



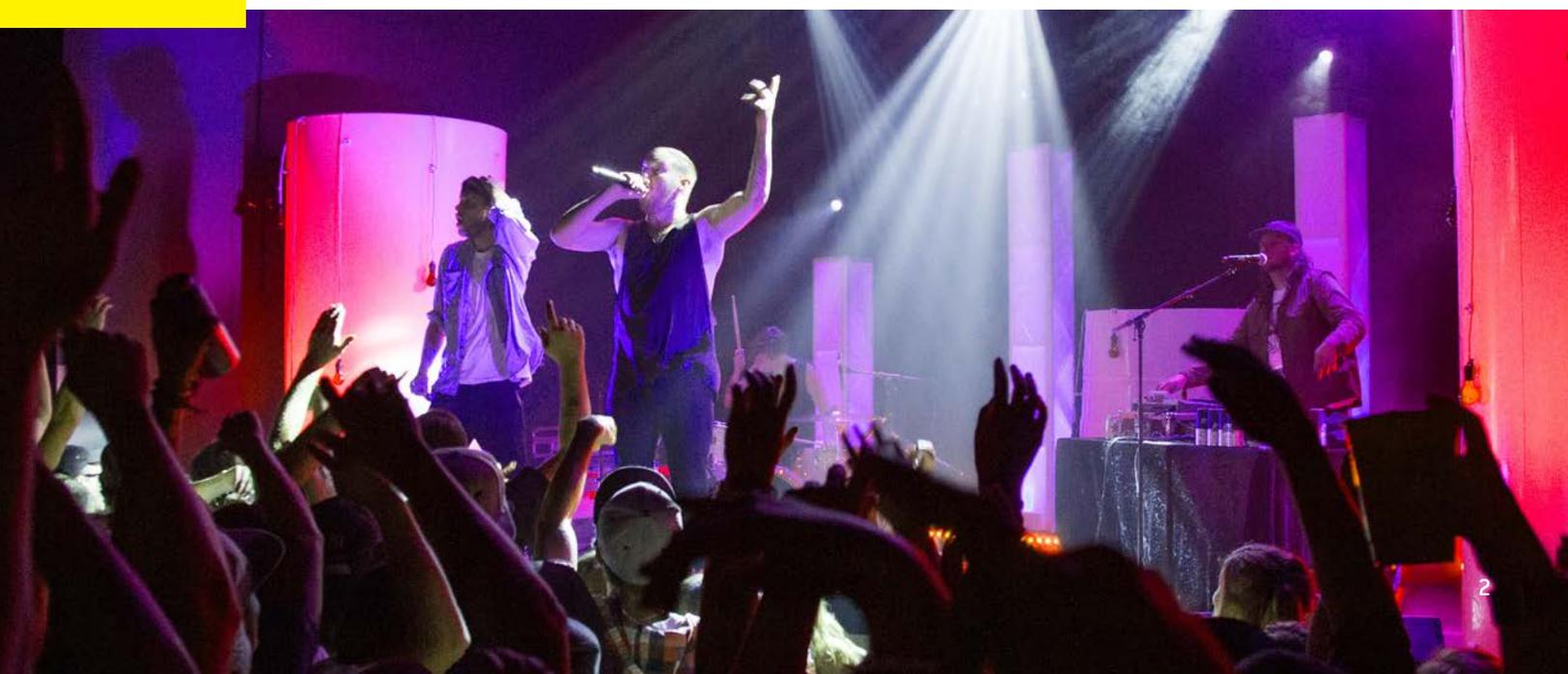
B I L A N F M E 2 0 1 5

LE FME 2015 UNE ÉDITION EXPLOSIVE

Un jaune éclatant jumelé à un rouge vif : les couleurs de la 13^e édition du FME ne pouvaient être plus représentatives pour cette année record! **Avec près de 34 000 entrées**, le Festival, comme la température, était très au-dessus des normales saisonnières. Du 3 au 6 septembre, le combo chaleur et musique a frisé la chevelure des festivaliers.

Évidemment, après 13 ans d'existence et d'exubérance, l'événement est reconnu dans son milieu. Nous sommes très fiers d'ajouter un Félix de l'ADISQ 2015 dans la catégorie « Événement de l'année » pour le FME 2014 à la liste des prix et des mentions que le FME a raflés au cours des dernières années :

- Félix dans la catégorie « Événement de l'année » remis par l'ADISQ en 2009 et en 2010
- Prix Ann-Boudreau-Paiement dans la catégorie « Événement » au Gala Extra 2010
- Victoire au gala régional des Grands prix du tourisme de l'Abitibi Témiscamingue 2012
- Prix « Bronze » dans la catégorie « Festivals et événements touristiques – Budget d'exploitation de plus de 1 M\$ » au gala national des Grands Prix du tourisme québécois 2012
- Nomination à l'ADISQ 2012 et 2013 dans la catégorie « Événement de l'année »
- Prix Ann-Boudreau-Paiement dans la catégorie « Événement » au Gala Extra 2013
- Prix Coup d'éclat ! 2014 dans la catégorie « Publicité à la télévision ou vidéo publicitaire - Organisation avec budget de fonctionnement de plus de 500 000 \$ »
- En lice pour le prix Coup d'éclat ! 2015 ans la catégorie « Affiche promotionnelle »
- Également en lice pour « l'événement de l'année » au GAMIQ 2015
- Récipiendaire du prix Ann-Boudreau-Paiement dans la catégorie « OSBL toutes catégories » au Gala Extra 2015



QUELQUES CITATIONS DU FME 2015

« The great thing about FME is that the locals really own it, with numerous street parties popping out all over the place after hours. »

- **ARTROCKER**, Bee Adamic, 27 septembre 2015

« Évidemment, le FME fut aussi le théâtre de belles rencontres, comme Franz, le talentueux barbier local, volontiers partageur de son Jägermeister, même pendant sa prestation. Ou le disquaire du coin, avenant et connaisseur. Ou les commerçants, tous plus spontanés et agréables les uns que les autres. »

- **MOWNO**, Jeremy Le Bescont, 11 septembre 2015

« And when she says “in town” she really means the whole town: blinking in the crazy hot sunlight (yep – it doesn’t always snow in Canada, who knew?) the morning of my arrival, it seemed like a theme park: yellow and red sculptures, streamers and banners – the 2015 branded colours – spilled out over every café, pub and sidewalk, local toddlers went mental over a giant, billowing snake (part of this year’s logo) and life-size snakes ‘n’ ladders board sitting at the crossroads in the middle of town. »

- **CLASH MAGAZINE**, Emma Finamore, 24 septembre 2015

« Le deuxième soir, pour « topper » cette prestation magique, ils (The Fleshtones) ont dû finir le show en tendant leurs instruments au public et en laissant à Louis-Philippe Gingras le soin de faire le solo de guitare final pendant qu’ils dansaient au milieu de la foule. Y’a des moments comme ça pas mal, au FME. »

- **URBANIA**, Jean-Philippe Tremblay, 23 septembre 2015

« Le FME, c’est un party de famille encore plus qu’un festival. Une cérémonie construite de sueur et tenue à bout de bras par du vrai beau monde un peu fou, qui a suivi le célèbre mantra de Field of Dreams (un vieux film plate avec Kevin Costner, laisse faire ça) : « Construis-le et ils viendront ». Et ils sont venus. Et ils reviennent. »

- **URBANIA**, Jean-Philippe Tremblay, 23 septembre 2015

« Nous avons tellement dansé que les courbatures m’ont rattrapée une fois rendue à Montréal. Comme quoi, le FME, ça laisse des traces dans le coeur et dans le corps. »

- **BARON MAGAZINE**, Maryse Boyce, 12 septembre 2015

« C’était facile de trouver son chemin dans Rouyn pour les très nombreux 5 à 7 gratuits : chacun des bars participants était orné d’un serpent de bois jaune géométrique, ajoutant à l’impression que le FME s’empare véritablement de la ville. »

- **BARON MAGAZINE**, Maryse Boyce, 12 septembre 2015

« L’application mobile du Festival, très bien montée, qui permet de faire son horaire de spectacles et qui permet de recevoir des petits mots doux du FME pour avertir des concerts impromptus. »

- **LE CANAL AUDITIF**, Marie-Ève Muller, 9 septembre 2015

« Je m’incline devant l’organisation du FME qui a donné envie à plusieurs festivaliers de déménager en Abitibi. »

- **BRBRTFO**, Élise Jetté, 8 septembre 2015



CONCERTS IMPROMPTUS ET AGRÉABLES DÉBORDEMENTS

La série des **concerts impromptus**, qui a vu le jour en 2014, est devenue une tradition en 2015. Le FME met le citoyen au cœur de la fête; il a donc ajouté des **concerts impromptus** à sa programmation régulière. Ces spectacles gratuits, annoncés deux semaines avant la tenue de l'événement, sont présentés dans des endroits inédits méticuleusement choisis. Pendant la 13^e édition, le Marché public et le Parc botanique À fleur d'eau sont devenus des lieux de spectacles.

Parce qu'il adore étonner son public, le FME n'a pas lésiné à produire un grand nombre de spectacles surprises tout au long du week-end. À une heure d'avis, via l'application mobile et les réseaux sociaux du Festival, les FMEiens étaient informés de la tenue de ces concerts secrets. Quelque 3 000 personnes ont ainsi découvert ou redécouvert des artistes originaux dans un cadre qui détonne, dans une proximité déconcertante. Une formule signée FME, quoi!

Dany Placard a donné un concert acoustique dans la boutique éphémère du Joubec, sur le site des festivités.

Ropoporse, groupe originaire de France, a donné une prestation dans le stationnement d'un garage.

Totorro, groupe originaire de France, a performé aux petites heures du matin dans l'Espace Lounge Hydro-Québec.

La Bronze a fait le plaisir des festivaliers avec une prestation dans le stationnement de la Scène Paramount.

Safia Nolin a donné plus d'un concert surprise; elle a, entre autres, joué chez Franz Authentische Barbier et sur un quai.

Félix Dyotte, depuis sa chambre d'hôtel, a fait une prestation publique très intime au grand plaisir des festivaliers.

Le Festival fournit les ingrédients nécessaires à la production d'un contenu de qualité, et des médias comme Télé-Québec l'ont compris. L'équipe de la Fabrique culturelle et de Formule Diaz ont provoqué des prestations dans des lieux inhabituels. Aussi annoncés sur l'application mobile du Festival, les tournages de ces médias ont été réalisés devant le public.

Certaines étiquettes de disque et le « OFF » FME ont aussi emboîté le pas. Au final, quand il n'y avait pas de concerts à la programmation officielle du FME, les festivaliers disposaient d'un large éventail de spectacles surprises à voir !





SCÉNOGRAPHIE URBAINE SIGNÉE FME

La scénographie urbaine et l'offre artistique au-delà de la programmation musicale, élaborées et mises en place par Karine Berthiaume et son équipe, sont pour l'organisation deux volets aussi importants que la programmation elle-même. À cet effet, la vision de l'organisation est simple : **le FME est plus qu'un festival, c'est une expérience**. En 2015, l'originalité de la scénographie n'a pas fait exception à cette vision.

L'affiche officielle, créée par Martine Dupuis, artiste originaire de Rouyn-Noranda, représente deux serpents sur un lit d'épines et de fleurs. La thématique de l'affiche et ses couleurs principales, le jaune très vif et le rouge, sont devenues le point de départ du matériel promotionnel, des outils de communication et de la scénographie urbaine du 13^e FME.

SUR LA 7^E RUE

À l'entrée du site, **le célèbre sigle, en lettres géantes, du « FME »** était illuminé et bien en vue. La structure de 13 pieds de hauteur était escortée d'un cobra géant. Les festivaliers pouvaient actionner la langue mécanique du reptile, qui pendait au-dessus d'eux.

Devant ce tableau, petits et grands devenaient les pions humains d'une partie de **serpents et échelles sur une planche de jeu géante** peinte directement sur le bitume de la rue. S'étendait sur tout le site un jardin de fleurs faites à partir de 2 000 bouteilles de plastique recyclées.

Simple structure en bois, **l'Espace Lounge Hydro-Québec**, couvert et gazonné, était l'aire de repos de prédilection des festivaliers. Les murs, constitués de téléviseurs à écran cathodique, donnaient un look retro-futuriste à l'endroit qui, en fin de soirée, se transformait en lieu de diffusion de concerts impromptus.

Pour une deuxième année, la **7^e Rue, quartier général des festivités**, a attiré les foules avec son **espace DJ**. La rue s'est transformée en plancher de danse à ciel ouvert où tout le monde a trouvé son compte avec l'installation de bancs colorés et de bars construits à partir de palettes de bois recyclées. Derrière le bar principal, une fresque peinte par Reno Hébert, un artiste originaire de la région, rappelait les dix ans du FME.

Sur un mur jaune vif sur lequel on pouvait lire l'inscription « Avant de mourir » inspirée de la murale itinérante « Before I die » de l'artiste américaine Candy Chang, les festivaliers pouvaient écrire leurs buts, leurs rêves, leurs fantasmes, bref tout ce qu'ils voulaient accomplir avant la fin de leur séjour sur terre. En face, un tapis de tourbe créait une aire de repos pour lire ce qui était écrit au mur ou, tout simplement, pour admirer le ciel de rue, constitué d'un filet duquel pendaient des milliers de rubans, évoquant ainsi le corps d'un serpent.

Dans le cadre de la démarche CULTURAT, Abitibi & Co a fait le don d'un **canot au FME**. Suspendue dans un arbre, l'embarcation d'un jaune vif était peinte aux couleurs du FME 2015, une réalisation de Martine Dupuis, cette même artiste qui a réalisé l'affiche officielle.

Vêtue de **projections multimédia**, l'Agora des Arts était, elle aussi, 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.



QUATRE CONTINENTS

Ayant pris part à l'initiative **Quatre Continents** depuis 2011, le FME a renouvelé sa collaboration avec ses partenaires internationaux. En s'emparant de l'espace public, Quatre Continents propose de relever un défi artistique et urbain. Il crée des scénographies monumentales et éphémères. Ses acteurs sont :

- Le festival *Les Invités de Villeurbanne*, en France
- Le festival *Rendez-vous chez nous*, à Ouagadougou, au Burkina Faso
- Le festival *Hanmadang*, à Gwacheon, en Corée du Sud
- Le FME

Tous ces festivals impulsent le milieu culturel et artistique. En 2015, la langue mécanique du serpent géant à l'entrée du site a été conçue et réalisée par Patrick Laurino, plasticien des Invités de Villeurbanne. Dans la même lignée, le Tricot urbain, lancé par le FME, a été récupéré à Villeurbanne et à Ouagadougou en 2012. La même année, Baobab, une sculpture de 16 pieds de hauteur, a été réalisée, à Ouagadougou, par des artistes du Québec et d'Afrique. Plusieurs autres initiatives, oeuvres et collaborations de plus petite envergure ont également vu le jour grâce à Quatre Continents.

LES BOUTIQUES ÉPHÉMÈRES DE LA 7^E RUE

Joubec est un détaillant de jouets et un disquaire de Rouyn-Noranda. En collaboration avec le FME, le disquaire a créé une boutique éphémère sur le site de la 7^e Rue. Tous les produits des artistes invités au Festival y étaient mis de l'avant et facilement repérables grâce à une affiche sur laquelle était écrit « FME ».

Joubec a partagé sa boutique éphémère avec **Franz Authentische Barbier**, barbier spécialisé dans la réalisation de coupes de cheveux classiques pour hommes (évidemment!). Quelque 130 têtes et barbes ont été coiffées et taillées pendant les quatre jours de l'événement, par Franz le barbier.

La chocolaterie **Le Gisement**, un commerce de Rouyn-Noranda, avait aussi sa place dans la boutique éphémère. La chocolaterie y a servi du café sous toutes ses formes et du chocolat chaud. Ce nouveau choix de boissons chaudes a beaucoup plu aux festivaliers.

Death Proof, ligne de vêtements purement rouynnorandienne, n'était pas en reste. Les artisans de la marque ont eu l'occasion de rencontrer les festivaliers et de vendre leurs produits dans la boutique éphémère.

Même les **lieux de diffusion du centre-ville** ont été pris d'assaut par les scénographes des Grands-Géants. Pour le grand plaisir des citoyens, des touristes et des commerçants de Rouyn-Noranda, les scénographes ont créé in situ des structures de bois et de plastique rappelant la forme organique du serpent.



LES INVITÉS DU FME

En plus des précieux artistes et festivaliers, le FME reçoit chez lui un grand nombre de **journalistes et de professionnels de l'industrie musicale**. Cette année, le FME a accueilli :

- 43 professionnels de la scène musicale internationale, programmeurs et professionnels de l'industrie
- 110 membres de l'industrie de la musique nationale
- 131 journalistes du Québec
- 16 journalistes du Canada mais provenant de l'extérieur du Québec
- 15 journalistes venus de l'étranger

Précisons que ces **149 journalistes** représentaient **73 médias**. Pour lire la couverture, consultez le site du FME (scoop.it).

L'**Espace PRO du FME** existe depuis 2007. Le concept, premier du genre à être instauré au Québec, est issu de grands festivals d'Europe. Avec son bar et les collations qu'on y sert, l'Espace PRO est un lieu de détente convivial où tout est propice aux échanges et au réseautage. Le FME donne aux utilisateurs l'accès à des aires de travail entièrement équipées. L'espace est utilisé par l'organisation et les **représentants nationaux et internationaux du monde de la musique, tels que programmeurs, tourneurs, producteurs, maisons de disques, etc.** Les journalistes sont aussi invités à y transiter.

L'Espace PRO est aussi le théâtre d'activités de réseautage courues. Le **Souper des pros**, organisé chaque année par le FME, invite tous les professionnels à partager un repas. Une paëlla géante a été servie et, sous un soleil radieux de septembre, Joseph Edgar y a donné une prestation musicale. Pendant le repas, les spectacles et l'expérience du FME sont sur toutes les lèvres. Les professionnels y découvrent des artistes émergents québécois et canadiens et les équipes saisissent l'occasion pour tisser ou pour renouveler des liens.

Pour profiter de la présence de ces acteurs de l'industrie musicale, l'étiquette Bonsound les a conviés, entre deux spectacles, à un **BBQ bucolique**. Dans une ambiance estivale, les invités ont fait connaissance et ont échangé sur les enjeux de l'industrie au rythme et au son de quelques prestations musicales improvisées.

En lançant de telles initiatives, nous cherchons à donner de la visibilité aux artistes et aux artisans de la musique et à leur fournir des occasions d'affaires; le succès de nos actions s'incarne dans l'exportation outre-mer des artistes.

LE FME ET SES STATISTIQUES

En 8 ans, près de 729 artistes et formations musicales ont exprimé leur art devant le passionné public du FME. L'organisation du Festival travaille fort pour attirer les festivaliers, mais quand Dame Nature est clémente, ces efforts sont plus que récompensés par un achalandage qui dépasse toutes les attentes. Cette année, les entrées se sont chiffrées à quelque 34 000, comparativement à 24 000 en 2014. Il s'agit d'une augmentation de 42 % en une seule année !

STATISTIQUES								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Spectacles et événements	60	74	70	68	80	75	91	98
↑ en % par rapport à l'année précédente	12 %	12 %	22 %	8,50 %	73 %	27 % (par rapport à l'année 2011)	2 %	42 %
Lieux de diffusion	12	13	13	11	12	13	17	18
Membres de l'équipe d'organisation	30	30	30	30	30	30	30	30
Nombre de bénévoles	150	150	150	150	175	190	175	230
Public du FME (nombre d'entrées)	12 500	14 000	17 000	18 500	32 000	23 500	24 000	34 000

PROVENANCE DES ARTISTES (FORMATIONS)								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Internationale	7	11	14	11	9	9	11	15
Canadienne	45	6	4	3	3	3	4	3
Québécoise	s/o	43	48	47	58	53	60	54
Total	52	60	66	61	70	65	75	72

FMEAT.ORG						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Visiteurs uniques (d'octobre à octobre)	77 129	93 527	140 944	135 981	147 400	113 045
Pages vues (d'octobre à octobre)	100 872	123 483	189 441	176 851	205 469	155 534



NOS COMMANDITAIRES ET NOS PARTENAIRES

Le FME maintient des liens étroits avec les professionnels d'ici et d'ailleurs. En ce qui concerne le volet international des partenaires, le Festival consolide des partenariats et en noue de nouveaux chaque année. Le FME s'est construit un important réseau lors d'événements de renom. En 2015, les partenariats avec le Fraca-Ma, les Bars en Trans, le Printemps de Bourges et les Invités de Villeurbanne, via Quatre Continents, ont retenu l'attention et ont mobilisé beaucoup d'efforts.

Depuis l'époque où il n'était qu'un ambitieux projet sur papier, le FME a été soutenu par de précieux partenaires. Essentiels pour la pérennité de l'événement, ces partenaires font partie intégrante de l'identité du FME. Le Festival refuse de faire de ses lieux de diffusion des plate-formes de visibilité pour ses partenaires. Sa vision consiste à transformer les partenariats en valeur ajoutée pour les festivaliers. C'est ainsi qu'ont vu le jour des partenariats ingénieux tels que le Piaggio-bar de Boréale, les fontaines d'eau potable de la Fonderie Horne, l'Espace Lounge Hydro-Québec et la distribution de friandises d'Agnico Eagle, pour ne nommer que ceux-là.

Partenariats, financement provenant de différents paliers gouvernementaux, échanges de services, heures de bénévolat ou couverture médiatique, toutes ces formes d'aide permettent au Festival de grandir d'édition en édition.

Présentateur officiel Sirius XM

Co-présentateur officiel Québecor

Partenaires officiels Boréale, Hydro-Québec

Partenaires Desjardins, Caisse de Rouyn-Noranda, Fonderie Horne, Agnico Eagle

Partenaires gouvernementaux et institutionnels

SODEC, Patrimoine Canada, Développement Économique Canada, Musicaction, Factor, Ministère du Tourisme, Ministère de la Culture et des Communications, Ville de Rouyn-Noranda, Office franco-québécois pour la jeunesse

Partenaires de services

Moreau, Christian Leduc, photographe, Location Dion, Blais Industries, Chez Gibb, Location Jean Légaré, Productions Balbuzard, Traductions Papyrus, Mascarade, Hôtel Quality Inn, MicroÂge, Location Blais, La Maison des viandes, Centre Jardin Lac Pelletier, Artcad, Manseau & Perron inc, Air MP, Plastiques G+, Groupe B-15, Électro Performance et H²O Abitibi.

Partenaires médias

Média Transcontinental, RNC Média (Capitale Rock), Télé-Québec, ÉNERGIE, CISM, BRBR, Urbania et TVC9

Partenaires techniques Solotech, Projecson

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, L'Indice bohémien, Ville de Ville-Marie, SOCAN, AmigoExpress, Abitibi & Co, Cuir exclusifs, Gestion immobilière Abitibi-Témiscamingue, AGÉCAT (Association générale des élèves du CÉGEP de l'Abitibi-Témiscamingue)

LIEUX DE DIFFUSION

Depuis le tout début du Festival, les spectacles se déroulent dans des petites salles de Rouyn-Noranda. On veut ainsi établir une proximité entre l'artiste et le public. Pour permettre l'accessibilité à un plus grand nombre de spectateurs, des scènes extérieures sont aussi 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 Monseigneur-Tessier Ouest
- CENTRE D'EXPOSITION DE ROUYN-NORANDA 201, avenue Dallaire
- LE PETIT THÉÂTRE DU VIEUX NORANDA 112, 7^e Rue
- L'AGORA DES ARTS 170, avenue Murdoch
- LA SCÈNE PARAMOUNT 15, rue Gamble Ouest
- PUB CHEZ GIBB 9, rue d'Évain (à Évain)
- L'ÉCART LIEU D'ART ACTUEL 167, avenue Murdoch

La 13^e édition du FME a accueilli 72 artistes solo et groupes musicaux du Québec, du Canada, des États-Unis, de France, de Suisse et d'Italie. Pendant quatre jours, 280 artistes ont fréquenté 12 salles officielles, un site extérieur hors du commun, avec deux scènes, et plus de cinq lieux inusités consacrés à la série des concerts improvisés et aux spectacles surprises. En tout, 18 lieux de diffusion ont été pris d'assaut par des groupes musicaux, par la fête et par les festivaliers.

Année après année, le FME améliore son site extérieur afin que les festivaliers y passent un maximum de temps. La scénographie, l'Espace DJ, l'Espace Lounge Hydro-Québec et les multiples services et les boutiques éphémères ont accueilli à eux seuls près de 5100 festivaliers au spectacle d'ouverture et près de 4800 à la soirée du samedi.

SCÈNE EXTÉRIEURE

- 7^e RUE – Scène Desjardins (entre les rues Murdoch et Carter)
- 7^e RUE – Scène dans l'Espace Lounge Hydro-Québec

CONCERTS IMPROMPTUS

- LE MARCHÉ PUBLIC – 100, rue du Terminus Ouest
- PARC BOTANIQUE À FLEUR D'EAU – 325, avenue Principale
- PUB CHEZ GIBB 9, rue d'Évain (à Évain)

LES PRODUITS DÉRIVÉS DU FME

CFME 91,9 FM – LA RADIO DU FME (radio.fmeat.org)

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 l'événement, **une programmation d'émissions éclectique** 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 une plate-forme qui souligne la précieuse collaboration de nos partenaires. La promotion de notre radio se fait par 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. Malheureusement, en 2015, nous n'avons pu diffuser la radio CFME aux quatre coins du centre-ville, car les haut-parleurs étaient défectueux.

LA BOUCHE CROCHE — LE BLOGUE DU FME (fmeat.org/blog/)

Actif depuis neuf ans déjà, le blogue *La bouche croche* plaît aux amateurs d'information musicale événementielle. En 2015, une équipe de 7 blogueurs de l'Abitibi, du Témiscamingue, mais aussi de Montréal et des Laurentides a été créée. Ces blogueurs, tous bénévoles, avaient une expérience variée et une vision différente du Festival. Courts récits, anti-entrevues, réflexions et expériences propres au FME ont fait partie du lot de textes quotidiens que ces passionnés ont réalisés pendant deux semaines. Les billets du blogue sont « partagés » via les réseaux sociaux du Festival et les réseaux des différents blogueurs.

WWW.FMEAT.ORG — LE SITE WEB DU FME

Année après année, on y attend et on y trouve la programmation. Entre septembre 2014 et septembre 2015, 112 943 visiteurs uniques ont consulté le site internet du FME. Cette donnée représente 155 422 **pages visionnées**; 61 % des utilisateurs sont âgés entre 18 et 34 ans. Bilingue, le site rend sa consultation facile à tous les festivaliers. Le site propose plusieurs services, dont les suivants :

- achat de billets, de passeports et de forfaits
[6 863 visiteurs uniques sur l'onglet de la billetterie]
- diffusion des nouvelles et des communiqués du Festival
- accès au blogue *La bouche croche*
- diffusion et archivage de la radio CFME
[2 229 visiteurs uniques entre septembre 2014 et septembre 2015]
- description des artistes de la programmation annuelle [22 174 visiteurs uniques sur la page de la programmation entre septembre 2014 et septembre 2015]
- liens vers les plate-formes promotionnelles des artistes de la programmation
[MySpace, Facebook, Bandcamp]
- Possibilité de création d'une base de données d'artistes et d'événements favoris liés avec l'application
- Visibilité supplémentaire pour les partenaires
[Dans l'onglet *Partenaires*, logo et hyperliens vers leur site internet y figurent.]



APPLICATION POUR TÉLÉPHONE INTELLIGENT (encore disponible pour l'édition 2015)

En 2011, le FME a été le premier événement en Abitibi-Témiscamingue à proposer 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 donné la possibilité de trouver toute l'information pertinente liée au FME via son application mobile. En 2015, l'organisation a répété l'expérience. Cette fois, l'application était directement liée au site Web. Si l'utilisateur ajoutait un artiste ou un événement dans ses favoris sur le site Web, ce favori s'inscrivait automatiquement ajouté dans son application.

L'application contient :

- Les **descriptions bilingues** des groupes et des artistes et les matériels audio qu'ils ont réalisés.
- Un plan de la ville de Rouyn-Noranda, qui facilite grandement les déplacements entre les lieux de diffusion.
- L'option « **Favoris** » pour créer sa propre programmation en mettant, dans une même page, tous les spectacles auxquels on souhaite assister. En guise de rappel, des notifications sont envoyées avant chaque événement, selon les favoris, sans utiliser les données mobiles du téléphone.
- En nouveauté cette année, l'application contenait une « playlist » de tous les artistes de la programmation; cette liste, aussi accessible via le Soundcloud du FME, a été écoutée 6 931 fois.
- Des **alertes** de concerts impromptus et de concerts surprises ont été reçues instantanément sous forme de messages textes. Ces alertes sont appréciées des médias et des festivaliers.

Depuis 2011, l'application a été téléchargée par plus de 2 526 utilisateurs. En 2015, 1 605 personnes utilisaient activement l'application, comparativement à 1 028 en 2014. Près de 19 515 chansons d'artistes de la programmation ont été écoutées via l'application. Les utilisateurs ont accordé une note moyenne de 5 sur 5 à l'application. Sans contredit, il s'agit de l'outil essentiel du FMEien.



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 : Ce partenaire a publicisé l'événement dans ses journaux québécois à grand tirage tels que le Journal de Québec et le Journal de Montréal et sur d'autres plate-formes comme MaTV, le réseau TVA (provincial) et Canoë.

Télé-Québec : La bande-annonce est diffusée sur les ondes de Télé-Québec.

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 en région, soit SRC, TVA et V. 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 : Ce partenariat prévoit la diffusion de publicités ciblées dans les hebdomadaires de la région tels que Le Citoyen Est et Ouest, l'Écho et La Frontière. Dans ces journaux, nous avons mis de l'avant nos événements gratuits.

Énergie : 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 fait la captation d'un spectacle du FME 2015. En échange, CISM diffuse des publicités sur ses ondes, et ce, à un prix avantageux.

URBANIA : Le magazine a réalisé sa propre émission sur les ondes du CFME, la radio de l'événement.

TVC9 : TVC9 a réalisé 5 émissions qui ont couvert différents angles et les coulisses du Festival.

Des échanges de visibilité ont été conclus 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, le FME a lancé plusieurs campagnes s'adressant directement à notre public cible, les 18-35 ans et amateurs de musique émergente, sur les sites internet. Notre objectif était d'attirer cette faune, surtout celle qui habite le nord-est de l'Ontario et à l'extérieur de la région.

Pour la cible ontarienne, nous avons fait une petite campagne avec un vidéo viral, qui a été diffusé sur les réseaux d'**Exclaim! Magazine**.

Pour la cible québécoise, nous avons fait campagne sur le site d'**Urbania** ainsi que dans son infolettre.

La Fabrique culturelle a communiqué des nouvelles au sujet du FME sur ses réseaux sociaux et a réalisé des capsules pendant l'événement. Lors du tournage de ces capsules, deux blogueuses de *La Bouche croche* suivaient l'équipe afin d'écrire des articles sur leur expérience.

LE FME SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'année durant, mais 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, fréquence qui s'accroît et atteint son apogée pendant le Festival. Pendant des semaines qui suivent l'événement, nous communiquons plusieurs articles portant sur l'édition qui vient de se terminer et nous mettons à jour notre revue de presse interactive (scoop.it).

- En septembre 2014, le compte Facebook du FME comptait 8 120 adeptes; un an plus tard, en septembre 2015, il en compte **9 630**. Il s'agit d'une augmentation de **18 % en un an**.
- En septembre 2014, le compte Twitter du FME comptait 2 725 abonnés; un an plus tard, en septembre 2015, il en compte **3 244**. Il s'agit d'une augmentation de **16 % du lectorat en un an**.

Le FME est également sur **Instagram**. Notre présence sur cette plate-forme a doublé en 2014 et en 2015 ! Des photos ont été prises et partagées pendant le Festival. L'angle du FME ? Montrer, en temps réel, les dessous du Festival. Au mois de septembre 2014, le compte Instagram du FME comptait **649 abonnés; en 2015, il en compte 1 233 !**



LE FME ET L'EXPORTATION DES TALENTS D'ICI

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

Le FME a participé au MaMA en octobre 2015. Pendant trois jours de concerts et de rencontres pros internationales au cœur de Paris, 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 d'Alex Nevsky, de Pierre Kwenders, de Poirier et de Philémon Cimon.

LE PRIX DÉCERNÉ AUX ARTISTES DU FME

COUP DE CŒUR TÉLÉ-QUÉBEC

Depuis 11 ans, le prix COUP DE CŒUR TÉLÉ-QUÉBEC est remis à un artiste ou à une formation à la suite de son passage au FME. Safia Nolin a donc raflé une participation à l'émission « Belle et Bum », diffusée sur Télé-Québec.

Concours

Lors du concours **Les Francouvertes**, le FME remet une bourse à l'artiste ou à la formation de son choix. En 2015, c'est **Samuele** qui a été récompensée.

Le FME a aussi l'honneur d'offrir une bourse à un participant du **FRIMAT**. Cette année, la formation abitibienne **Abitabyss** pourra utiliser son prix pour poursuivre ses projets musicaux.

Lors du **Cabaret Festif de la relève**, un concours de talent organisé par le festival le Festif, le FME a remis une bourse de 1000 \$ au groupe Les Guerres D'Amour.



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. Depuis, le GÉCO apporte un soutien ponctuel pour rendre le FME le plus écoresponsable possible.

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

Le bilan des matières valorisées de la 13^e édition du FME se chiffre à 857 kg sur un total de 1 576 kg, ce qui représente un taux de valorisation de 54,4 % (incluant canettes et recyclage). Cette amélioration est quantifiable puisque, en 2014, 41,9 % des matières générées ont été valorisées. Les déchets valorisés sont recyclés. Ces résultats sont encourageants pour le futur.

Le GÉCO a aussi réalisé quatre 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, des **fontaines d'eau potable** ont été installées sur le site extérieur. Les festivaliers ont pu s'hydrater à leur gré, ce qui a entraîné une forte diminution de l'utilisation d'eau embouteillée.



LES BÉNÉVOLES

2015 fut une année record sur plusieurs plans. Évidemment, avec un achalandage jamais atteint auparavant, l'aide de nombreux bénévoles était essentielle. C'est ainsi que, en 2015, **230 bénévoles** ont assuré le succès du Festival. Que ce soit à l'accueil, au camp, dans les salles, à l'hébergement, à la billetterie, aux bars, au transport, à la cuisine ou aux décors, ils et elles ont garanti le fonctionnement des nombreux services.

Avant, pendant et après l'événement, une trentaine de bénévoles détenant des postes de responsabilité (bars, décors, articles promotionnels, commandites, communications, loges, etc.) offrent généreusement de leur temps. Certains s'investissent dans le FME depuis sa toute première édition. D'autres vivent à l'extérieur de la ville et de la région, mais reviennent donner de leur temps d'une année à l'autre. Une telle participation favorise la tenue d'échanges intéressants et la création d'une équipe hétérogène et inclusive.

Savoir que la communauté est derrière le FME, qu'elle croit en la diffusion de la musique émergente et en la capacité de la région de présenter un tel événement fait une différence énorme!

LE FME ET SES OBJECTIFS

Le FME est **une vitrine de la musique alternative**, particulièrement de la **musique émergente conçue au Québec**. C'est la raison d'être du Festival et le restera dans les éditions futures. D'ailleurs, **75 % des formations venues au FME cette année étaient d'origine québécoise**.

Chaque année, le FME **note les artistes qui performent à l'international à la suite de leur passage au Festival**. 2016 n'échappera pas à la règle. Les miradors, qu'on appelle aussi promoteurs et programmeurs européens, ont aimé et programmeurs européens - ont aimé et remarqué les artistes d'ici de passage au FME. Le FME suivra l'évolution des Safia Nolin, Geneviève & Matthieu, Ponctuation, Duchess Says et Galaxie à l'international, car ils et elles ont particulièrement fait couler l'encre des journalistes européens.

La première édition de **Quartiers d'hiver** a eu lieu en janvier 2015. Le FME poursuivra son événement hivernal du 10 au 12 mars 2016 et souhaite de tout cœur augmenter l'achalandage de celui-ci. Le Festival veut mettre de l'avant une autre forme d'art et y attirer un public de l'extérieur de la région. L'idée derrière l'événement Quartiers d'hiver est de faire découvrir une facette peu connue de l'Abitibi-Témiscamingue, soit la beauté de sa saison froide.

Toute l'équipe planche déjà sur la 14^e édition du FME, qui aura lieu du **1^{er} au 4 septembre 2016**.

LE FME EN DÉTAILS

Organisme à but non lucratif, le FME (Festival de musique émergente en Abitibi-Témiscamingue) se consacre à la promotion de la musique émergente et indépendante depuis maintenant 13 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 en salle et en plein air, soirées thématiques, « 5 à 7 », Concerts improvisés, etc. Le Festival transforme et dynamise la ville de Rouyn-Noranda pendant le long week-end du congé de la fête du Travail.

En 13 années d'existence et d'expansion, le Festival est devenu un acteur essentiel du développement économique et social de la grande région de l'Abitibi-Témiscamingue. Sachant que près de 40 % des visiteurs du FME sont des touristes qui réservent au moins une nuitée dans un établissement hôtelier de Rouyn-Noranda, le Festival s'est placé organiquement dans l'écosystème régional. L'événement se veut une vitrine privilégiée de la musique émergente et fait en sorte que les grands pôles urbains ne sont plus les seuls précurseurs de 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. Aussi, il contribue, à sa façon, au rayonnement de l'Abitibi-Témiscamingue au Québec, au Canada et en Europe francophone.

La croissance du Festival confirme l'évolution de la demande pour les découvertes musicales proposées par l'événement. L'année 2015 a été particulièrement faste en ce qui concerne l'achalandage. Le 13^e FME a enregistré une affluence de 34 000 entrées, soit une hausse de 42 % par rapport à 2014. Ces chiffres dépassent largement toutes les attentes de l'organisation; il s'agit d'une année record. Outre la qualité de la programmation et le travail acharné de l'équipe dans le but de rendre l'événement unique, le beau temps y était pour beaucoup dans cet accroissement extraordinaire du public.



POUR NOUS JOINDRE

FME 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