BILAN FME 2016

LE FME 2016 - UNE ÉDITION MÉMORABLE

Sous le regard approbateur des statues géantes à l'effigie de Jos Dumulon s'est déroulée une magnifique 14e édition marquée à nouveau par le soleil, de nombreuses découvertes musicales et le bonheur contagieux des festivaliers. Avec près de 34 000 entrées, nombre équivalent à celui de l'an dernier, on constate que le public a une fois de plus répondu présent à notre invitation de vivre l'expérience FME.

Après 14 ans d'existence, l'événement est reconnu dans son milieu. Nous sommes très fiers d'ajouter une nomination au prochain gala de l'ADISQ (octobre 2016) dans la catégorie *Événement de l'année* pour la 13e édition, qui s'est déroulée du 3 au 6 septembre 2015. C'est une sixième nomination à l'ADISQ dans cette même catégorie; peut-être mènera-t-elle à un 4e Félix? Le FME est également heureux d'être en nomination dans la catégorie *Festival de l'année* au 11e GAMIQ - Gala Alternatif de la Musique Indépendante du Québec (novembre 2016) ainsi que pour le Prix Coup d'Éclat! 2016 dans la catégorie *Publicité à la télévision ou vidéo publicitaire - Organisation avec budget de fonctionnement de plus de 500 000 $*. Si elles se confirment, ces trois reconnaissances viendraient s'ajouter à celles que le FME a reçues antérieurement :

- Félix dans la catégorie « Événement de l'année » remis par l'ADISQ en 2009, 2010 et 2015
- 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 2010 et 2013
- Prix Ann-Boudreau-Paiement dans la catégorie « OSBL toutes catégories » au Gala Extra 2015
- En lice pour « Événement de l'année » au GAMIQ 2015
- En lice pour le prix Coup d'Éclat! 2015 dans la catégorie « Affiche promotionnelle »
- 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 $ »
- Major 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
- Prix « Contribution au rayonnement culturel » remis lors des Journées de la culture 2016 lors des Prix de la culture de la ville de Rouyn-Noranda

QUELQUES CITATIONS AU SUJET DU FME 2016

« C'est avec les oreilles qui bourdonnent encore de joie qu'on peut affirmer aujourd'hui que le FME est à pleine maturité, et que l'expérience autant musicale qu'humaine qu'il propose est unique, à la fois pointue et grand public, sauvage et polie avec amour, émerveillement sans cesse renouvelé pour les néophytes et rendez-vous immanquables pour les initiés. »

URBANIA, Jean-Philippe Tremblay,
6 septembre 2016

« On ne saurait commencer notre compte-rendu sans un hommage au public rouynorandien, puisque sa qualité reste difficile à égaler. D'une écoute exemplaire, d'une générosité dans ses coups de cœur, d'une ouverture à la découverte et dont l'accueil réussit à élargir la définition même du mot, pas étonnant qu'on soit excités chaque fois de franchir les 600 km qui séparent Montréal de Rouyn. »

BARON MAG, Maryse Boyce,
19 septembre 2016

« Le réveil était déjà moins aisé vendredi. La journée s'est entamée avec La Colonie de Vacances. Avant d'en lire la description, j'avais peur qu'on soit convié au spectacle des finissants de camp de vacances spécialisé en chant. Heureusement, il s'agit plutôt de quatre groupes français qui jouent simultanément (et en alternance autour du public) une pièce construite et dirigée par Greg Saunier, batteur de Deerhoof. 60 belles minutes complètement hallucinantes de musique en continu alors que les sons viennent de tous bords, tous côtés. J'ai eu un sourire d'émerveillement collé dans le visage pendant la durée complète du spectacle. »

LE CANAL AUDITIF, Louis-Philippe Labrèche,
6 septembre 2016

« FME feels like one of those special occasions where everyone in the community comes out of the wood work to experience the magic and contribute to its success. »

CULT MONTREAL, Donovan Burton,
6 septembre 2016

« Surrounded by all these people at what I thought would be something small and curious, I was confronted with my own obliviousness to the role FME plays in the greater scheme of Quebec's music industry, and the industry itself. As a city that's equidistant from both Toronto and Montreal (about 633 km), Rouyn might just be the perfect middle ground to come to that realization. »

CHART ATTACK, Michael Rancic,
9 septembre 2016

« Dans le texte qui sert de préambule au programme de la 14e édition du festival, un hommage est rendu à Jos Dumulon, pionnier venu de Ville-Marie, à 130 kilomètres, pour ouvrir le premier « magasin général » en 1924. On peut y lire en québécois dans le texte : « Icitte, en Abitibi-Témiscamingue, on est loin pis isolés ». C'est effectivement le premier plaisir que procure le FME après son immersion dans un décor à la Twin Peaks (forêts à perte de vue, scierie, rades adorables compris) : l'impression d'assister à un South By Southwest (SXSW) du bout du monde francophone, qui inclut junk food bio et errances joyeuses d'un rade à l'autre du centre-ville. »

LIBÉRATION, Olivier Lamm,
26 septembre 2016

LES BÉNÉVOLES

Évidemment, avec un achalandage aussi impressionnant, l'aide d'un grand nombre de bénévoles est essentielle. En 2016, pas moins de **300 bénévoles** ont assuré le succès de l'événement. Que ce soit à l'accueil, dans les salles, à l'hébergement, à la billetterie, aux bars, au transport, à la cuisine ou aux décors, ils ont assuré le fonctionnement des nombreux services.

Avant, pendant et après l'événement, une trentaine de bénévoles détenant des postes clés (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, et c'est ce qui nous permet de regarder droit devant, de garder le cap année après année.

UNE NOUVEAUTÉ EN 2016 : LA CLIQUE DU FME!

Le FME présentait cette année sa 14e édition. Ça fait beaucoup de concerts en autant d'années! Le FME se bat coûte que coûte pour défendre ses valeurs, pour promouvoir les artistes de demain et pour offrir au plus grand nombre un accès à la culture et à la musique. Cela se traduit dans les faits par des concerts payants, mais peu dispendieux, et par de nombreux spectacles donnés gratuitement, que ce soit dans le cadre de 5 à 7, de concerts secrets, de concerts impromptus ou de spectacles destinés aux plus jeunes et aux plus âgés d'entre nous.

Le FME a décidé cette année de solliciter la participation citoyenne de ses festivaliers en leur demandant d'adhérer à la *Clique du FME* pour accéder aux 5 à 7, lesquels ont toujours été présentés gratuitement. C'est la formule que le FME a choisie pour permettre à ses festivaliers d'accentuer leur sentiment d'appartenance à son endroit et pour donner à ceux qui le souhaitent l'occasion de contribuer financièrement, selon leur volonté et leur capacité financière, au grand nombre d'activités et d'événements produits par le FME durant ce long week-end de la fête du Travail.

CONCERTS IMPROMPTUS ET CONCERTS SECRETS

La série des concerts impromptus, une initiative qui a vu le jour en 2014, est depuis devenue une tradition. Soucieux de mettre le citoyen au cœur de la fête, le FME a ajouté ce type de concerts à sa programmation régulière. Ces spectacles gratuits, annoncés deux semaines avant la tenue de l'événement, sont présentés à des endroits inédits méticuleusement choisis. À la 14e édition du FME, le Marché public et le Parc botanique À Fleur d'eau se sont transformés en lieux de spectacles.

À ces concerts impromptus se sont ajoutés les concerts secrets qui, contrairement aux impromptus, ne sont annoncés nulle part. À seulement une heure d'avis, via l'application mobile et les réseaux sociaux du FME, les festivaliers étaient mis au courant de la tenue des concerts secrets. Quelque 2 500 personnes ont ainsi découvert ou redécouvert des artistes originaux dans un cadre qui détonne et une proximité déconcertante. Une formule signée FME, quoi!

CONCERTS SECRETS 2016

- **Krismenn & Alem** - Devant le restaurant Chez Morasse, dans la soirée du vendredi
- **Maryanne Côté** - Sur le toit de la roulotte Énergie, le samedi, en début de soirée, dans le cadre d'un spectacle surprise présenté par Énergie
- **Keith Kouna** - Au Pub chez Gibb, le samedi, en après midi, dans le cadre d'un spectacle surprise gratuit présenté par Desjardins – Caisse de Rouyn-Noranda
- **Plants and Animals** - Sur la barge du lac Osisko, le dimanche, en début de soirée.

CONCERTS IMPROMPTUS 2016

- **Mentana** - Au Marché public, le samedi, en avant-midi
- **Dan San** - Au Parc botanique À Fleur d'eau, le dimanche, en après-midi

Ces concerts gratuits constituent une plus-value à la programmation, déjà très chargée, du FME; ils sont proposés aux festivaliers dans une volonté de faire un pas de plus vers l'établissement d'un lien de proximité entre l'artiste et son public. Dans cette même optique, un concert pour les enfants d'âge primaire a été présenté au Petit Théâtre du Vieux Noranda jeudi et vendredi en avant-midi. Les plus âgés ont pour leur part eu droit à un concert de Ludo Pin vendredi matin Aux Résidences St-Pierre et à un concert d'Ariane Zita Aux Jardins du Patrimoine, en début d'après-midi, le samedi.

UNE SCÉNOGRAPHIE URBAINE SIGNÉE FME

La scénographie urbaine et l'offre artistique au-delà de la programmation musicale, toutes deux élaborées et mises en place par notre directrice artistique, Karine Berthiaume, et son équipe, sont aux yeux de l'organisation deux volets aussi importants que ne l'est la programmation musicale. À cet effet, la vision de l'organisation est simple : le FME **est plus qu'un festival, c'est une expérience**. En 2016, l'originalité de la scénographie n'a pas fait exception à la règle.

L'affiche officielle en 2016, créée par Donald Trépanier, artiste originaire de Rouyn-Noranda, met en valeur Jos Dumulon, le propriétaire du tout premier magasin général de la région, lequel a ouvert ses portes en 1924. Cette affiche, à l'instar des éditions précédentes, est le point de départ du matériel promotionnel, des outils de communication, du décor des salles de spectacles et de la scénographie urbaine du FME.

LA 7E RUE

À l'entrée du site, **deux immenses Jos Dumulon aux bras mécaniques** invitaient les festivaliers à pénétrer dans l'univers visuel et sonore du 14e FME. C'est dans un tunnel orné de centaines de ballons et de rubans jaunes que tout un chacun était accueilli au site animé de la 7e Rue. Une fois cette immense structure franchie, le festivalier se trouvait face à une impressionnante **table tournante de 15 x 12 pieds** qui, au plus grand plaisir des petits et des grands, était actionnable. Au-dessus de cette platine était suspendue **une boule disco de 40 pouces de diamètre**.

Simple structure en bois, le **Lounge Hydro-Québec**, couvert et gazonné, a été l'aire de repos de prédilection des festivaliers. Les murs, constitués de téléviseurs à écran cathodique, donnaient un look rétro-futuriste à l'endroit qui, en fin de soirée, se transformait en lieu de diffusion de concerts. Ce lieu a accueilli cette année une nouvelle venue : une **borne de recharge** mise à disposition des festivaliers désireux de redonner un peu de vigueur à la batterie essoufflée de leurs téléphones intelligents.

Pour une troisième année, la 7e Rue, quartier général des festivités, a attiré les foules avec son **espace DJ**. La rue s'est métamorphosée en piste de danse à ciel ouvert où chacun, chacune trouvait son compte grâce aux styles musicaux variés des DJ invités. Les **fontaines d'eau potable** de la Fonderie Horne, conçues par Blais Industries, étaient de retour pour rafraîchir les festivaliers pendant ces quatre journées de célébration de la musique.

Vêtue de **projections multimédia**, l'Agora des Arts était, elle aussi, sur son 31. Dans le but de mettre en valeur les installations du FME et d'affirmer leur intégration au patrimoine historique du quartier, le FME a porté une attention particulière à l'éclairage du site et aux abords de la 7e Rue.

Au grand bonheur de quelques artisans de la région, le FME a, cette année, fait appel à Groupe Conseil Artcad pour réaliser la conception des **kiosques éphémères** de la Fonderie Horne à l'entrée du site de la 7e Rue. Ces structures en bois ont été pensées pour héberger, le temps du FME, les œuvres tant culinaires qu'artisanales des créateurs de la région. Pendant tout le weekend, l'artiste joaillière Marina de Emme Atelier et le traiteur Tomate & Pesto ont profité de l'achalandage généré par le FME pour faire découvrir leurs créations à nos festivaliers.

QUATRE CONTINENTS

Ayant pris part à l'initiative Quatre Continents en 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 Invites 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**, à Rouyn-Noranda, au Canada

Tous ces festivals impulsent le milieu culturel et artistique. En 2016, l'immense table tournante disposée sur la 7e Rue a été conçue et réalisée par Patrick Laurino, plasticien des Invites 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, œuvres et collaborations de plus petite envergure ont vu le jour grâce à *Quatre Continents*.

LA BOUTIQUE ÉPHÉMÈRE

Joubec est un détaillant de jouets et disquaire de Rouyn-Noranda. Pour une deuxième année consécutive, en collaboration avec le FME, le propriétaire a créé une boutique éphémère sur le site de la 7e Rue. Tous les produits dérivés des artistes invités de l'édition 2016 y étaient mis de l'avant, facilement repérables grâce à une affiche sur laquelle était inscrit « FME ». Joubec a partagé sa boutique éphémère avec Franz Authentischen Barbier, barbier de la région spécialisé dans la réalisation de coupes de cheveux classiques pour hommes. Un tatoueur était également sur place, à la même adresse, et proposait ses services aux plus téméraires. Des prestations musicales d'artistes régionaux y ont également eu lieu.

AILLEURS DANS LA VILLE

Bien que la 7e Rue soit la pierre angulaire des événements présentés dans le cadre du FME, ce dernier tenait cette année à étendre sa marque à l'extérieur du quartier Noranda; il y est parvenu de différentes manières.

L'activité **DJ Booth/Urbanoscope**, réalisée en collaboration avec le SDC Centre-Ville de Rouyn-Noranda, comportait deux volets. D'abord, le FME a fait construire une **disco mobile géante montée sur roues**; cette dernière a été installée au beau milieu de la rue d'un secteur commercial de la ville pour faire de l'animation en après-midi, avant et après les 5 à 7 gratuits. Le DJ sur place avait comme mandat de faire danser les passants. Par ailleurs, le FME a fait appel à Chromatik pour jumeler des urbanoscopes avec la disco mobile. Les urbanoscopes sont de **grands kaléïdoscopes mobiles**; ils mettent en valeur les particularités d'une rue et, surtout, créent un lien avec les passants pour qu'ils puissent garder un beau souvenir de leur promenade. Des animateurs étaient sur les lieux pour guider les curieux et pour les inciter à manipuler les urbanoscopes.

La place de la Citoyenneté a été le théâtre d'un spectacle à grand déploiement de La Colonie de Vacances. Le fruit d'une collaboration entre quatre groupes français (Papier Tigre, Electric Electric, Pneu et Marvin), La Colonie de Vacances proposait une expérience scénique hors du commun. Plutôt que de faire face à une seule et même scène, le spectateur était encadré par quatre scènes, chacune occupée par un groupe. Ce défi technique, imposant mais tellement stimulant, a été relevé avec brio par notre équipe.

Les **immenses lettres FME**, longtemps placées à l'entrée du site de la 7e Rue, ont cette année été parées de paillettes, puis installées contre le mur de brique de l'usine de tri des eaux, à la jonction de l'avenue du Lac, de la rue Principale et de la 9e Rue. Ce carrefour est emprunté chaque jour par des centaines d'automobilistes et de piétons. Grâce à ce stunt visuel additionnel, l'événement s'est enraciné davantage dans la ville en attirant une plus grande foule à prendre part à l'expérience FME.

NOS INVITÉS

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

- **62 professionnels de la scène musicale internationale**
- **151 membres de l'industrie de la musique nationale**
- **57 journalistes du Québec (29 médias)**
- **10 journalistes régionaux (10 médias)**
- **16 journalistes canadiens provenant de l'extérieur du Québec**
- **11 journalistes étrangers**

Pour lire la revue de presse, 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. 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 tout équipés. L'espace est utilisé par l'organisation et les représentants nationaux et internationaux du monde de la musique, tels que programmateurs, tourneurs, producteurs, maisons de disques, etc. Les journalistes et les artistes 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 et donné en 2016 en partenariat avec la SOCAN et Musicaction, convie tous les professionnels à partager un repas cuisiné par le chef Samuel Pinard du restaurant montréalais *La salle à manger*. À la même occasion, sous un soleil radieux de septembre, PONTEIX et Les sœurs Boulay ont donné une prestation musicale. À ce souper, les spectacles et l'expérience du FME sont sur toutes les lèvres. Les professionnels y parlent des artistes émergents québécois et canadiens, et tous saisissent l'occasion pour renouveler des liens ou pour en tisser de nouveaux.

Le vendredi, depuis au moins deux ans, l'étiquette Bonsound profite de la présence des acteurs de l'industrie musicale pour les inviter à se joindre à elle, entre deux spectacles, dans le cadre d'un « garden party ». Dans une ambiance amicale, les invités font connaissance et échangent sur les enjeux de l'industrie au rythme et au son d'une prestation musicale improvisée.

En lançant et en encourageant de telles initiatives, le FME tient 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 entre autre dans l'exportation outre-mer des artistes.

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 à bière à remplissages multiples, option de repas végétarien, impressions sur papier recyclé avec encres végétales, etc.

Le bilan des matières valorisées de la 14e édition du Festival se chiffre à 787 kg sur un total de 2 547 kg, ce qui représente un taux de valorisation de 32 %, cannettes et recyclage compris. De l'ensemble des matières compilées, 29 % étaient des matières recyclables (incluant les canettes); 68 % des matières générées pendant l'événement ont été enfouies.

Voici quelques-uns des gestes concrets posés pendant l'événement par le FME et l'équipe de GÉCO afin d'obtenir le meilleur bilan écoresponsable possible :

- Collecte des matières recyclables
- Gestion des résidus ultimes (déchets)
- Gestion de la propreté du site sans négliger l'aspect environnemental (ratissage et collecte)
- Conditionnement, tri et élimination écologique des matières recyclables récupérées
- Possibilité fournie aux festivaliers de se procurer un bock réutilisable du FME pour réduire la quantité de verres en plastique utilisés
- Utilisation de matériaux recyclés ou réutilisés dans la fabrication des infrastructures sur le site extérieur de la 7e Rue (palettes de bois, matériaux informatiques recyclés, vieilles TV, vieux radios, etc.)
- Impressions sur papier recyclé

NOS PARTENAIRES ET NOS COMMANDITAIRES

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 et noue de nouveaux partenariats chaque année. Le FME s'est construit un important réseau lors d'événements renommés.

Dès 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. Ce dernier refuse de transformer ses lieux de diffusion en plateforme de visibilité pour ses partenaires. Sa vision consiste plutôt à **transformer les partenariats en valeurs ajoutées pour les festivaliers**. C'est ainsi qu'ont vu le jour des partenariats ingénieux comme, entre autres, le Piaggio-bar de Boréale, les fontaines d'eau potable de Fonderie Horne, L'Espace Lounge Hydro-Québec et les balles rebondissantes d'Agnico Eagle distribuées pendant le concert famille.

PRÉSENTATEUR OFFICIEL Sirius XM

CO-PRÉSENTATEUR OFFICIEL Québecor

PARTENAIRES OFFICIELS Boréale, Hydro-Québec

PARTENAIRES Desjardins - Caisse de Rouyn-Noranda, Fonderie Horne, Agnico Eagle, Financière Sunlife

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-québecois pour la jeunesse

FOURNISSEURS OFFICIELS
Moreau, Christian Leduc – Photographe, Location Dion, Blais Industrie, Location Jean Légaré, Chez Gibb, Mascarade, Quality Inn, MicroÂge, Location Blais, Centre Jardin Lac Pelletier, Productions Balbuzard, Artcad Groupe Conseil, Talbon Construction, Manseau & Perron, La Maison des Viandes, Traductions Papyrus, Groupe B-15, Colormax, H2O Abitibi, LEBLEU – Communication humaine, Électro Performance, ABT Sécurité

PARTENAIRES TECHNIQUES Solotech, Projecson, Électrique Boulevard

PARTENAIRES MÉDIAS
RNC Média (Capitale Rock), Télé-Québec, ÉNERGIE, CISM, Urbania, TC Media, Le loup 104.1, Vice Québec, TVC9

COLLABORATEURS
Cité Étudiante, Comité socioculturel UQAT, AGECAT, SOCAN, Tourisme Abitibi-Témiscamingue, La Fontaine des Arts, FRIMAT, Fédération Internationale de Festival De Concert!, Greencopper, Cuirs exclusifs, Amigo Express, L'Indice Bohémien, SDC Centre-Ville Rouyn-Noranda, Loisir et Sport Abitibi-Témiscamingue

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

LES LIEUX DE DIFFUSION

Les spectacles du FME se sont toujours déroulés dans de 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. Un des objectifs de cette 14e édition était d'élargir l'offre de concerts sur nos sites extérieurs (presqu'île du lac Osisko, Lounge Hydro-Québec, Scène extérieure Desjardins). Cet objectif, nous l'avons atteint en donnant deux spectacles de plus qu'aux années précédentes, et ce, sur la 7e Rue : Yann Perreau et Half Moon Run, le vendredi soir; Samba de la Muerte, le samedi soir. Ce dernier spectacle, initialement prévu dans le Lounge Hydro-Québec, a été déplacé à la dernière minute et donné sur la Scène extérieure Desjardins en raison du beau temps et de la foule qui était sur le site à cette heure précise.

LIEUX DE DIFFUSION INTÉRIEURS

SCÈNE ÉVOLU-SON
LE TRÈFLE NOIR
AU DIABLE ROND
BAR LE GROOVE
LE CACHOTTIER
CABARET DE LA DERNIÈRE CHANCE
CAFÉ-BAR L'ABSTRACTO
SALLE LA LÉGION
LE PETIT THÉÂTRE DU VIEUX NORANDA
L'AGORA DES ARTS
LA SCÈNE PARAMOUNT
L'ÉCART... LIEU D'ART ACTUEL

LIEUX DE DIFFUSION EXTÉRIEURS

BARGE OSISKO
MARCHÉ PUBLIC
PARC BOTANIQUE À FLEUR D'EAU
LOUNGE HYDRO-QUÉBEC
SCÈNE EXTÉRIEURE DESJARDINS
PLACE DE LA CITOYENNETÉ

QUELQUES CHIFFRES ET STATISTIQUES

En 14 éditions, plus de 1000 artistes solos et formations musicales ont exprimé leur art avec le passionné public du FME. Évidemment, l'organisation travaille fort pour attirer les festivaliers, mais quand Dame Nature est clémente, ces efforts sont plus que récompensés par un achalandage concluant.

STATISTIQUES

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Spectacles et événements	68	80	75	91	98	96
Lieux de diffusion	11	12	13	17	18	18
Membres de l'équipe d'organisation	30	30	30	30	30	30
Nombre de bénévoles	150	175	190	175	230	300
Public du FME (nombre d'entrées)	18 500	32 000	23 500	24 000	34 000	34 000

PROVENANCE DES ARTISTES (FORMATIONS)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Internationale	11	9	9	11	15	12
Canadienne	3	3	3	4	3	4
Québécoise	47	58	53	60	54	58
Total	61	70	65	75	72	74

FMEAT.ORG

Visiteurs uniques (d'octobre à octobre)	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	21 561	32 186	32 966	37 274	42 658	43 642

La 14e édition du FME a accueilli 74 artistes solos et groupes musicaux du Québec, du Canada, des États-Unis, de France, et de Belgique. Au cours des quatre jours de l'événement, 337 artistes ont fréquenté douze salles officielles, un site extérieur hors du commun, avec deux scènes, et plus de cinq lieux inusités consacrés aux concerts impromptus 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 services et boutiques éphémères ont accueilli plusieurs festivaliers au spectacle d'ouverture, à la soirée du vendredi et au spectacle famille, le samedi en après-midi. À ce nombre, ajoutons les centaines de personnes qui se sont massées devant le Lounge Hydro-Québec pour assister aux concerts de fin de soirée, à 23 h, les jeudi et vendredi.

COMMUNICATION ET VISIBILITÉ

CFME 91,9 FM – LA RADIO DU FME

Deux semaines avant la tenue de l'événement, la radio du FME diffuse de la musique émergente dans un rayon de 15 à 25 kilomètres et sur Internet. Pendant l'événement, **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, l'animation et la coordination sont assurées par des bénévoles passionnés de musique et de communication. CFME est une plateforme 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.

LA BOUCHE CROCHE — LE BLOGUE DU FME

Actif depuis dix ans, *La bouche croche* plaît aux amateurs d'information musicale événementielle. En 2016, le FME a créé une équipe de six blogueurs de l'Abitibi, du Témiscamingue, mais aussi de Montréal. Ces blogueurs, tous bénévoles, ont une vision bien singulière du FME. Courts récits, entrevues, réflexions et expériences propres au FME ont fait partie du lot de textes quotidiens que ces passionnés ont signés pendant deux semaines. Les billets du blogue sont partagés via les réseaux sociaux du FME 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 2015 et septembre 2016, 44 186 visiteurs uniques ont consulté le site internet du FME. Cette donnée représente 165 396 **pages visionnées**. 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 (16 675 visiteurs uniques sur l'onglet de la billetterie);
- diffusion des nouvelles et des communiqués du FME;
- accès au blogue *La bouche croche* (8 252 visiteurs uniques et 17 720 pages visionnées);
- accès à CFME, la radio du FME;
- description des artistes de la programmation annuelle (18 629 visiteurs uniques sur la page de la programmation entre septembre 2015 et septembre 2016);
- liens vers les plateformes promotionnelles des artistes de la programmation (Facebook, Bandcamp);
- Possibilité de création d'une base de données d'artistes et d'événements favoris liés avec l'application; et visibilité supplémentaire pour les partenaires (dans l'onglet Partenaires, logo et hyperliens vers leur site internet y figurent).

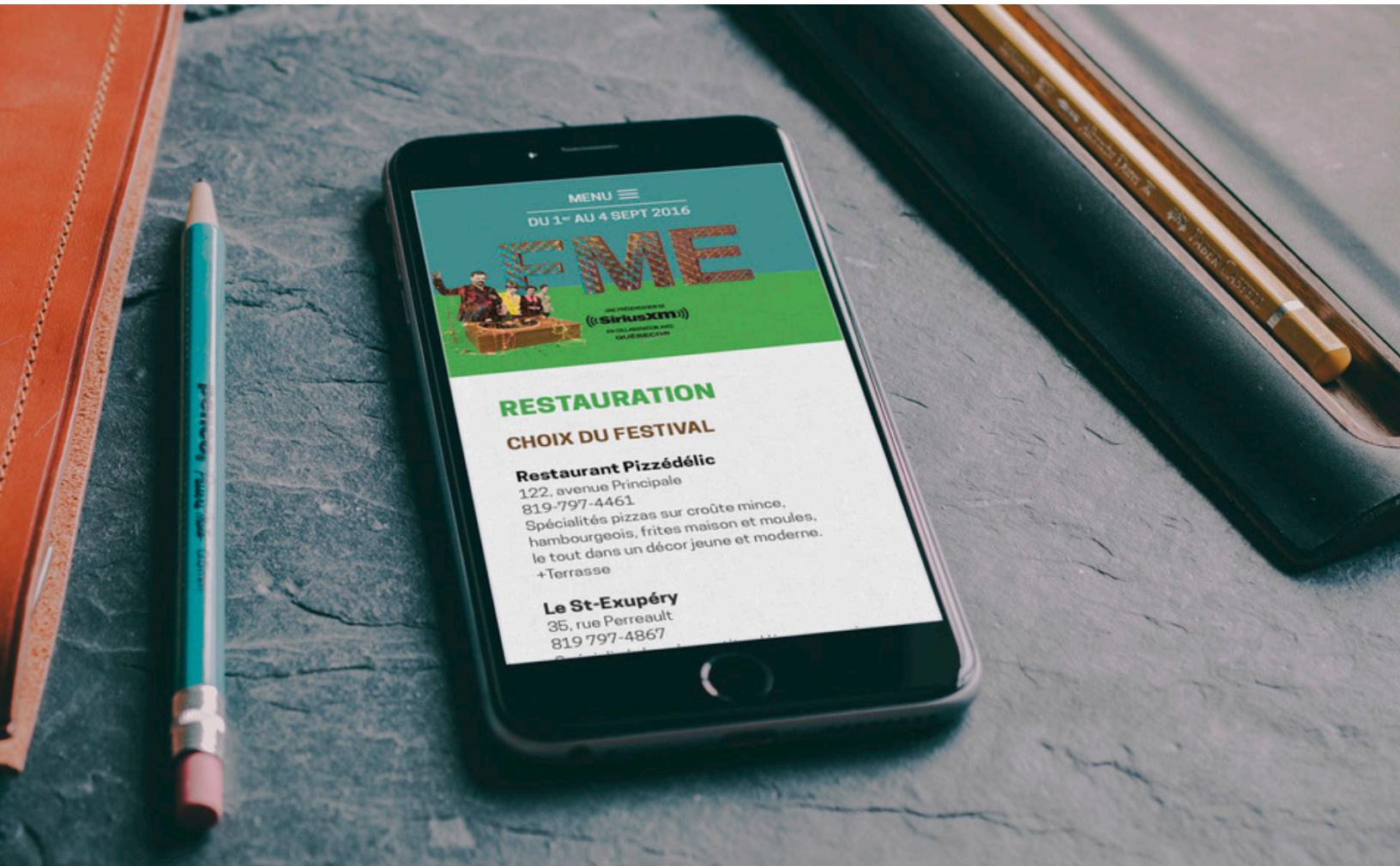
L'APPLICATION MOBILE

En 2011, le FME a été 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'air des médias sociaux, le FME a donné la possibilité de trouver toute l'information pertinente liée à l'événement via son application mobile. En 2016, 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 était 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 énumérant, sur 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;
- des alertes de concerts impromptus, de concerts surprises ou de changements de lieux de diffusion en raison du mauvais temps 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 2 350 utilisateurs. En 2016, 2 272 personnes ont utilisé activement l'application, comparativement à 1 605 en 2015. Près de 2 553 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 d'un outil essentiel pour les festivaliers.



LISTE DES PUBLICITÉS DANS LES DIFFÉRENTS MÉDIAS

MÉDIAS TRADITIONNELS

Plusieurs ententes de partenariat sont 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 comme le Journal de Québec et le Journal de Montréal et sur d'autres plateformes 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 la bande-annonce ont été diffusées sur les chaînes de RNC Media en région, soit SRC, TVA et V. L'entente touche également la diffusion de publicités radio sur les ondes de Capitale Rock et de Rythme FM ici, en Abitibi-Témiscamingue, mais également à 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 hebdos de la région tels que Le Citoyen Est, Le Citoyen Ouest, l'Écho et La Frontière. Dans ces journaux, nous avons fait la promotion de nos événements gratuits.

ÉNERGIE : La station produit et diffuse des publicités mettant de l'avant nos événements gratuits; cette année, Énergie a présenté un concert surprise de Maryanne Côté le vendredi soir, à 19 h, sur le toit de la roulotte Énergie, dans le quartier Noranda.

CISM : Une petite équipe de CISM a fait la captation d'un spectacle du FME 2016. En échange, CISM a diffusé 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, et une série de cinq billets (Le Confes-stylo) mettant en vedette des artistes de la programmation ont été publiés avant le FME.

CULT : Le magazine a mis à disposition une pleine page pour promouvoir le FME et des espaces publicitaires sur leurs structures WEB.

VICE : Le magazine a mis à disposition une pleine page destinée à la promotion du FME.

TON BARBIER : En collaboration avec le site « Ton Barbier », le FME a investi un espace dans le cadre du Piknic Électronik, à Montréal, pour proposer des « coupes à l'ancienne » aux festivaliers, ce qui a donné lieu à un reportage sur les pages de **tonbarbier.com**.

NIGHTLIFE : Le FME s'est vu offrir des espaces publicitaires sur les pages du site de **nightlife.ca**.

VOIR : Le FME s'est vu offrir des espaces publicitaires sur les pages de **voir.ca**.

EXCLAIM! : Activation des réseaux sociaux du prestigieux Exclaim! avec la diffusion de contenus propres au FME, comme sa bande-annonce.

Des échanges de visibilité ont également 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 trouvent dans des espaces réservés à la culture indépendante comme L'Indice Bohémien, un mensuel culturel de l'Abitibi-Témiscamingue.

Cette année, le FME a élaboré un partenariat avec Zoofest, avec qui il s'est associé pour présenter trois concerts surprises à Montréal le 22 juillet 2016 : Karim Ouellet s'est produit sur le toit de la Place Ville-Marie; Philippe Brach, à la Place Valois; et Heart Streets, à la station de métro Mont-Royal. Dans le cadre de ce partenariat, une page entière dans le programme de Zoofest a été consacrée à une publicité du FME.

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

LE FME ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'année durant, mais particulièrement avant et pendant le FME, des annonces sont régulièrement diffusées 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 qui se sont produits au FME, etc. Nous redoublons d'efforts pour augmenter la fréquence de nos publications dès le mois de juin, fréquence qui s'accentue et atteint son apogée pendant l'événement. Durant des semaines suivant l'événement, nous communiquons plusieurs articles portant sur l'édition qui vient de se terminer et mettons à jour notre revue de presse interactive (**Scoop.it**).

- En septembre 2015, le compte Facebook du FME comptait 9 236 adeptes; un an plus tard, en septembre 2016, il en compte 11 771. Il s'agit d'une augmentation de 22 % en un an.

- En septembre 2015, le compte Twitter du FME comptait 3 244 abonnés; un an plus tard, en septembre 2016, il en compte 3 571. Il s'agit d'une augmentation de 9 % du lectorat en un an.

Le FME est également sur Instagram. Des photos ont été prises et partagées pendant l'événement. L'angle du FME? Montrer, en temps réel, les dessous de l'événement. Au mois de septembre 2015, le compte Instagram du FME comptait 1 233 abonnés; en 2016, il en compte 2 050!

CAPTATIONS TÉLÉ

Le Festival fournit les ingrédients nécessaires à la production d'un contenu de qualité, et des médias comme Télé-Québec saisissent l'occasion de transposer cette richesse au petit écran et sur le web. En 2016, l'équipe de la Fabrique culturelle et de Formule Diaz ont provoqué des prestations dans des lieux inhabituels : Les Deuxluxes sur le bord d'une piscine, dans le cadre du Garden Party donné par la maison de disque Bonsound; Fred Fortin, devant le Garage Rheault, dans le quartier Noranda. La captation de ces courtes prestations musicales, aussi annoncées via l'application mobile du FME, a été faite devant public. Après l'événement de quatre jours, ces capsules musicales deviennent de belles cartes de visites, tant pour le FME que pour la région.

Vrak TV s'est également rendu sur place pour enregistrer une capsule, qui sera diffusée à l'émission PI>Y qu'anime Nicolas Ouellet. À la demande de l'équipe de tournage, Alex Nevsky est venu spécialement au FME et s'est produit dans la ruelle entre la 7e et la 8e Rue, le samedi, au beau milieu de l'après-midi. La captation de ce spectacle surprise a été annoncée une heure avant sa tenue; pas loin de 700 festivaliers ont répondu à l'appel. Un moment magique!

LE FME ET L'EXPORTATION DES TALENTS D'ICI

Des partenariats avec des festivals internationaux ont vu le jour à la 11e édition du FME. En effet, en 2013, ce dernier s'est allié à plusieursévénements tels que le 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 FME était encore présent au MaMa cette année, en octobre 2016, et était l'hôte d'un déjeuner réseautage organisé en collaboration avec M pour Montréal, le Festival d'été de Québec, les Francofolies de Montréal, Osheaga, MEG Montréal et le MaMa. Le repas a été agrémenté des prestations musicales d'Aliocha, d'Emilie & Ogden, de Dead Obies, de Louis-Jean Cormier, de Samito, de Jesse Mac Cormack et de Thus Owls.

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. Cette année, c'est le groupe Paupière qui a raflé une participation rémunérée à l'émission « Belle et Bum », diffusée à Télé-Québec.

LES FRANCOUVERTES

Au concours Les Francouvertes, le FME remet une bourse à l'artiste ou à la formation de son choix. En 2016, c'est la formation Les Passagers qui a été récompensée.

FRIMAT

Le FME a aussi l'honneur de verser une bourse à un participant du FRIMAT. En 2016, la formation abitibienne Carapace pourra utiliser son prix pour poursuivre son aventure musicale.

EN RÉSUMÉ

NOS OBJECTIFS

Le FME est une vitrine de la musique alternative et, en particulier, de la musique émergente made in Québec. C'est sa raison d'être et le restera dans les prochaines éditions. D'ailleurs, 78 % des formations ayant participé au FME cette année étaient québécoises.

Chaque année, le FME note les artistes qui performent à l'international à la suite de leur passage chez lui. 2017 n'échappera pas à la règle. Les miradors présents - aussi nommés promoteurs et programmateurs européens - ont aimé et remarqué les artistes d'ici de passage au FME. On suivra l'évolution des Partner, Avec pas d'casque, Yonatan Gat et Groenland à l'international, car ces formations ont particulièrement fait couler l'encre des journalistes européens.

La deuxième édition de Quartiers d'hiver a eu lieu en 2016. Le FME souhaite de tout cœur poursuivre la version hivernale de son événement et en hausser l'achalandage en 2017. Le FME veut mettre de l'avant une autre forme d'art et y attirer un public de l'extérieur de la région. L'idée derrière Quartiers d'hiver, c'est de faire découvrir une facette peu connue de l'Abitibi-Témiscamingue, le charme et la beauté de sa saison froide.

Toute l'équipe planche déjà sur la 15^{e} édition du FME, qui aura lieu du 31 août au 3 septembre 2017.

QU'EST-CE QUE LE FME DÉJÀ?

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 14 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 impromptus, etc. Il transforme et dynamise la ville de Rouyn-Noranda pendant le long week-end de la fête du Travail.

En 14 années d'existence et d'expansion, le FME est devenu un acteur essentiel au développement économique et social de la grande région d'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.

Le 14e FME a enregistré une affluence de **34 000 entrées**, soit le même nombre qu'à l'édition 2015. Outre la qualité de la programmation et le travail acharné de l'équipe dans le but de rendre l'événement unique, cette deuxième année de grand achalandage s'avère révélatrice. Toutes nos salles étaient combles, même chose du côté des établissements hôteliers de la ville. Les membres de l'organisation pourraient continuer de vouloir faire grossir le FME, mais cette volonté irait contre la nature première de l'événement : offrir à ses festivaliers des spectacles intimes et uniques. Nous fonçons donc vers la 15e édition et ses suivantes avec la détermination de faire évoluer le FME, de l'amener toujours plus loin et d'enrichir l'expérience FME à grands coups d'innovations et d'idées nouvelles.

POUR NOUS JOINDRE

Festival de musique émergente en Abitibi-Témiscamingue
150, avenue du Lac
Rouyn-Noranda (Québec)
J9X 4N5

Téléphone :
819 797 0888

Téléphone sans frais :
1 877 797 0889

Télécopie :
819 797 8693

www.fmeat.org

Olivier Leidgens
Directeur général
dg@fmeat.org