. Pour plusieurs de ces artistes, ce fut la première occasion d'aller à la rencontre d'un public étranger. Force est de constater que les retombées de notre volet professionnel sont concluantes.

Le Festival de musique émergente a participé au MaMA en octobre 2014. Pendant trois jours de concerts et de rencontres près internationales au cœur de Pigalle et de Montmartre, en France, le MaMA accueille bon nombre de professionnels français et internationaux de l'industrie musicale. De concert avec d'autres festivals québécois, le FME y a présenté des activités de réseautage et des prestations de Canailles, Les Hay Babies, Mark Berube et We Are Wolves.

LE FME, UN ÉVÉNEMENT ÉCORESPONSABLE

En 2008, le FME s'est associé au Groupe écocitoyen (GÉCO), dont la mission est de sensibiliser la population à l'importance de préserver l'environnement par l'action citoyenne. Au fil des ans, le GÉCO a apporté un soutien ponctuel pour rendre le Festival le plus écoresponsable possible, et ce, dans tous les secteurs de son organisation. Les efforts du FME ont été récompensés par le prix « Tourisme durable » aux Grands Prix du tourisme régional 2009. Choisie comme un projet-pilote par le GÉCO pour une durée de trois ans en 2010, la 12^e édition du FME a pu profiter d'un important bagage de connaissances et de savoir-faire en matière de gestion des matières résiduelles.

Plusieurs initiatives sont mises de l'avant : vaisselle réutilisable, bock de bière à remplissages multiples, alternative végétarienne, compostage dans les cuisines, diminutions des impressions, impressions sur papier recyclé avec encres végétales, etc.

Après chaque édition, le GÉCO et le FME dressent un bilan des initiatives écoresponsables afin d'avoir une vision d'ensemble et de toujours améliorer l'édition à venir.

En 2014, 41,9 % des matières générées ont été valorisées. Bien que cela puisse paraître peu si l'on compare aux éditions antérieures de 2013 (62,8 %) et 2012 (74 %), notons que la quantité de matières résiduelles générées au total a diminué de moitié : 2 083 kg cette année par rapport à 4 013 kg en 2013, ce qui résulte d'une excellente gestion des matières, soit une réduction à la source. Les déchets valorisés sont recyclés ou compostés. Ces résultats sont encourageants pour le futur.



Le GÉCO a aussi réalisé 4 capsules de sensibilisation portant sur les initiatives écoresponsables du FME. Celles-ci ont été diffusées sur les ondes de la radio CFME. Les thèmes abordés étaient : les matières résiduelles et l'équipe VERTE du GÉCO, le verre réutilisable du FME, les vêtements éthiques et écologiques du FME et les transports alternatifs à l'auto solo.

Comme nouveauté cette année, l'utilisation de canettes de bière à la place de bouteilles a grandement contribué à réduire l'utilisation de verre de plastique. Enfin, à la suite d'un changement de fournisseur de service de récupération, les critères de qualité du recyclage sont maintenant plus élevés, entraînant donc plus de refus lors du tri.

Ces démarches démontrent que le FME se démarque également par son engagement sur la réduction de son empreinte écologique et qu'il est déterminé à poursuivre ses efforts de sensibilisation auprès des festivaliers sur l'importance et la signification de l'écoresponsabilité.



LES PRODUITS DÉRIVÉS DU FME

CFME 91,9 FM – LA RADIO DU FME

CFME a fêté ses dix ans d'existence cette année ! Depuis une décennie, deux semaines avant le Festival, la radio événementielle diffuse de la musique émergente dans un rayon de 15 à 25 kilomètres et sur Internet. Pendant le FME, une programmation d'émissions éclectiques à saveur d'émergence monopolise les ondes. Ces émissions sont ensuite archivées sur le site du FME. L'organisation technique, les équipes d'animateurs ainsi que la coordination sont assurées par des bénévoles passionnés de musique et de communications. Le CFME est aussi une plateforme soulignant la précieuse collaboration de nos partenaires. La promotion de notre bien-aimée radio est faite par l'affichage dans la ville de Rouyn-Noranda, à même nos réseaux sociaux et sur les réseaux sociaux du CFME. Les artistes tirent aussi avantage de CFME. En plus d'y jouer leur musique, certains d'entre eux y accordent leur première entrevue radiophonique. Pour la quatrième année consécutive, grâce à un partenariat avec la SDC Centre-Ville, la radio du FME a été diffusée dans les haut-parleurs extérieurs du centre-ville de Rouyn-Noranda, et ce, du 18 au 31 août 2014 inclusivement.

CFME ET JOUBEC

Nouvellement cette année, le local de CFME était situé en plein cœur de l'action, sur la 7e Rue. Le local était occupé avec le disquaire Joubec. En collaboration avec le FME, Joubec a créé un magasin de disque éphémère. Les produits des artistes présents au FME étaient mis de l'avant et identifiés « FME ».

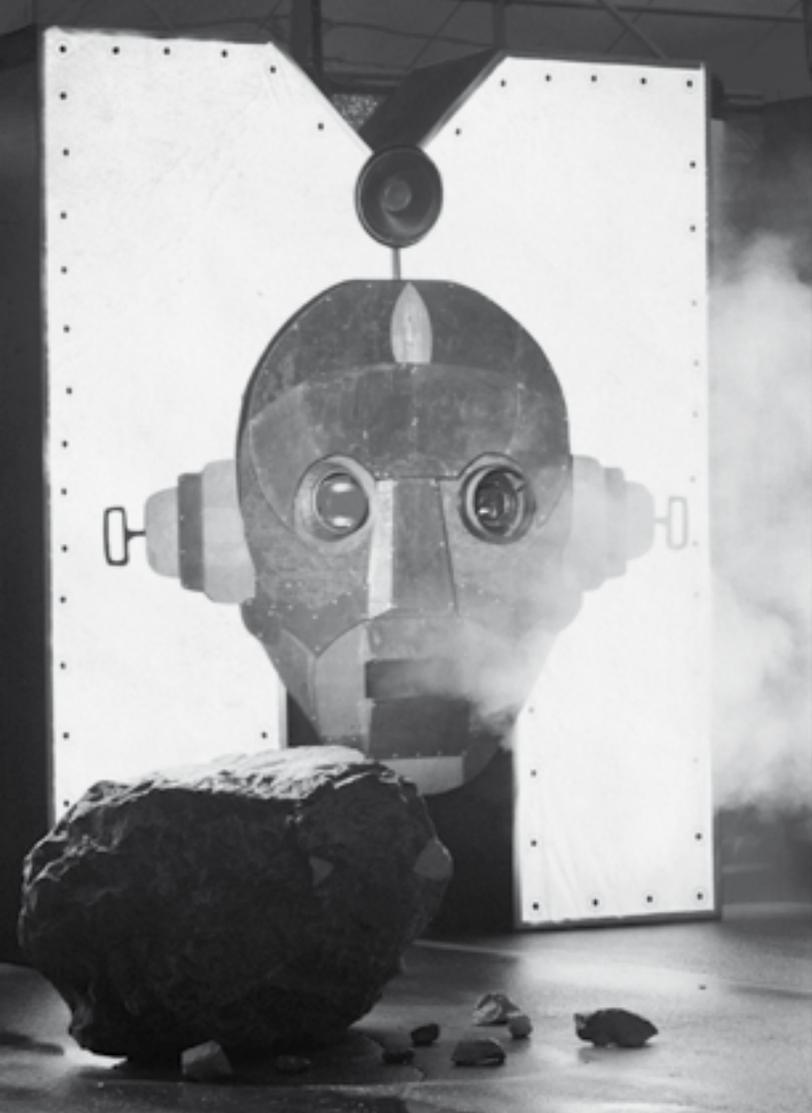
LA BOUCHE CROCHE – LE BLOGUE DU FME

Actif depuis huit ans déjà, le blogue *La bouche croche* est un espace blogue accessible aux amateurs d'information musicale événementielle. Journalistes, amis du Festival et blogueurs *FMEiens* nourrissent cet espace avec leurs écrits. Courts récits, anti-entrevues, réflexions, expériences propres au FME font partie du lot de textes quotidiens. C'est aussi l'endroit où retrouver les capsules vidéo tournées quotidiennement pendant l'évènement. Les billets du blogue sont partagés via les réseaux sociaux du Festival.

WWW.FMEAT.ORG – LE SITE WEB DU FME

Année après année, on y attend et on y trouve la programmation. Entre janvier et octobre 2014, 201 390 pages ont été visionnées et 144 249 visiteurs uniques ont été enregistrés; 61 % des utilisateurs sont âgés entre 18 et 34 ans. Bilingue, il rend sa consultation facile à tous les festivaliers. Le site offre plusieurs services, y compris les suivants :

- achat de billets, de passeports et de forfaits
- diffusion des nouvelles, des communiqués du Festival
- accès au blogue *La bouche croche*
- diffusion et archivage de la radio CFME
- description des artistes de la programmation annuelle
- liens vers différentes plateformes promotionnelles des artistes de la programmation (MySpace, Facebook, Bandcamp)
- visibilité supplémentaire pour les partenaires. (Dans l'onglet Partenaires, logo et hyperliens vers leur site internet y figurent.)



LES PRODUITS DÉRIVÉS DU FME

L'APPLICATION POUR TÉLÉPHONE INTELLIGENT

En 2011, le FME fut le premier événement en Abitibi-Témiscamingue à offrir une application iPhone. Conscient des besoins de son principal public, soit les 18-35 ans, qui baigne dans l'aire des médias sociaux, le Festival a offert la possibilité de retrouver toute l'information pertinente reliée au FME via son application mobile. En 2014, l'organisation a reporté l'expérience, mais cette fois, une version Android de l'application a été ajoutée.

L'application mobile permet :

- d'avoir les descriptifs bilingues et matériels audio des groupes et des artistes.
- d'avoir un plan de la ville de Rouyn-Noranda, ce qui facilite grandement les déplacements entre les lieux de diffusion.
- d'utiliser l'option « Favoris » pour créer sa propre programmation en mettant dans une même page tous les spectacles auxquels on désire assister. En guise de rappel, des notifications sont envoyées avant chaque événement, selon nos favoris. Ces notifications sont envoyées sans utiliser les données mobiles du téléphone.
- En nouveauté cette année, l'application fait des propositions musicales selon les groupes et les artistes aimés sur le profil Facebook de l'utilisateur. Synchronisée au profil et inspirée par celui-ci, l'application propose des artistes à découvrir dans la programmation du FME.
- De recevoir des alertes lorsque se préparent des concerts impromptus, des concerts surprises ou des changements de lieux de diffusion en raison du mauvais temps. L'alerte est reçue instantanément sous forme de message texte. Les alertes sont appréciées. Elles ont d'ailleurs été soulignées par plus d'un média lors du Festival.

Depuis 2011, l'application a été téléchargée par plus de 2 526 utilisateurs. En 2014, 1 028 personnes utilisaient activement l'application, dont 48 % proviennent de Montréal. Les utilisateurs ont accordé une note moyenne de 5 sur 5 à l'application.



LE FME ET SES OBJECTIFS

Le FME est une vitrine de la musique alternative, particulièrement de la musique émergente conçue au Québec. Cette vision est la raison d'être du Festival et sera poursuivie dans les éditions futures. D'ailleurs, 80 % des formations venues au FME cette année étaient québécoises.

Chaque année, le FME note les artistes qui performant à l'international à la suite de leur passage au Festival et 2015 n'échappera pas à la règle. Les miradors présents - aussi nommés promoteurs et programmeurs européens - ont aimé et remarqué les artistes d'ici de passage au FME. Le FME suivra l'évolution des Dear Criminals, Mentana, Jimmy Hunt et Ought à l'international puisque ces formations ont fait particulièrement couler l'encre des journalistes européens.

Le FME a annoncé la venue de Quartiers d'hiver, sa première version hivernale du Festival. Ainsi, il souhaite étendre chaleur et culture dans la saison froide des gens d'ici. Le FME veut également attirer un public de l'extérieur de la région pour faire découvrir une facette peu connue de l'Abitibi-Témiscamingue : la beauté d'un hiver pas comme les autres. Une étude sera faite auprès de la communauté afin de connaître l'intérêt et les possibilités de développement d'un tel évènement. Le nouveau projet évoluera, dans les années à venir, en fonction de la réponse de ses festivaliers et de ses partenaires.

Toute l'équipe planche déjà sur la 13^e édition du FME, qui aura lieu du 3 au 6 septembre 2015.



QUELQUES CITATIONS DU FME 2014

« The entire city becomes a playground, with over a dozen venues, music happening around every corner, and beautiful decorations transforming the small-town streets into works of art .»

- Colin Medley, Exposures, 5 septembre 2014

« L'application mobile du Festival nous avait d'ailleurs avisés que le spectacle des DeuxLuxes ne serait pas à l'extérieur, mais bien dans le garage, derrière la crèmerie. (...) Et c'est là l'un des grands charmes de ce festival : les shows se font dans toutes sortes de circonstances, dans toutes sortes de salles et c'est toujours bien fait et sympathique. »

- Myriam Daguzen Bernier, BRBR, 4 septembre 2014

« A Rich Aucoin performance goes beyond music to all levels of entertainment, and was the perfect beginning to my FME journey. »

- Nadia Elkharadly, We R Addicted, 17 septembre 2014

« Streets close down and poutinerie parking lots are invaded by stages and speakers, making for a beautiful, inclusive and most of all incredibly fun and unique musical experience. »

- Nadia Elkharadly, We R Addicted, 17 septembre 2014

« True to the festival's "anything goes" spirit, there were also a handful of surprise performances in unexpected places, like Rennes, France alt-rocker Laetitia Shériff playing outside a 24 hour poutine restaurant. »

- Max Mertens, Noisy (Music by VICE), 8 septembre 2014

« Alors que je croyais avoir eu le droit à ma part de moments musicaux marquants, Owen Pallett est venu tout chambouler. D'abord seul sur scène, puis rejoint par un guitariste et un batteur, le jeune homme a fait vivre un moment féérique aux mélomanes présents. »

- Louis-Philippe Labrèche, Le Canal Auditif, 2 septembre 2014

« Je pense que quiconque est dans un band veut un jour jouer au FME. C'est un des festivals les plus cool qui existent .»

- Antoine Corriveau, lors de son passage au FME 2014

POUR NOUS JOINDRE :

FESTIVAL DE MUSIQUE ÉMERGENTE EN ABITIBI-TÉMISCAMINGUE
150, avenue du Lac, Rouyn-Noranda (Québec) J9X 4N5 Canada

Téléphone | 819.797.0888 Téléphone sans frais | 1.877.797.0889
Télécopie | 819.797.8693 www.fmeat.org

Mathieu Joannis, directeur général | dg@fmeat.org
Claudine Gagné, agente aux communications et à la promotion | communications@fmeat.org

