



FESTIVAL INTERNATIONAL
NUITS D'AFRIQUE
DU 12 AU 24 JUILLET 2022



MONTREAL

BILAN D'ACTIVITÉS

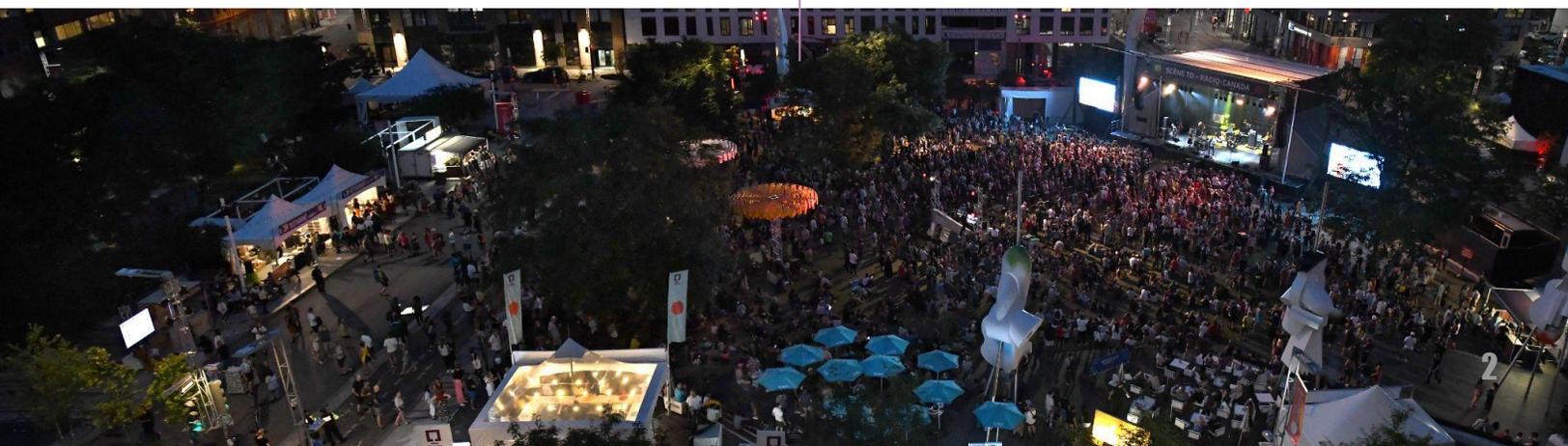


Festival international Nuits d'Afrique

36^e édition - Montréal

du 12 au 24 juillet 2022

FAITS SAILLANTS	3		
- L'année des grandes réalisations			
- Agrandissement & rehaussement			
- Impact économique et touristique			
- Impact environnemental			
- Impact médiatique			
- Prix et distinctions honorifiques			
BILAN STATISTIQUE	7		
- Programmation			
- Achalandage			
- Visibilité			
- Écoresponsabilité			
PROGRAMMATION	9		
- Programmation en salle			
- Programmation extérieure			
- Événements spéciaux			
OPÉRATIONS SITE EXTÉRIEUR	12		
- Agrandissement et réaménagement			
- Marché Tombouctou			
- Signalétique et espace de production			
- Plan du site extérieur			
DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE	15		
- Données d'achalandage			
- Développement d'achalandage 2022-2024			
- Partenaires touristiques			
MISE EN MARCHÉ ET PARTENAIRES MÉDIAS	17		
- Objectifs marketing			
- Partenaires médias			
- Campagnes publicitaires			
COMMUNICATION	21		
- Plan de communication			
- Axes de communication			
- Imprimés et Campagne de distribution			
- Communications électroniques			
- Supports numériques			
- Compilation musicale numérique			
- Site Internet et Mesures de performances			
- Médias sociaux et stratégies			
		RELATIONS DE PRESSE	27
		- Porte-parole	
		- Répercussions médiatiques	
		- Extrait de la revue de presse nationale	
		- Accueil des journalistes internationaux	
		- Extraits de la revue de presse internationale	
		ÉCORESPONSABILITÉ & DÉVELOPPEMENT DURABLE	31
		- Bilan environnemental	
		- Actions écoresponsables	
		- Engagements culturels et social	
		- Impacts culturels, touristiques et économiques	
		RESSOURCES HUMAINES	34
		- Équipe permanente	
		- Emplois directs et indirects	
		- Stages et programme d'emploi	
		- Bénévoles	
		FINANCEMENT	36
		- Augmentation du chiffre d'affaires	
		- Diversification et majoration	
		- Partenaires publics	
		- Partenaires privés	
		ANNEXES	40
		- Hyperliens & contenus numériques	
		- Campagnes publicitaires	
		- Portée médiatique	



FAITS SAILLANTS

« *Nuits d'Afrique existe pour réunir les artistes et leurs publics. Pour créer des moments de rencontre des cultures, d'échange, tout en simplicité, à travers la musique. Plus que jamais, nous avons besoin de nous rapprocher, d'être ensemble. Aussi, je suis vraiment touché de voir le Festival se développer, de voir que sa mission résonne de plus en plus.* »

Lamine Touré, président-fondateur du Festival

L'ANNÉE DES GRANDES RÉALISATIONS ET DES GRANDES RETROUVAILLES

Du **12 au 24 Juillet 2022**, la 36^e édition du Festival International Nuits d'Afrique a mis le cap sur une toute nouvelle aventure musicale et festive. Plus de **150 concerts et activités** nous ont transporté au cœur des musiques et des cultures d'Afrique, des Antilles et d'Amérique Latine.

Cette 36^e édition a donné lieu à de grandes réalisations avec **l'agrandissement du site extérieur**, et à de **grandes retrouvailles avec les artistes et visiteurs internationaux** que l'on accueillait de nouveau.

Ainsi, plus de **700 artistes de 30 pays** étaient au rendez-vous à travers **huit séries de concerts en salles** et pour les six derniers jours, sur un **site extérieur deux fois plus grand**, au **Parterre du Quartier des spectacles** et sur **l'Esplanade Tranquille**.

AGRANDISSEMENT & REHAUSSEMENT DE LA DESTINATION

Un projet structurant pour la relance culturelle et touristique de la métropole

Après deux années où le Festival international Nuits d'Afrique a su se réinventer dans le contexte de la pandémie, ce projet d'agrandissement et de rehaussement de la destination apporte une réponse concrète à une **priorité incontournable**: la **RELANCE CULTURELLE ET TOURISTIQUE DE MONTRÉAL**.

La 36^e édition du FINA en 2022 marquait une **étape majeure de croissance** avec **l'agrandissement du site extérieur sur la nouvelle ESPLANADE TRANQUILLE**, située à un carrefour névralgique du centre-ville de Montréal, dans l'axe de la rue Sainte-Catherine, entre Saint-Urbain et Saint-Laurent).

Ce projet de grande envergure impliquait **la modernisation et la bonification de l'infrastructure** afin de proposer une **nouvelle expérience exclusive** qui réponde aux attentes d'un public de tous âges et de toutes origines, en particulier les familles.

> UN ÉVÉNEMENT, DEUX ATMOSPHÈRES

L'agrandissement du site a permis aux visiteurs de s'immerger dans **deux ambiances différentes**, l'une plus intimiste sur **l'Esplanade Tranquille** et l'autre, plus exaltante, lors des concerts de grande affluence en soirée, devant la **Scène TD – Radio-Canada au Parterre du Quartier des spectacle**.

Conçu pour accueillir un public multigénérationnel, l'aménagement des deux sites invitait au voyage à travers le monde à travers les concerts, les nombreuses activités d'animation, sans oublier l'expérience gustative des kiosques de nourriture exotique et la nouvelle expérience proposée.

L'installation d'une 2^e scène - la **Scène Loto Québec** - sur l'**Esplanade Tranquille** a suscité un coup de cœur instantané de même que pour l'incontournable **Marché Tombouctou** qui brillait de tous ses feux en soirée. La **programmation alternée** des deux scènes a permis d'accueillir un plus grand nombre de festivaliers, un **achalandage accru et constant** chaque jour et chaque soir.

> LE RETOUR DES GRANDES VEDETTES INTERNATIONALES

Parmi les grandes vedettes internationales dont le retour à Montréal était très attendu, c'est le charismatique **Tiken Jah Fakoly** (Côte d'Ivoire) qui a donné le coup d'envoi de cette 36^e édition, provoquant une vague d'allégresse parmi la foule compacte qui chantait et dansait à l'unisson au **MTELUS, le 13 juillet dernier**. Quelques jours plus tard, ce fut au tour de **Femi Kuti & The Positive Force** (Nigéria) accompagné par son fils **Made Kuti**, d'électrifier la foule rassemblée devant la *scène TD-Radio-Canada*, en clôture de la première journée de programmation extérieure, au Parterre du Quartier des spectacles. Pour finir, **Sampa The Great** (Zambie) a assuré la grande finale de cette 36^e édition, en remplacement de la superstar internationale **Yemi Alade** qui s'est vue refuser son visa d'entrée.

La **scène canadienne** était également bien représentée avec, entre autres : **Wesli, Ramon Chicharron, Kobo Town, Mateo, Papagroove, Dakka Dembelé, Chico Garcia, Yordan Martinez, Zal Sissokho, Dawn Tyler Watson, Diogo Ramos**, et bien d'autres.



Tiken Jah Fakoly
Concert d'ouverture officiel - 13 juillet 2022 au MTELUS
© Mohand Belmellat

IMPACT ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE

En tant qu'**acteur majeur de l'écosystème événementiel de la métropole**, le Festival a contribué - avec l'agrandissement du site extérieur et un plus grand déploiement d'activités culturelles gratuites - à la **relance économique et touristique du Centre-Ville**.

Le rehaussement de l'infrastructure d'accueil et la nouvelle expérience proposée au *Village des Nuits d'Afrique*, permet de développer

- **l'ACHALANDAGE TOURISTIQUE** provenant des marchés primaires [Québec, Canada, États-Unis, Europe] et le
- **DÉVELOPPEMENT DE L'ACHALANDAGE** des familles avec enfants, des adultes et des jeunes de moins de 25 ans.

Avec un **taux d'attractivité touristique de 51,5%** (Segma 2017), le Festival génère d'importantes **retombées économiques** pour l'ensemble des acteurs de l'activité commerciale et touristique du centre-ville : dépenses d'hébergement, de restauration, de consommation de produits en vente sur le site du festival et dans les commerces environnants.

Le Festival contribue également à **l'impact économique** de Montréal par la création d'emplois directs et indirects, les fournisseurs et partenaires locaux (plus de 80 % en 2022).

IMPACT ENVIRONNEMENTAL

> UN FESTIVAL ÉCORESPONSABLE - LAURÉAT DE 2 PRIX VIVATS 2022

- **Gestion responsable des matières résiduelles**
- **Prévention et réduction à la source.**

Le Festival international Nuits d'Afrique s'est démarqué lors du **Gala LES VIVATS 2022** présenté par le Conseil québécois des événements écoresponsables (CQEER), Loto-Québec et RECYC-QUÉBEC en remportant **2 Prix VIVATS** : un **1^e Prix** pour sa **gestion responsable des matières résiduelles** et un **2^e Prix** pour son engagement en **prévention et réduction à la source**.

Cette année, le 36^e Festival international Nuits d'Afrique a fait le pari d'agrandir son site extérieur et d'installer une deuxième scène sur l'Esplanade Tranquille du Quartier des Spectacles et cela, SANS doubler son impact environnemental. La clé ? un ambitieux plan de réduction et de gestion des matières résiduelles, l'élimination des bouteilles de plastiques à usage unique, un service traiteur zéro déchet dans les loges des artistes et les espaces dédiés à la production et plus de 1653 kg de matières compostables collectées !

Grâce aux efforts déployés par le Festival, **46 arbres seront plantés en forêt boréale!** Les émissions de gaz à effet de serre générées par les matières résiduelles du Festival extérieur seront ainsi compensées en double, à travers le programme de plantation et de recherche sur la lutte aux changements climatiques Carbon boréal.

IMPACT MÉDIATIQUE PLANÉTAIRE

La 36^e édition a bénéficié d'une **couverture médiatique nationale et internationale** de qualité grâce à la participation d'une **centaine de journalistes locaux et nationaux** et l'accueil de **journalistes internationaux** qui rayonnent au Québec, au Canada et à l'international (Europe, États-Unis, Afrique, Amérique Latine).

L'impact médiatique du Festival se traduit également par ses nombreux **partenaires médias, culturels et touristiques** qui ont diffusé les campagnes promotionnelles et publicitaires à travers **32 médias, trois cinémas montréalais et le réseau Hôtels.ca**.

¹ Tiré de la dernière étude d'achalandage et de provenance touristique réalisée par Segma Recherche en 2017

PRIX ET DISTINCTIONS HONORIFIQUES - 2022

➤ LE PRIX DU JURY du 36^e GRAND PRIX DU CONSEIL DES ARTS DE MONTRÉAL est décerné aux PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE

“Pour la créativité, la résilience et la détermination de leur équipe, pour l'ensemble de leurs activités qui dynamisent Montréal depuis plus de 35 ans, pour saluer le travail de son fondateur Lamine Touré, le Prix du jury a été remis aux Productions Nuits d'Afrique.”

— Nathalie Maillé, directrice générale du Conseil des Arts de Montréal

➤ LAMINE TOURÉ est nommé COMPAGNON DE L'ORDRE DES ARTS ET DES LETTRES DU QUÉBEC

« Ancien danseur et chorégraphe du Ballet National de Guinée, Mohamed Lamine Touré est arrivé à Montréal en 1974, avec sa riche expérience et son rêve de faire connaître les cultures d'ascendance africaine. Pionnier du rayonnement de la diversité culturelle, fondateur du Club Balattou et du Festival international Nuits d'Afrique, ce gestionnaire visionnaire a bâti des ponts entre de multiples communautés, qui ont transformé Montréal et la vie des artistes qu'il a fait rayonner au grand bonheur du public. »

— Source: Conseil des arts et des lettres du Québec

➤ LE GRAND PRIX DYNASTIE est décerné à Lamine Touré

« L'équipe du Gala Dynastie est fière de décerner le Grand Prix Dynastie 2022 à l'incomparable Lamine Touré. Sa dévotion à faire briller l'Afrique au Québec est infatigable. Un homme exceptionnel qui a pavé la voie pour tant d'artistes. »

— Source : Gala Dynastie



13 JOURS

DE PROGRAMMATION
EN SALLE
DU 12 AU 24 JUILLET

6 JOURS

DE PROGRAMMATION
EXTÉRIEURE GRATUITE
DU 19 AU 24 JUILLET

150

CONCERTS ET ACTIVITÉS
COMPRENANT :

700

ARTISTES

30

PAYS

REPRÉSENTÉS

79

CONCERTS

72

ACTIVITÉS
PARTICIPATIVES

PROGRAMMATION EN SALLE

du 12 au 24 juillet 2022



13 JOURS

DE PROGRAMMATION
EN SALLE



43 CONCERTS

EN SALLES



8 SÉRIES

DE CONCERTS



5 SALLES

MTELUS, THÉÂTRE FAIRMOUNT,
LE GESU, LE MINISTÈRE,
CLUB BALATTOU

PROGRAMMATION EXTÉRIEURE GRATUITE

du 19 au 24 juillet 2022

VILLAGE DES NUITS D'AFRIQUE

au Parterre du Quartier des spectacles
et sur l'Esplanade Tranquille !

36

CONCERTS
D'ARTISTES NATIONAUX ET
INTERNATIONAUX

72

ACTIVITÉS PARTICIPATIVES
ANIMATIONS, ATELIERS À CIEL OUVERT,
DÉAMBULATIONS, MINI-CONCERTS, DJ SETS, ...

2

SCÈNES

108

CONCERTS & ACTIVITÉS



MARCHÉ
TOMBOUCTOU

40

KIOSQUES
MARCHANDS

8

RESTAURANTS
ET CONCESSIONS ALIMENTAIRES.
5 PAYS REPRÉSENTÉS

5

BARS
DONT LE NOUVEAU
BISTRO SAQ

DONNÉES D'ACHALANDAGE

ACHALANDAGE*

*Source : étude effectuée par SEGMA Recherche en juillet 2017

+500 k ACHALANDAGE TOTAL

+190 k VISITEURS UNIQUES

ACHALANDAGE PROFESSIONNEL

487 ACCRÉDITATIONS PROFESSIONNELLES

113 REPRÉSENTANTS MÉDIAS

13 INVITÉS INTERNATIONAUX JOURNALISTES, DIFFUSEURS ET AUTRES PROFESSIONNELS

139 NUITÉES OFFERTES ARTISTES, PROFESSIONNELS ET JOURNALISTES INTERNATIONAUX INVITÉS

VISIBILITÉ NATIONALE ET INTERNATIONALE

COUVERTURE MÉDIATIQUE

300 RÉPÉRCUSSIONS MÉDIATIQUES NATIONALES ET INTERNATIONALES

PARTENAIRES MÉDIAS

19 PARTENAIRES MÉDIAS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

30M AUDITEURS REJOINTS AVEC LA CAMPAGNE TÉLÉ

1,5 M IMPRESSIONS WEB PUB TÉLÉ ET BANNIÈRES WEB

+2,1 k OCCASIONS RADIOS

MÉDIAS SOCIAUX

NOMBRES D'ABONNÉS | TOTAL: PRÈS DE 50 K ABONNÉ.E.S

f +37,8 k i +5,7 k t +3,9 k v +1,3 k

655 k

UTILISATEURS REJOINTS VIA PLUS DE 350 CONTENUS CRÉÉS

+26,8 k

INTERACTIONS SUR NOS PUBLICATIONS RÉACTIONS, COMMENTAIRES ET PARTAGES

SITE WEB

CONSULTATIONS 3 FOIS PLUS IMPORTANTE QU'EN 2021

+512 k PAGES CONSULTÉES

+154 k SESSIONS

97 k INTERNAUTES

IMPACT ÉCORESPONSABLE

VOIR SECTION DÉDIÉE POUR PLUS D'INFORMATIONS



LAURÉAT DE 2 PRIX AUX VIVATS 2022

- GESTION RESPONSABLE DES MATIÈRES RÉSIDUELLES
- PRÉVENTION ET RÉDUCTION À LA SOURCE

46

ARBRES PLANTÉS EN FORÊT BORÉALE

5

TONNES DE COMPOSTAGE DEPUIS 2019

0

BOUTEILLE DE PLASTIQUE À USQUE UNIQUE : BANNIE À 100%

PROGRAMMATION EN SALLE - du 12 au 24 juillet 2022

UN SON PLUS ACTUEL QUE JAMAIS...DES UNIVERS PLURIELS EN GRANDE PRIMEUR

En plus du retour des grandes vedettes internationales, la 36^e édition a proposé une programmation réjouissante et surprenante, composée d'**artistes charismatiques** comme **Lindigo** et son maloya de l'île de la Réunion ou la voix profonde de **Fabiana Cozza** du Brésil. On a eu droit à des moments de transes avec **Moktar Gania et Gwana Soul** et l'étonnante proposition musicale d' **Ifriqiyya électrique**, tous deux du Maroc, des performances musicales et visuelles éclatantes avec **Ghetto Kumbé** de Colombie, des rencontres musicales mémorables entre des artistes d'ici et d'ailleurs, comme celle de **Derek Gripper** (Afrique du Sud) en trio avec **Zal Sissokho** (Sénégal-QC) et **Djely Tapa** (Mali-QC) ou encore la rencontre de deux maîtres de la kora avec **Madou Sidiki Diabaté** (Mali) et **Diely Mori Tounkara** (Mali-Québec).

> 5 SALLES DE CONCERTS

La programmation en salle comprenait **43 concerts**, présentés dans **5 salles** de différents gabarits, en fonction du type de concerts, d'expérience proposées et du public visé : **M TELUS** (2000 places), **Théâtre Fairmount** (450 places), **Le Gesù** (400 places), **Le Ministère** (280 places) et le **Club Balattou** (150 places).

> 8 SÉRIES PRÉSENTÉES

Les séries mettent en relief les nouveautés les plus enthousiasmantes, les voix les plus puissantes, les styles les plus branchés et les sonorités les plus *roots* qui les inspirent:

1. LES GRANDS ÉVÉNEMENTS | *Présentée par ICI Musique*

Des rencontres remarquables de la scène internationale

2. PRESTIGE | *Présentée par Radio VM*

Pour vivre des moments magiques

3. LES INCONTOURNABLES | *Présentée par MAtv*

Les artistes coup de cœur du Festival

4. LES ÉTOILES NUITS D'AFRIQUE | *Présentée par La Fabrique Culturelle de Télé-Québec*

9 soirées inédites concoctées par 3 artistes en résidence

5. NUITS D'AFRIQUE SOUND SYSTEM | *Présentée par CISM*

Des soirées festives et énergisantes

6. VOIX DU MONDE | *Présentée par TV5*

Des univers passionnants

7. LES RÉVÉLATIONS | *Présentée par Atuvu.ca*

Les nouveaux ambassadeurs de la musique World

8. GLOBAL BEAT | *Présentée par CISM*

Puissant, dansant, électrisant

PROGRAMMATION EXTÉRIEURE GRATUITE - du 19 au 24 juillet 2022

Six jours de concerts et d'activités pour toute la famille

Au **PARTERRE DU QUARTIER DES SPECTACLES** sur **L'ESPLANADE TRANQUILLE**

Du 19 au 24 juillet, le **Village des Nuits d'Afrique** a pris place au Parterre du Quartier des Spectacles et s'est déployé, pour la première fois, sur l'Esplanade Tranquille avec une programmation enrichie de concerts et d'activités pour un public de tous âges et de toutes origines.

Parmi les **108 concerts et activités gratuites** proposées sur le site extérieur, plus des **36 concerts** d'artistes nationaux et internationaux ont été présentés sur la **SCÈNE TD - RADIO-CANADA**, au Parterre du Quartier des spectacles et sur la nouvelle **SCÈNE LOTO-QUÉBEC** de l'Esplanade Tranquille, coup de cœur du public.

Parmi les concerts les plus rassembleurs, soulignons les concerts de fin de soirée au Parterre et sur l'Esplanade Tranquille :

> LES GRANDS ÉVÉNEMENTS TD – Présentés en collaboration avec ICI MUSIQUE

- **Femi Kuti & The Positive Force feat Madé Kuti** (Nigéria)
- **Afrique en Cirque avec Kalabanté** (Guinée-QC)
- **Quitapenas** (Guatemala, Mexique, États-Unis)
- **Cheikh Ibra Fam** (Sénégal)
- **Zilla ManiKongo** (RD Congo-ON)
- **Sampa the Great** (Zambie)

> LA NOUVELLE SÉRIE : RYTHMES AU FÉMININ

Autre coup de cœur du public, cette nouvelle série dédiée aux femmes où se sont démarquées des artistes porteuses de cultures et de modernité: **Okan** (Cuba-Ontario), **Manou Gallo** (Côte d'Ivoire), **Joyce N'Sana** (Congo-Qc), **Dobet Gnahoré** (Côte d'Ivoire), **Lara Klaus** (Brésil-Qc) et **Naxx Bitota** (Congo-Qc), sur la scène *Loto-Québec* de l'Esplanade Tranquille.

> ACTIVITÉS DE DÉCOUVERTES MUSICALES

Le **Village des Nuits d'Afrique** proposait également plus de **72 activités participatives et de découvertes musicales** :

- **ATELIERS À CIEL OUVERT** pour s'initier aux danses et instruments de musique traditionnels ;
- **ACTIVITÉS D'ANIMATION ET DE DÉCOUVERTE** du **Village des Enfants**, l'atelier de maquillage animalier et un espace ludique où l'on retrouvait l'awalé, un jeu africain conçu spécialement pour le Festival ;
- **DÉAMBULATIONS** de musicien.ne.s, danseur.euse.s et acrobates ;
- **ANIMATIONS CULTURELLES** où artistes qui nous présentent leur musique et leur culture au **CABARET NUITS D'AFRIQUE** ;
- **LES ESCALES TROPICALES NARCITY** animées par quatre différents DJ incluant le **DJ SET ICI MUSIQUE**, avec Philippe Fehmiu – sur la Scène *TD* – Radio-Canada.

ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX

> COCKTAIL DES PARTENAIRES

La soirée d'ouverture du festival est une occasion privilégiée de rassembler les représentant.e.s de nos partenaires publics et privés, sans oublier nos partenaires médias, afin de célébrer avec eux cette nouvelle édition du Festival. C'est aussi l'occasion de les remercier publiquement de leur appui lors du cocktail des partenaires qui avait lieu au Pavillon de l'Esplanade Tranquille, de même que sur la scène du M TELUS où avait lieu le concert d'ouverture officielle avec Tiken Jah Fakoly.

> PRIX NUITS D'AFRIQUE POUR LA FRANCOPHONIE

Lors d'une cérémonie qui a eu lieu à l'hôtel de ville de Montréal le 14 juillet dernier, le Festival a rendu hommage à l'ambassadeur du Reggae africain **TIKEN JAH FAKOLY**, en lui décernant *le Prix Nuits d'Afrique pour la Francophonie 2022* qui souligne à la fois le talent, l'engagement et le rayonnement sans précédent de cet artiste francophone qui s'illustre dans le monde depuis plus de 25 ans.

Cet événement de notoriété publique est aussi une occasion de célébrer la diversité culturelle de notre métropole et son rayonnement international, En présence d'élus.e.s et de plusieurs partenaires, la cérémonie s'est déroulée avec la participation de **Dany Laferrière**, qui a fait une allocution bien sentie, et des artistes maliens, **Djely Tapa** et **Diely Mori Tounkara**, qui ont rendu un vibrant hommage à **Tiken Jah Fakoly**, à la manière des griots.



SITE EXTÉRIEUR - AGRANDISSEMENT ET RÉAMÉNAGEMENT

L'agrandissement et le réaménagement des installations du site extérieur a permis de créer **deux ambiances différentes**, l'une plus « familiale » sur l'**Esplanade Tranquille** et l'autre, pour accueillir les grandes foules, en soirée, au **Parterre du Quartier des spectacle**.

De plus, l'**ESPLANADE TRANQUILLE** offre un **accès direct à la rue Sainte-Catherine**, artère principale piétonne dans ce secteur où circulent les visiteurs en grand nombre.

Plusieurs **OBJECTIFS** ont guidé nos réalisations :

- Accueillir les festivaliers de tous âges et de toutes origines, notamment les **enfants** et les **familles multi-générationnelles**;
- Permettre un plus grand déploiement d'activités afin d'**enrichir l'expérience globale** du festival en proposant: *Un voyage planétaire, à la rencontre des cultures d'Afrique, des Antilles et d'Amérique latine*;
- Concevoir un aménagement **accessible, convivial, harmonieux et sécuritaire**, porté par une **vision d'innovation** et de **tourisme authentique et bienveillant**;
- Concevoir et réaliser une **nouvelle entrée de site attractive et distinctive** avec l'équipe de design urbain et événementiel *En Temps et Lieu* avec qui le Festival collabore depuis 2021;
- Réviser les **horaires** d'ouverture et d'activités pour favoriser une **programmation alternée en continu**;
- Créer une **ambiance visuelle et sonore** optimale qui favorise l'achalandage.

Le **rehaussement de la destination** comprenait :

- La nouvelle **SCÈNE LOTO-QUÉBEC** sur l'Esplanade Tranquille;
- La relocalisation du **Marché Tombouctou** sur l'Esplanade Tranquille et le maintien d'une ambiance de souk coloré, illuminé où déambuler jours et nuits;
- Une **expérience visuelle et sonore augmentée** :
 - La retransmission en direct des spectacles du Parterre sur un écran géant installé sur la scène Loto-Québec a permis un achalandage continu à l'Esplanade en plus d'offrir un lieu de participation plus calme pour les spectateurs frileux des grandes foules.
 - L'expérimentation d'une nouvelle configuration des équipements sonores et des écrans géants a favorisé une meilleure immersion sonore et visuelle du public sur l'ensemble du site ainsi que le développement de compétences de nos équipes techniques.
 - La programmation du Festival, affichée sur **5 grands panneaux rétro-éclairés** pour informer et orienter le public.



- **Plusieurs nouveaux éléments scénographiques distinctifs :**
 - Une **nouvelle arche d'entrée** sur la rue Sainte-Catherine;
 - Le **renouvellement des infrastructures de pavoisement** et l'utilisation d'une nouvelle charte graphique intemporelle;
 - De **nouveaux postes et signalétique d'accueil** pour les nouvelles entrées;
 - De **éléments décoratifs** : panneaux d'identification en bois, fanions et guirlandes LED au Marché Tombouctou, etc.
- Un **espace d'animation famille** sur l'Esplanade Tranquille, un plateau de jeu africain, l'**Awalé**, fabriqué par l'équipe de *Spin Jeux*.
- L'installation du **Cabaret Nuits d'Afrique** au Parterre du Quartier des spectacles
- Le réaménagement des **lieux de restauration** sur les deux sites : restaurants (5) et des bars (5) dont le **nouveau Bistro SAQ** et des concessions (3) avec des airs de restauration et l'harmonisation de menus réutilisables.
- La bonification de l'aménagement des **loges et des espaces de production** ;
- Pour les **personnes à capacité physique restreinte**, expérimentation d'un **espace prioritaire** devant la scène TD-Radio Canada, de **rampes de trottoir** et d'une **signalétique améliorée**.

MARCHÉ TOMBOUCTOU

Cette année le *Marché Tombouctou* a accueilli près de **33 artisans et artisanes, commerçants et commerçantes-entrepreneur.e.s** répartis sur **40 kiosques de ventes**. À souligner la prépondérance des **femmes entrepreneures** et plus de **75% de nouveaux artisans**.

Les produits exposés étaient très variés, il y en avait pour tous les goûts et pour toutes les bourses : artisanat d'Afrique Subsaharienne, Sénégal, Cameroun, etc... (Boubous, pagnes, instruments de percussions, bijoux, sculptures, beurre de karité, etc.), d'artisanat d'Afrique du Nord, Maroc, Algérie, (bijoux, vêtement, huile aromatique sauce de toutes sortes, etc.). La nouvelle génération de designers Antillais.es et Africain.es a eu un très grand succès auprès des festivaliers.

En sommes, le marché a connu, encore une fois, un grand succès. L'espace de l'Esplanade Tranquille était très convivial à la déambulation dans les allées du marché. La décoration était très attrayante, surtout la nuit avec ses guirlandes lumineuses et son portail d'accueil composé de 2 arbres stylisés, également illuminés le soir.

SIGNALÉTIQUE SUR LE SITE EXTÉRIEUR

De nouveaux supports de signalétique et de pavoisement ont été créés cette année pour donner au site extérieur toute son envergure et une visibilité accrue avec des visuels et structures de très grands formats. Des inédits pour cette 36^e édition. À titre d'exemple : L'arche d'entrée de site de la rue Saint-Catherine, stèles géantes, fonds de scène, etc...

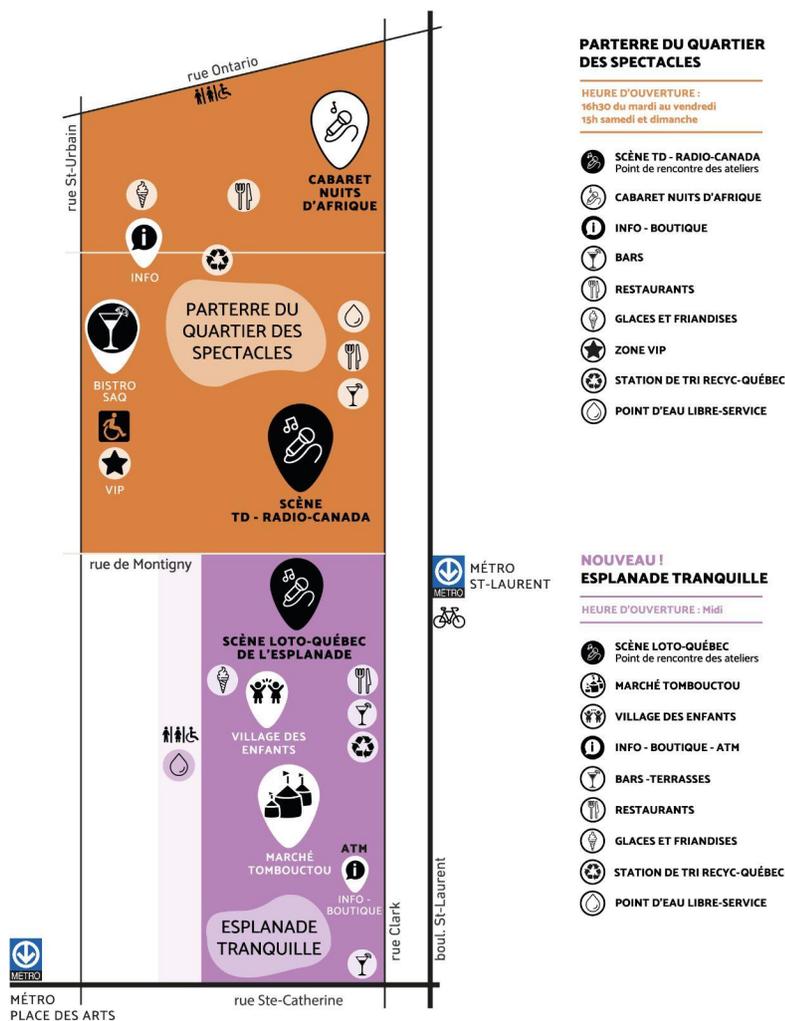
Au total, plus de **25 nouveaux visuels grand format** ont été créés pour annoncer la programmation extérieure, rendre le Festival plus visible et "imposant", mais aussi bien indiquer les différentes zones et les différentes installations du site extérieur.

ESPACE DE PRODUCTION

Parmi les points forts de cette édition, soulignons l'utilisation des espaces locatifs du **Pavillon de l'Esplanade Tranquille** pour les besoins de la production et des différentes équipes du festival.

Une des grandes salles du 2^e étage a été utilisée comme espace de production. Cet espace climatisé, muni de douches et d'une cuisine a été fort apprécié par tous et toutes : l'équipe des opérations du site extérieur, les responsables du catering, de la coordination des bénévoles et des radios, le personnel d'entretien, d'accueil et de sécurité sans oublier l'espace média réservé aux journalistes et leur équipe de tournage.

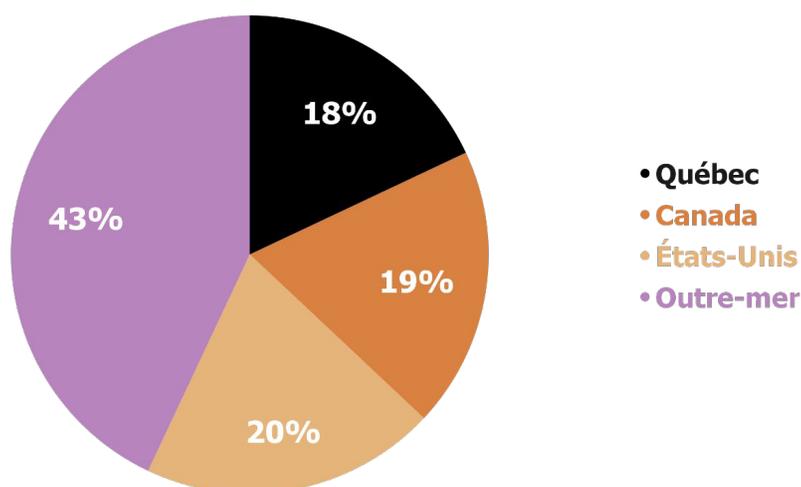
- PLAN DU SITE EXTÉRIEUR - LE VILLAGE DES NUITS D'AFRIQUE du 19 au 24 juillet 2022



DONNÉES D'ACHALANDAGE

La dernière étude d'achalandage et de provenance touristique réalisée en 2017 par SEGMA Recherche, démontre l'impact économique et touristique de cet événement majeur dans la métropole.

- Nombre de visiteurs uniques: **191 044 personnes**
- Achalandage total: **512 181 jours de participation**
- **Locaux: 76,3 % Touristes: 12,5 % Excursionnistes: 11,2 %**
- **Nombre de nuitées** générées par l'événement était de **42 804**
- **Indice d'attractivité**² de l'événement est de **51,5 %**.



DÉVELOPPEMENT DE L'ACHALANDAGE - 2022-2024

L'agrandissement et le rehaussement de la destination ont permis un plus grand déploiement de concerts et d'activités, une participation constante et soutenue chaque jour et une plus grande rétention de l'achalandage.

Selon nos estimations, environ **200,000 visiteurs uniques** ont participé à la **36^e édition du Festival**, aux concerts et activités gratuites en plein air ou en salle.

L'objectif à moyen termes est de revenir à l'achalandage pré-pandémique et de l'accroître³.

² *Indice d'attractivité : proportion des visiteurs de 16 ans et plus dont la présence à Montréal est justifiée par l'événement. Cet indicateur permet de départager les visiteurs qui seraient quand même venus dans la localité où se déroule l'événement de ceux qui s'y trouvent en raison dudit événement.*

³ *Selon les études disponibles en 2022 (EAQ, Destination Canada entre autres) ce rattrapage à faire se fera graduellement pour l'ensemble du secteur.*

PARTENAIRES TOURISTIQUES

> PARTENAIRES HÔTELIERS

Les partenaires hôteliers proposent à la clientèle touristique du Festival des tarifs préférentiels, entre **15% et 30%**, sur la réservation des chambres. Les offres accordées par les hôtels participants s'appliquent pour toute réservation du 12 au 24 juillet 2022, grâce à un code promotionnel lors de votre réservation en ligne.

- **Hôtel Monville** (4 étoiles)
- **Hôtel Alt Montréal** (3 étoiles)
- **Auberge Le Pomerol** (3 étoiles)
- **Auberge Du Plateau** (*Auberge De Jeunesse*)

> AUTRES PARTENAIRES & ACTIVITÉS TOURISTIQUES

Le développement de partenariats touristiques permet au Festival de faire rayonner l'événement auprès de différents publics, et de participer à la mise en avant de divers acteurs du tourisme de Montréal. Cette année, le Festival a collaboré avec **10 partenaires touristiques** :

Guidatour, Fitz Montréal, Maeva Surf, Ezkapaz, Montréal Zipline, Voiles en Voiles, Musée -à-Callière, Échappe-toi Montréal, Rage Axe Throwing, Boulzeve, Parc Omega, La Tohu, Musée Espace Nomad, Strom Spa, Tourisme Kahnawà:ke, Locapaq (matériel de plein-air), **EVA** (application de covoiturage).



MISE EN MARCHÉ ET PARTENAIRES MÉDIAS

Les nombreux partenariats médias que les PNA développent et poursuivent à chaque année permettent de **développer la visibilité** du festival et de toutes ses activités. Cette année marque également le retour d'une campagne TV avec une publicité vidéo, faisant la promotion de toutes les activités du Festival.

La **stratégie de mise en marché multiplateformes** développée nous a permis de rejoindre nos publics mais également d'en acquérir de nouveaux, de rejoindre un public national, international, et de faire la promotion de l'agrandissement du site extérieur.

OBJECTIFS MARKETING

- Développer une **campagne publicitaire 360°** à travers les médias partenaires et leurs plateformes;
- Bonifier les campagnes publicitaires à la télévision en premier lieu, mais aussi en ligne et sur les réseaux sociaux;
- Associer un partenaire média à chacune de nos séries de concerts afin de maximiser la visibilité et associer des campagnes promotionnelles ciblées;
- Améliorer le développement de nouveaux publics
- Renouer avec nos partenaires médias internationaux

PARTENAIRES MÉDIAS

La campagne promotionnelle et publicitaire a été réalisée avec **19 partenaires médias, culturels et touristiques**. Au total, **32 médias** dont **3 nouveaux**.

Radio-Canada demeure depuis plusieurs années, notre **Grand Partenaire** avec ses chaînes de télé, radio et ses services numériques. De plus, un **partenariat international** a été développé avec le groupe **France Médias Monde** qui réunit **France 24**, la chaîne d'information continue (en français, en anglais, en arabe et en espagnol) et **RFI**, la radio mondiale (en français et 15 autres langues). Six séries de concerts ont été associées à des partenaires médias; ce qui nous a permis de rejoindre un public diversifié, tout en lui proposant un contenu ciblé et attrayant.

TYPES DE PARTENAIRES	CHAÎNES ET PLATEFORMES ASSOCIÉES
Grand Partenaire	Radio Canada
Médias internationaux	France Médias Monde : RFI et France 24
Autres médias télévisuels	ICI Radio-Canada: CBC, ICI Radio-Canada Première, ICI Musique, ICI TOU.TV, ICI ARTV, ICI Explora, ici.radio-canada.ca et l'application OHDio Télé-Québec: La Fabrique culturelle, telequebec.tv / TV5 / CTV / MAtv
Radios communautaires	CISM / CKUT / CJLO / Mike FM / Radio VM / CIBL / CJMD Levis
Radios commerciales	Cogeco: Rythme FM, The Beat
Médias web	Culture Cible : Atuvu.ca, Le Canal Auditif, Sors-tu.ca, / Narcity / L'Initiative
Autres partenaires	Cinémas Beaubien, du Parc et du Musée, Hotel.tv



> RADIO-CANADA - GRAND PARTENAIRE

À titre de Grand partenaire du Festival et présentateur de la série *Les Grands Événements* en salle et en extérieur, à travers ICI Musique, une collaboration de premier plan permet de développer la promotion du festival, de ses activités inédites en extérieur et en ligne, mais également des artistes.

- Publicité télévisuelle sur **Radio-Canada Télé**
- Publicité radio sur **ICI Musique et ICI Première**
- Diffusion sur **OHdio** de la *Compilation musicale FINA 2022*
- Promotion en ligne et médias sociaux

> FRANCE MÉDIAS MONDE : RFI - FRANCE 24 - NOUVEAUTÉ

Grand partenaire international, France Médias Monde nous a permis d'être présent à travers le monde **via la chaîne radio RFI, à la télé sur FRANCE24 et sur le web**. Des partenaires que nous avons été heureux de retrouver après quelques années.

> LA FABRIQUE CULTURELLE DE TÉLÉ-QUÉBEC

À titre de partenaire média du Festival et de **présentateur de la série *Les Étoiles Nuits d'Afrique***, La Fabrique culturelle de Télé-Québec a fait la promotion du Festival à travers ses plateformes et la **production d'une capsule vidéo inédite**.

> TV5

Un partenariat important pour le Festival qui permet de rejoindre une clientèle ciblée, avec diffusion de la **publicité télévisée** et une **visibilité en ligne**. TV5 est présentateur de la série *Voix du monde* pour une troisième année consécutive.

> CTV

Ce partenariat de longue date permet de diffuser la publicité télévisée du Festival sur les ondes de cette télévision commerciale anglophone, rejoignant un public plus large. Cette année, la visibilité de l'événement a été bonifiée grâce à la mise en place d'un concours diffusé à la TV (un week-end offert avec l'hôtel Hampton et des places de concerts).

> MATV - NOUVEAUTÉ

Présentateur de la série *Les Incontournables*,

- Promotion télévisuelle
- Promotion en ligne sur les réseaux sociaux

> NARCITY - NOUVEAUTÉ

Tout nouveau partenaire web, Narcity a été **présentateur de la série extérieure DJ Sets Les Escales Tropicales**. Une **visibilité web** qui a très certainement permis au Festival de rejoindre de nouveaux publics ou de rejoindre les Festivaliers via une plateforme additionnelle.

> COGECO : RYTHME FM & THE BEAT

Cette 2^e année de partenariat avec Cogeco nous a permis de rejoindre nos publics et d'en toucher de nouveaux. Les campagnes mises en place avec eux rendent le Festival très visible. Une **campagne publicitaire radio** sur **Rythme FM** et **The Beat**.

> ACTIVATIONS & PRÉSENCE DES PARTENAIRES - SITE EXTÉRIEUR

En plus des concerts et activités inédites offertes gratuitement au public, nos partenariats avec les médias nous ont permis d'enrichir les activités proposées sur le site extérieur.

- **TV5** : Un espace de jeu et de détente
- **Radio-Canada** : Un espace musical et de détente avec un piano, des parasols
- **ICI Musique** : DJ Set animé par Philippe Fehmiu avant le concert de Femi Kuti
- **CISM** : émission spéciale enregistrée en direct du site extérieur du Festival



CAMPAGNES PUBLICITAIRES

| Valeur de la campagne média : **335 276 \$** |

Chaque année, la vaste campagne médiatique est déployée en collaboration avec nos partenaires médias et font rayonner le Festival et des artistes programmés. Pour cette 36^e édition, la promotion a été orientée vers la télé et la radio et sur le web.

> CAMPAGNE TÉLÉ

- **30 millions** d'auditeurs du Grand Montréal
- **7 partenaires et 12 canaux de diffusion** : Radio-Canada - CBC - Explora - ARTV - CTV - Télé-Québec - TV5 - Matv, Cinémas : Beaubien, du Parc et du Musée - Hôtels.tv

Conçue par *Eden Creative Studio*, la publicité télévisuelle était déclinée en français et en anglais. La campagne s'est déployée durant 3 semaines, du 4 au 24 juillet 2022, sur les chaînes francophones et anglophones de nos partenaires. Les 845 occasions ont rejoint plus de **30 millions d'auditeurs du Grand Montréal**.

La publicité télé a également été diffusée du 24 juin au 24 juillet 2022, dans les Cinémas **Beaubien, du Parc et du Musée**, offrant plus de 567 k occasions de supplémentaires (diffusion avant chaque film projeté, et 566 605 occasions via le réseau **Hôtels.tv** qui comprend 32 hôtels – une diffusion en rotation 24h/24 dans les 8700 chambres d'hôtel. La campagne télé s'étendait sur le web avec la diffusion de la publicité en pré-roll des vidéos sur les plateformes de nos partenaires (Radio-canada.ca, Tou.tv, CTV.ca, cbc.ca, tv5.ca et Télé-Québec.tv).

> CAMPAGNE RADIO

- **2 163 occasions** : ICI Première - ICI Musique - Rythme FM - The Beat - RFI - CISM - Radio VM - CKUT CJLO - Mike FM - CIBL - CJMD Levis

La campagne radio, mise en place avec **10 partenaires** à travers **12 chaînes francophones et anglophones** a permis d'assurer la promotion du Festival à plusieurs niveaux, sur les ondes du Grand Montréal et à l'international avec RFI. Cette campagne radio s'est déroulée pendant près de 8 semaines (du 2 juin au 24 juillet) en 3 temps : suite au dévoilement de la programmation et pendant toute la durée du Festival.

> CAMPAGNE EN LIGNE

- **328 818 impressions web de la publicité télé**
- **760 000 de bannières web**
- **Au total une visibilité de près de 1,5 million d'impressions**

La promotion en ligne du Festival est assurée avec nos partenaires par des publications sur leurs médias sociaux, par la présence de bannières web sur leurs plateformes en ligne et l'envoi d'infolettres diffusées à leurs membres abonnés. La campagne est fortement appuyée par la diffusion de notre publicité TV en « pré-roll », lors de rediffusion d'émissions en streaming.

Sur les plateformes web de ces grands médias, on compte donc **328 818 impressions web de la publicité télé**, auxquelles s'ajoutent les **760 000 de bannières web** et les impressions des bannières dans les envois d'infolettre de nos partenaires et autres bonifications sur leur site web cumulant ainsi **près de 1,5 million d'impressions** durant le festival.

Sur les médias sociaux également, une cinquantaine (49) de publications ciblées avec des contenus spécifiques au Festival ont également touché plusieurs milliers d'internautes.

PLAN DE COMMUNICATION

Le plan de communication du Festival est articulé autour d'objectifs-clés. Il comprend un ensemble **d'outils, moyens, activités et stratégies**, coordonnés et mis en œuvre par l'équipe des communications et relations de presse et l'appui de l'équipe marketing et partenariats des Productions Nuits d'Afrique.

> OBJECTIFS

Développer l'**achalandage des visiteurs locaux et des excursionnistes**

Développer l'**achalandage touristique national et international**

PRINCIPAUX AXES DE COMMUNICATION

- Un voyage planétaire à la rencontre des musiques et des cultures d'Afrique, des Antilles et d'Amérique latine.
- Une expérience humaine et culturelle empreinte d'authenticité.
- Des centaines de concerts et d'activités gratuites pour toute la famille
- Le retour de la programmation d'artistes internationaux,

> LES NOUVEAUTÉS

- L'agrandissement du site sur l'Esplanade Tranquille,
- Une expérience musicale et festive renouvelée, au cœur du centre-ville de Montréal
- La bonification des installations notamment la nouvelle Scène Loto-Québec,
- La relocalisation du Marché Tombouctou et le développement des activités découvertes destinées à un public familial et multigénérationnel.

LES IMPRIMÉS : AFFICHE ET DÉPLIANT

L'image de marque du festival repose sur un travail de communication éditoriale riche et complet ainsi qu'une communication visuelle soignée qui se décline sur ses différents supports imprimés et plateformes numériques.

Déclinée sur nos supports habituels (dossier de presse, communiqué, site internet, bannières web, etc...), son exploitation a été encore plus poussée sur nos supports numériques (publications sur les réseaux sociaux, vidéos de lancement de la programmation, publicité télé, webdiffusion). Sa déclinaison graphique a été d'autant plus forte sur les projets d'envergures, comme la création de nouveaux supports très grands formats pour la signalétique du site extérieur.

CAMPAGNE DE DISTRIBUTION

- **Durée : 5 semaines**
- **Traffic estimé : 6,7 M**

La promotion du festival à travers les supports imprimés a été assurée grâce au Partenariat avec **Publicité Sauvage**, ainsi qu'avec le réseau **Événements Attractions Québec**. Cette campagne d'affichage d'envergure vise la distribution - dans le Grand Montréal, avec une présence accrue au centre-ville, et plus largement au Québec - du **dépliant promotionnel** qui présente la programmation.

500 AFFICHES de format standard et **60 affiches grand format** (Bébés Monstres et Monstres) ont été installées, du 30 mai au 24 juillet, dans le secteur du Centre-ville et du Plateau Mont-Royal par Publicité Sauvage, à travers **23 emplacements** stratégiques

Le **DÉPLIANT** (bilingue), comprenant la grille horaire, la description des concerts en salle et en extérieur et des informations pratiques a été imprimé à **30 000 exemplaires**, distribués dans les salles de spectacles du Festival et aux kiosques d'information du site extérieur du Festival et du Quartier des spectacles.

7500 dépliants ont été distribués via un réseau de **150 emplacements à Montréal** (via Publicité Sauvage) et **3000** à travers **30 lieux touristiques au Québec** sur (Événements Attractions Québec). Enfin, **10 000** ont été distribués dans le réseau de partenaires touristiques, hôteliers, commerciaux et médias.

D'autres supports ont également été imprimés pour la conférence de presse: un **carton d'invitation** ainsi que la **pochette de presse** remis aux journalistes et partenaires présents.

COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES

- **Personnes rejointes : 138 k**

Les **communiqués de presse**, destinés aux médias et les **infolettres** destinées à nos abonnés sont essentiels pour communiquer avec nos publics cibles. Avec l'intégration de contenus multimédias et d'hyperliens qui redirigent le destinataire vers le site internet, les médias sociaux, et la billetterie en ligne, ils ont pour but de susciter l'intérêt et un appel à l'action.

- **22 communiqués** ont été envoyés à des moments stratégiques à plus de **2725 contacts médias**.
- **17 infolettres** ont été envoyées à nos **4595 abonnés**. Une ligne directrice et un calendrier de suivi permettent de maintenir la cohésion de nos communications qui se déclinent également sur les autres **plateformes numériques** : médias sociaux et site web.



SUPPORTS NUMÉRIQUES

- Plus de 1350 visuels promotionnels

Pour cette édition, la production de supports numériques a été augmentée et encore plus développée, notamment sur les réseaux sociaux, avec des créations de contenus inédits. Les visuels numériques sont produits pour être exploités sur plusieurs supports :

- Site internet du Festival, du Club Balattou et autres salles de spectacles
- Sites web de nos partenaires médias
- Réseaux sociaux de *Nuits d'Afrique*, du Club Balattou et des partenaires de diffusion
- Les écrans géants du site extérieur

Au total, ce sont **plus de 1350 visuels** qui sont créés à l'interne pour l'habillage et la promotion via notre site web et nos réseaux sociaux, ainsi qu'à destination de nos partenaires

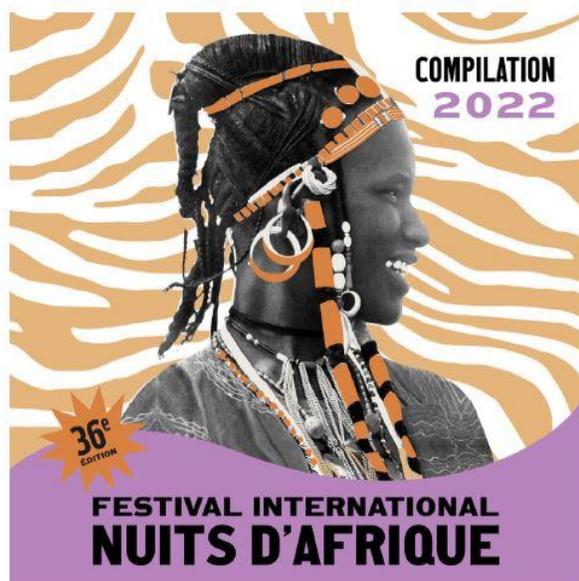
COMPILATION MUSICALE NUMÉRIQUE

- **Sortie mondiale sur toutes les plateformes numériques : le 3 juin 2022**

La **compilation** musicale FINA 2022, comprend une sélection de **21 titres d'artistes phares** de **cette 36^e édition** du Festival. On y retrouve notamment la star planétaire **Yemi Alade**, le Reggae engagé de **Tiken Jah Fakoly**, la nouvelle étoile montante du Sénégal **Cheikh Ibra Fam**, l'Afrobeat multigénérationnel de **Femi Kuti et Madé Kuti**, le Kuduro de **Pongo** et la voix suave de l'artiste brésilienne **Fabiana Cozza**.

Cette compilation met aussi en lumière les multiples talents et la créativité des artistes montréalais, **Paulo Ramos** avec un titre inédit et **Kizaba** chantant son amour pour le Québec ainsi que deux artistes de l'Ontario, récipiendaires de Prix JUNO, **OKAN** et **Kobo Town**.

[> Écouter la compilation](#)



- 01 Seeing Nobody | DEREK GRIPPER
- 02 Gouvernement 20 ans | TIKEN JAH FAKOLY
- 03 Ayitaria | CHEIKH IBRA FAM FEAT. CHEIKH LO
- 04 Oïlo | LA MAMBANEGRA
- 05 Sua mao direita | DIOGO RAMOS
- 06 Yemaya (Ile Ladde) | OKAN
- 07 Oh My Gosh | YEMI ALADE
- 08 Tambo | GHETTO KUMBE
- 09 Batuca Aqui Batuca La | PAULO RAMOS
- 10 He Eh Lalla | IFRIQQYA ÉLECTRIQUE
- 11 One by One | KOBO TOWN
- 12 Na Bigmanism Spoil Government | FEMI KUTI
- 13 Gou | MANOU GALLO
- 14 Kouyou Kouyou | MOKTAR GANIA & GNAWA SOUL
- 15 Kosa Nena | LINDIGO
- 16 Filhas de lemanja | FABIANA COZZA
- 17 Poso Oyo | NAXX BITOTA
- 18 Desert | DOBET GNAHORÉ
- 19 Tu aimes danser | KIZABA
- 20 Ziya en 5 | DONALD DOGBO
- 21 Bruxos | PONGO

SITE INTERNET

Source des mesures de performance : Google Analytics, du 29 mai au 26 juillet 2022, du dévoilement de la programmation à la fin du Festival

Le site internet est entièrement bilingue. Il fournit des informations complètes (textes et multimédias) sur tous les artistes, les concerts et les activités du festival ainsi que des **liens transactionnels** et des liens vers les médias sociaux du festival. Une **salle de presse privée** est également offerte aux médias.

L'utilisation de nouvelles fonctionnalités ont permis une valorisation des contenus et informations concernant le festival et ses activités, tout en l'inscrivant dans une ère plus moderne et épurée. L'objectif principal a été d'offrir un accès rapide et clair de toutes les informations les plus recherchées sur le festival par les internautes, via une seule et même page, la page d'accueil!

> NOUVEAUTÉS

Cette année, l'utilisation d'un **calendrier de programmation par jour** a été mis en place, afin d'offrir aux internautes un moyen rapide et pratique de voir tous les concerts et activités par jour. Une page qui a été pensée notamment pour le cellulaire, afin de la rendre pratique pour les utilisateurs en plein événement.

La page d'accueil avec **fonctionnalités optimisées** contenait toutes les informations concernant l'événement: des concerts à venir, aux activités sur le site extérieur, aux informations pratiques et à la billetterie.

> APERÇU GÉNÉRAL

Durant cette période, le **nombre moyen d'utilisateurs** est de **97 K**, soit **3,2 fois plus** que l'année précédente, et le **nombre de pages vues** est de **512 K** (soit 3,4 fois plus qu'en 2021). Le site internet est **consulté depuis 89 pays**, dont 73% via un appareil mobile (+10%). L'acquisition se fait principalement via un moteur de recherche (80% dont près de 20% en recherches directes) avec un taux de rebond constant (43%), indiquant entre autres un **bon référencement naturel** du site.

> PORTRAIT GÉO-DÉMOGRAPHIQUE

Le site internet a été fréquenté majoritairement par des **internautes canadien** (91%) principalement de **Montréal** (53 %). On observe cette année une augmentation des consultations depuis d'autres villes canadiennes, notamment **Toronto** (20%, du jamais vu), ce qui indique une bonne ouverture de l'événement auprès des publics ailleurs au Québec et au Canada.

Plus de **50% des internautes** ont entre **25 ans et 44 ans** (chiffres en hausse). Le site est consulté par des internautes francophones (60%) et anglophones (40%).

> ACQUISITION

Près de **20 % des internautes** sont arrivés sur le site **par recherche directe**, ce qui démontre l'intérêt du public pour nos contenus. L'**entrée via les moteurs de recherche**, à 61 %, **en augmentation** depuis 2020 (+19 %) démontre également que le référencement naturel du site est très performant et que le **positionnement en ligne** est **préférentiel**.

MÉDIAS SOCIAUX

Les plateformes numériques du festival sont des outils indispensables pour les festivaliers : une source d'information privilégiée sur les spectacles, les artistes, les annonces, les primeurs, les concours exclusifs.

En 2022, le Festival poursuit le développement de ses communautés sur les réseaux sociaux, principalement sur **Facebook** où la communauté de fans est la plus développée en plus d'être très engagée, mais aussi sur **Instagram** et **Twitter** où nos communautés se sont particulièrement développées cette année.

ÉVOLUTION ANNUELLE - ABONNÉ.E.S À NOS MÉDIAS SOCIAUX		
RÉSEAUX SOCIAUX	OCT 2022	AUGMENTATION comparée à nov. 2021
FACEBOOK	37,8 K	+ 11 %
INSTAGRAM	5,7 K	+ 42 %
YOUTUBE	1,3 K	+ 26 %
TWITTER	3,9 K	+ 1,5 %
TOTAL	48,7 K	+ 20 %

> STRATÉGIE DE CONTENUS

La **stratégie de contenus numériques** mise en place avait pour objectifs de :

- Développer et fidéliser nos publics
- Offrir différents aperçus du Festival en salle et à l'extérieur
- Promouvoir le Festival et ses différents concerts et activités
- Augmenter le nombre de fans sur les différentes communautés
- Accroître le rayonnement local, national et international du Festival

Cette stratégie reposait sur un **contenu éditorial de qualité et diversifié** (avec plus d'une centaine de publications, dès le dévoilement de la programmation), la **création d'événements** pour chaque concert et activités, l'utilisation du **sponsoring** pour augmenter la portée et l'engagement des fans.

Chaque jour du Festival le **programme de la journée** était partagé sous forme de stories. Aussi, des **contenus exclusifs des artistes et de leurs prestations** étaient relayés tout au long de la journée, faisant ainsi grandir l'attrait du public pour les contenus partagés sur nos différents réseaux.



> RÉSULTATS OBTENUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

La stratégie déployée sur les médias sociaux nous a permis de **diversifier notre audience** pour chaque événement sponsorisé. Nous avons pu toucher **différents groupes cibles** à travers les événements, les pages des artistes et les nôtres.

- **654 585 personnes** atteintes par nos publications sur les différents réseaux sociaux durant la période de promotion du Festival. Cela inclut les publications organiques et les publications sponsorisées.
- **35 773 comptes** touchés par les *stories* pour la même période, ce qui démontre l'intérêt de notre public la programmation.
- **612 360 personnes** touchées via les **77 événements Facebook**, donnant de la visibilité à tous nos événements (concerts en salles, activités et concerts en extérieur). Il y a eu au total **30 969 réponses** à ces événements, participants et personnes intéressées confondues; ce qui traduit un intérêt certain pour les concerts et activités proposés.
- **26 500 interactions** : un nombre élevé d'interactions sur les publications tous médias sociaux confondus est synonyme d'un **fort engagement de notre communauté sur l'ensemble de nos réseaux**.
- **5 765 abonnés** en plus la dernière année sur l'ensemble de nos réseaux sociaux
- **27 publications sponsorisées**
- Une analyse comparative de 2021 et 2022 démontre que nos publications ont touché **plus de gens de manière organique**, permettant d'**optimiser l'investissement** pour un **ciblage plus précis**.

RELATIONS DE PRESSE

Les relations de presse sont l'une des activités majeures de notre plan de communication puisqu'elles génèrent **d'importantes répercussions médiatiques** et des **retombées mesurables** sur le plan de **fréquentation**, mais également sur le plan de la **notoriété**.

Le Festival international Nuits d'Afrique bénéficie d'une **excellente couverture médiatique nationale et internationale**. À travers leurs articles, chroniques, reportages et entrevues, les journalistes des grands médias de masse et des médias spécialisés témoignent d'une reconnaissance exemplaire envers le festival, les artistes et l'organisation.

STATISTIQUES

- **300** répercussions médiatiques au total
- **80** répercussions médiatiques internationales
- **105** accréditations média au total
- **12** accréditations médias internationaux

PORTE-PAROLE

Cette 36^e édition a été marquée par une gestion de crise suite à l'annonce de la porte-parole à quelques jours de la conférence de presse où l'on dévoilait la programmation. Cette annonce a déclenché, en moins de 24 heures, une vague de réactions négatives sur les médias sociaux, dû au fait que le festival avait confié ce rôle à l'artiste **Mélissa Lavergne**, plutôt qu'à un.e représentant.e de la diversité.

Grâce à une bonne stratégie de communication, mise en place conjointement avec l'agence **TOK Communications** et la participation de Monsieur **Lamine Touré**, président-fondateur du festival, qui est venu expliquer ce choix et transmettre la vision inclusive de Nuits d'Afrique, avec ses paroles éclairées, empreintes de sagesse, la situation a pu être maîtrisée en quelques jours.

RÉPERCUSSIONS MÉDIATIQUES

Au-delà de l'attention médiatique liée au choix de la porte-parole, la 36^e édition du Festival a suscité **une couverture de presse, abondante, diversifiée et de qualité dans tous les types de médias** (web, radio, télé, quotidien, revue, blogue) ayant une portée nationale et internationale, sans oublier les relais et autres déclinaisons de cette couverture journalistique sur les médias sociaux, les applications numériques telles que OHdio, Spotify et autres plateformes digitales.

Plusieurs reportages et entrevues réalisés avec les artistes ou les organisateurs du festival ont été diffusés dans les bulletins de nouvelles télévisées, les émissions de radio, la presse à grand tirage et les médias web.

La **compilation musicale FINA 2022** qui comprend 21 titres d'artistes nationaux et internationaux a été largement diffusée en amont de l'événement à Radio Canada, les radios étudiantes et communautaires.

REVUE DE PRESSE NATIONALE - EXTRAITS

LA PRESSE - [Une programmation ambitieuse, une controverse qui dure](#)

Par Alexandre Vigneault – 31 mai 2022

« La programmation dévoilée mardi est l'une des plus ambitieuses de l'histoire du FINA. En plus des concerts en salle, l'évènement sera déployé sur deux scènes dans le Quartier des spectacles. Le reggaeman ivoirien Tiken Jah Fakoly, un habitué, sera de retour à Montréal en juillet. Sa compatriote Dobet Gnahoré sera aussi de l'évènement, tout comme Femi Kuti avec son groupe The Positive Force et son fils Made. Coup d'oeil sur cinq autres artistes internationaux à découvrir. »

RADIO-CANADA – TÉLÉJOURNAL - [Tiken Jah Fakoly en lever de rideau du Festival Nuits d'Afrique](#)

Par Nabi Alexandre-Chartier - 14 juillet 2022

TVA NOUVELLES - [Nuits d'Afrique prend ses assises dans la ville dès la semaine prochaine](#)

Publié le 6 juillet 2022

LA PRESSE - [Tiken Jah Fakoly récipiendaire du prix Nuits d'Afrique pour la francophonie](#)

Par Marissa Groguhé – 29 juin 2022

LA PRESSE - [Festival Nuits d'Afrique - Plus qu'un continent !](#)

Par Claude Côté – 23 juillet 2022

« Ça chauffe depuis mardi dernier au centre-ville de Montréal. Rien de plus normal quand le festival Nuits d'Afrique s'y installe... » [...] "Affluence remarquable [...] Le parterre symphonique et son espace convivial font le bonheur des familles."

LE DEVOIR - [Naxx Bitota et Kizaba nous donnent des nouvelles du Congo](#)

Par Philippe Renaud – 21 juillet 2022

LE DEVOIR - [Visa refusé pour Yemi Alade](#)

Par Philippe Renaud – 22 juillet 2022

« La tête d'affiche du Festival international Nuits d'Afrique, la vedette pop nigériane Yemi Alade, s'est vu refuser son visa d'entrée par Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada. Le concert qu'elle devait offrir en clôture de cette édition du festival, sur la grande scène extérieure, dimanche, est donc annulé. [...] L'artiste mondialement reconnue sera remplacée au pied levé par Sampa The Great, une jeune rappeuse australienne originaire de la Zambie. »

MONTREAL GAZETTE - [Dunlevy: Goodbye jazz fest, hello Nuits d'Afrique](#)

By T'Cha Dunlevy - Jul 08, 2022

"The festival reaches a multicultural and multi-generational audience, with completely different tastes," Rousseau said. "That's really the festival recipe — having a mix of cultures on stage, which creates a mix of cultures in the crowd, which makes for a rich, festive atmosphere that brings together people who are open-spirited."

LES ARTSZÉ - [Tiken Jah Fakoly, heureux récipiendaire du Prix Nuits d'Afrique pour la Francophonie](#)

Publié le 14 juillet 2022

« Ce prix célèbre l'immense talent et le rayonnement sans précédent de **TIKEN JAH FAKOLY**, porte-étendard d'une jeunesse africaine qui a soif de liberté et de changement. Après 25 ans de carrière, ce héros du reggae moderne est devenu le haut-parleur de tout un continent. »

ACCUEIL DES JOURNALISTES INTERNATIONAUX

En plus de faire rayonner le FINA et accroître sa réputation à un niveau planétaire, la présence des médias et journalistes internationaux profite à la **notoriété du festival** et valorise Montréal **comme destination culturelle incomparable**.

Plusieurs de ces journalistes, spécialistes de la musique du monde, sont devenus au fil des ans, des inconditionnels qui s'intéressent grandement à notre scène nationale. D'année en année, ils témoignent par leur couverture médiatique de la qualité du Festival, de l'ambiance si particulière qui s'en dégage et de sa programmation éclectique qui en font un événement unique au monde.

Par le biais d'entrevues, de portraits d'artistes, de reportages et d'émissions spéciales, ces médias relayent à la fois de l'information en temps réel ainsi qu'en différé sur plusieurs mois suivant l'événement ce qui permet un rayonnement international du festival sur le long terme!

En 2022, **5 médias internationaux invités** par le festival avec leur équipe, au total **8 personnes** invitées pris en charge par le festival :

> **TV5 MONDE** (France) avec la présence du journaliste-chroniqueur **Nicolas Georges** et **Camille Balland** qui ont préparé des reportages diffusés au bulletin de nouvelles **INFO – 64' Le Monde en français**

> **FRANCE 24** (France) avec la journaliste **Fatoumata Wane** et son caméraman qui préparaient des reportages pour *le Journal de l'Afrique*;

> **RADIO-FRANCE INTERNATIONAL** (France) avec le journaliste **Daniel Lieuze** et la réalisatrice **Laure Temperville** qui ont préparé des reportages diffusés sur les médias sociaux de plusieurs comptes associés : **RFI, RFI MUSIQUE, RFI Talent, Culture Prime** ainsi que **France 24 et TV5 Monde**.

> **AFROPOP WORLDWIDE** (États-Unis) le journaliste et producteur **Banning Eyre** qui a préparé des contenus multimédias : une **émission radiophonique d'une heure sur le festival** animée par **Georges Collinet**, consacrée aux artistes programmés et un sujet documentaire sur la kora avec des interviews d'artistes programmés au Festival, ainsi qu'un reportage photo du Festival diffusé sur leur plateforme web.

> **NORTH COUNTRY PUBLIC RADIO** (États-Unis) avec **David Sommerstein** qui a diffusé des reportages sur son média web et radio.

En plus de faire rayonner le festival et Montréal, la couverture médiatique qu'ils réalisent est aussi une véritable opportunité pour les artistes locaux de se faire connaître à l'international. À titre d'exemple, le reportage diffusé en octobre dernier et mettant en vedette **Yamoussa Bangoura** et le **Cirque Kalabanté** - programmé en juillet dernier sur le site extérieur du Festival - a atteint plus de **1 M de vues** en une semaine seulement. Ce reportage sera aussi diffusé en novembre dans une émission culturelle de la chaîne **RFI espagnol** (radio et réseaux sociaux) et **France 24 espagnol** qui diffusent de **Bogotá sur toute l'Amérique latine**.

Par ailleurs, d'autres journalistes internationaux présents au Festival et médias internationaux rejoints par nos communiqués ont écrit et diffusé des contenus rédactionnels et multimédias, notamment : **Couleur Café** (France), **Pan African Music** (France), **Le Point** (France), **FX Tribune** (Royaume-Uni), **World Music Central** (États-Unis), **Loop News** (Caraïbes) et plusieurs médias web africains.

REVUE DE PRESSE INTERNATIONALE - EXTRAITS ET CITATIONS

« Cette année, le Festival International Nuits d'Afrique de Montréal – maillon essentiel de la diffusion des musiques africaines et afro-diasporiques en Amérique du Nord, convie une programmation King Size (excuse my french). Avec Tiken Jah Fakoly, Yemi Alade, Femi Kuti & the Positive Force ou encore Lindigo et Ghetto Kumba. Autant de grands noms venus d'ailleurs, qui vont côtoyer, et c'est une des forces du festival, des talents afro-diasporiques tels que Donald Dogbo et son jazz métissé, mais aussi Wesli ou encore des doyens de la scène mandingue à Montréal tels que Diely Mori Tounkara (...) En salle, en plein air, ou encore au mythique club Balattou ouvert par Lamine Touré, le fondateur du festival, l'enjaillement est assuré. »

PAN AFRICAN MUSIC

Festivals d'été, nos coups de cœur, Publié le 27 juin 2022

TV5 MONDE INFO – 64' Le Monde en français

Chronique culturelle de Nicolas Georges et Camille Balland - interviews

[Tiken Jah Fakoly aux Nuits d'Afrique de Montréal](#) - 15 juillet 2022

[Tiken Jah Fakoly récompensé à Montréal](#) - 15 juillet 2022

[Montréal : Nuits d'Afrique, le festival dénichéur de talents !](#) - 16 juillet 2022

[La kora enflamme les "Nuits d'Afrique" à Montréal](#) - 17 juillet 2022

TV5 MONDE AFRIQUE - vidéo sur demande

[La kora enflamme les "Nuits d'Afrique" à Montréal](#) - 17 juillet 2022

FRANCE 24 - LE JOURNAL DE L'AFRIQUE

[Fatoumata Wane interview avec Syroko](#) (à partir de 9 :56 min) – 20 juillet 2022

[Fatoumata Wane interview avec Naxx Bitota](#) (à partir de 8 :21 min) – 20 juillet 2022

RFI MUSIQUE / RFI AFRIQUE / RFI TALENT

Par Daniel Lieuze et Laure Temperville

[Cheikh Ibra Fam à l'affiche du 36e festival Nuits d'Afrique à Montréal](#) - 24 juillet 2022

[Dobet Gnahoré à l'affiche du festival montréalais Nuits d'Afrique](#) - 25 juillet 2022

[Nuits d'Afrique à Montréal : ouverture de la 36e édition du festival](#) - 26 juillet 2022

[Joyce N'Sana à l'affiche du festival Nuits d'Afrique à Montréal](#)

RFI AFRIQUE / RFI MUSIQUE / RFI TALENT / CULTURE PRIME /

FRANCE 24 / TV5 MONDE / TV5 MONDE AFRIQUE

Par Daniel Lieuze et Laure Temperville

[Afrobeat : Femi Kuti émancipé de Fela](#) Entrevue et extrait du concert - 15 septembre 2022

[Kalabanté, le cirque africain de Montréal](#) Entrevue et extrait du concert - 25 octobre 2022

AFROPOP WORLDWIDE (États-Unis)

Podcast d'une heure sur le festival, produit par Banning Eyre et animé par Georges Collinet est diffusé sur

Afropop Worldwide et Spotify - Entrevues d'artistes et extraits musicaux enregistrés lors des concerts

[Nuits d'Afrique in Montreal 2022](#) - 18 août 2022

[Journeys with the kora](#) - 15 septembre 2022

NORTH COUNTRY PUBLIC RADIO (États-Unis)

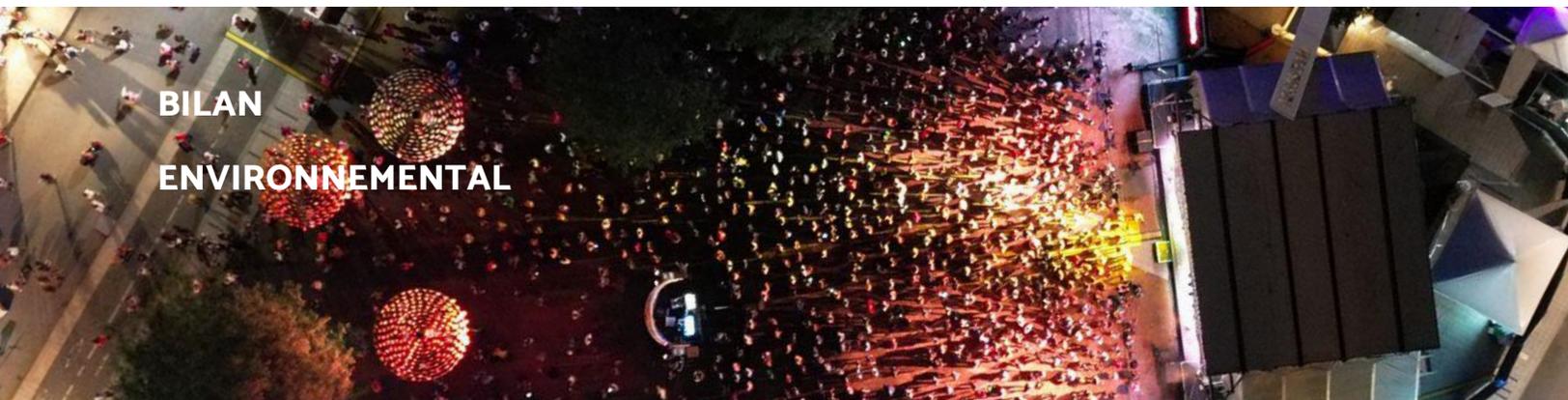
Par David Sommerstein

[The Best Music tips for Montreal's African music festival](#)

ÉCORESPONSABILITÉ & DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les Productions Nuits d'Afrique prônent des valeurs humanistes d'ÉQUITÉ, de SOLIDARITÉ et de PARTAGE à travers toutes ses activités depuis 1987. Consciente qu'un environnement sain est important pour que ces valeurs s'épanouissent, l'équipe s'engage à réduire chaque année l'empreinte écologique du Festival.

La 36^e édition a été marquée par un ensemble de nouvelles actions phares, l'implication de nouveaux partenaires et le maintien de nos engagements face aux défis que représentaient l'agrandissement du site extérieur. **Nouveauté** : Une page du site internet du Festival est dédiée à l'écoresponsabilité. Elle vise à sensibiliser les festivaliers aux gestes responsables ainsi qu'à informer des actions entreprises par le FINA et leurs impacts.



BILAN ENVIRONNEMENTAL

UN FESTIVAL ÉCORESPONSABLE - LAURÉAT DE 2 PRIX VIVATS 2022

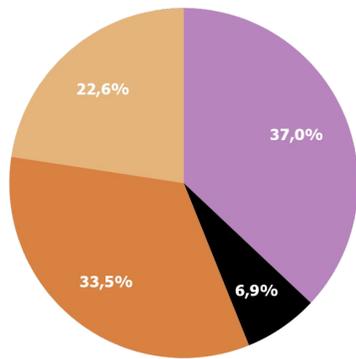
- **Gestion responsable des matières résiduelles**
- **Prévention et réduction à la source.**

Le Festival international Nuits d'Afrique a été doublement récompensé lors du **Gala LES VIVATS 2022** présenté par le Conseil québécois des événements écoresponsables (CQEER), Loto-Québec et RECYC-QUÉBEC, pour son engagement en prévention et en gestion responsable des matières résiduelles.

Cette année, le Festival a fait le pari d'agrandir le site extérieur et d'installer une deuxième scène sur l'Esplanade Tranquille du Quartier des Spectacles, SANS doubler son empreinte environnementale. La clé? Un ambitieux **plan de réduction et de gestion des matières résiduelles**, l'élimination des bouteilles de plastiques à usage unique, un service traiteur zéro déchet en coulisses et plus de 1653 kg de matières compostables collectées !

> FAITS SAILLANTS

- **46 arbres plantés en forêt boréale** à travers le programme de reboisement et de recherche sur la lutte aux changements climatiques [Carbon boréal](#).
- **5 tonnes de matières compostables collectées** par notre fournisseur recommandé [Compost Montréal](#) depuis 2019.
- **Économie de plus de 5700 bouteilles de plastique** à usage unique en arrière-scène depuis 2021.
- Un volume de matières résiduelles à l'équilibre malgré l'agrandissement majeur du Festival.



Répartition des matières résiduelles (sur 5085,2 kg)

- Déchets ultimes
- Matières recyclables
- Matières compostables
- Dons, écocentres et consignes

ACTIONS ÉCORESPONSABLES PRISES EN 2022

- Adoption d'un ambitieux **plan de gestion des matières résiduelles 2021-2023** basé sur la logique des **4 R-V** (Refuser > Réduire > Réutiliser > Recycler > Valoriser). Ce plan vise à atteindre 100% des objectifs de l'**Indice d'éco responsabilité de la Ville de Montréal** d'ici 2023. **Résultat obtenu en 2022: 85%**
- Vente de **bouteilles d'eau en plastique bannie**. Installation de **fontaines d'eau publiques** et de **fontaines de 18L en arrière-scène** en collaboration avec **Recyc-Québec** et **Onibi**.
- Un **service-traiteur** aux artistes, à visée **zéro déchets** et économie de proximité; Implantation d'un système de vaisselle, contenants et gourdes réutilisables en arrière-scène ;
- **Réduction** du nombre d'impressions promotionnelles et de la production de produits dérivés; Interdiction des *goodies* à usage unique et minimalisme;
- Implication des restaurateurs pour une **offre alimentaire durable** avec options végétariennes ou véganes, compostage obligatoire dans les cuisines, valorisation des huiles de fritures, choix de contenants recyclables ou compostables, don d'excédents, etc.) ;
- Remplacement des verres de plastique par des boissons en contenants consignés;
- Installation de **16 bacs à consigne Consignaction**;
- Sensibilisation du public au **tri sélectif** et au **transport actif et collectif** ;
- Deux **stations de tri commanditées par Recyc-Québec**, installées visiblement à proximité des terrasses de restaurants. Les matières présentes sur le site sont épinglées au-dessus de chaque bac : déchets, recyclage, matières organiques, liquides et canettes;
- Mobilisation de bénévoles et des jeunes de la *Maison des jeunes l'Escalier de Lachine* pour participer à l'**escouade verte formé.e.s** par l'éco-quartier Saint-Jacques de l'ASCCS;
- Collecte de **1653 kg de matières compostables**, par notre fournisseur **Compost Montréal** ;
- Réalisation de **bilans d'impacts** tels que le calcul et la caractérisation des matières résiduelles du site extérieur et des émissions de GES des artistes internationaux et des véhicules de production (**64,5 tonnes de CO2 eq**);
- Compensation en double des émissions de gaz à effet de serre générées par les matières résiduelles du Festival en plein air soit **3,2 tonnes/CO2 eq**.
- Collecte et disposition à l'écocentre des matériaux résiduels en arrière-scène (piles, ampoules, électronique, métal, papier et carton, bois) ;
- Don d'objets trouvés non réclamés et de matériaux à usage unique à des organismes communautaires;
- **Accessibilité** des salles et du site extérieur en transport en commun, vélo
- Volonté d'**écoconception** dans toutes les nouvelles installations ;

ENGAGEMENT CULTUREL ET SOCIAL

Avec une programmation représentative des **cultures de l'Afrique, des Antilles et d'Amérique latine**, le Festival favorise un **dialogue interculturel** et sensibilise la population locale et les visiteurs, à la **diversité culturelle montréalaise**.

L'**expérience globale et authentique** que propose le site extérieur, avec ses spectacles rassembleurs, ses activités participatives pour toute la famille, le légendaire marché Tombouctou et les kiosques de nourritures proposant des mets exotiques africains, antillais, mexicains ou maghrébins, sont autant d'occasions d'échanges, de rencontres et d'apprentissages interculturels qui favorisent la **COHÉSION SOCIALE** et le **VIVRE-ENSEMBLE**.

Aussi, la grande force de Nuits d'Afrique est sa capacité à rassembler une **grande diversité de publics, de tous âges et de toutes origines**. Environ **200,000 visiteurs uniques** ont participé à la 36^e édition du Festival, aux concerts et activités gratuites en plein air ou en salle à des prix abordables en salle. De plus, le Festival améliore chaque année l'**accessibilité universelle** pour accueillir les personnes à capacités physiques restreintes.

Le **rayonnement des artistes issus de la diversité** est au centre de nos priorités. Nous nous faisons un devoir de valoriser leurs talents, de les rendre visibles et de les faire rayonner sur le plan national et international. Aussi, un important travail de promotion et relations de presse est effectué par le Festival.

Le festival stimule également l'**éveil culturel des plus jeunes** et le **partage entre générations** par le biais de nombreuses activités participatives et d'animation.

De plus, l'achalandage du Festival bénéficie aux nombreux acteurs de l'industrie touristique et aux commerces locaux.

INITIATIVES SOCIALES ET PROFESSIONNELLES

Par ses nombreuses initiatives, le Festival **stimule l'activité économique et professionnelle du secteur culturel et touristique**:

- Opportunités d'**emploi à des centaines d'artistes** et les **équipes de production**
- Une attention particulière aux **artistes féminines**, de plus en plus nombreuses et présentes au sein de la programmation du Festival; 20 groupes féminins et une série de concerts leur est dédié en 2022 sur le site extérieur.
- **Visibilité et rayonnement national et international des artistes** par le biais de la **promotion** (une vingtaine de partenaires médias) et d'un important travail de **communication et de relations de presse** effectué par Nuits d'Afrique d'où découle une importante couverture médiatique.
- Emploi d'une **équipe permanente de 14 personnes à plein temps**, en plus de **23 postes saisonniers**.
- Intégration dans l'équipe de **7 stagiaires** et création de **4 emplois d'été** pour étudiant.e.s.
- Embauche de **35 agents.es d'accueil**, sur le site extérieur. La plupart sont des étudiant.e.s de diverses origines culturelles;
- L'inclusion dans l'équipe d'une **centaine de bénévoles**, dont plusieurs sont **de nouveaux arrivants** qui trouvent, à travers le Festival, leurs premiers repères, leurs premiers contacts et développent de nouvelles expériences sociales et professionnelles.

ÉQUIPE PERMANENTE

Les Productions Nuits d'Afrique souhaitent reconnaître et remercier l'implication de toutes celles et ceux sans qui ce Festival ne pourrait se dérouler :

Sous la direction générale de **Suzanne Rousseau** et le soutien du fondateur **Lamine Touré**, l'équipe permanente comprend **14 personnes** à l'année et **23 en période de pointe**. Les différents secteurs d'activités sont : la programmation, la production, les opérations, les communications, les partenariats et commandites, le développement, le financement public et l'administration. L'équipe compte également sur la participation d'un comptable agréé et d'un avocat contractuel.

L'expansion du site extérieur du Festival a nécessité de bonifier l'embauche de personnel qualifié pour le montage, la technique, la logistique, l'accueil et la sécurité privé, etc.

EMPLOIS DIRECTS ET INDIRECTS

Ce sont aussi près de **700 emplois directs générés** chaque année dès le printemps par le Festival:

- Agent.e.s d'accueil et d'information
- Agent.e. de sécurité privée
- Agent.es d'entretien et services sanitaires
- Animateurs.trices
- Chauffeurs.euses
- Commerçant.es et artisan.es du Marché Tombouctou
- Employé.e.s de salles de spectacles et services de billetterie
- Équipe de Conception visuelle et design (scénographie, mapping, graphistes, concepteur web et multimédias, concepteurs publicitaires)
- Équipes de Production de spectacle
- Équipe des Opérations du site extérieur (direction, gestion des aliments & boissons, gestion des bénévoles, etc.)
- Imprimeur, service d'affichage et de distribution
- Ouvriers spécialisés (monteurs de chapiteaux, télécommunications, gréage, électricité, etc.)
- Photographes
- Scénographes et artisans
- Service traiteur, bars et restaurants
- Technique (direction, son, éclairage, régie, machinistes, montage et démontage, backline...)
- Traducteurs.trices
- Etc.

STAGES ET PROGRAMMES D'EMPLOIS

Investi dans la formation de la relève, PNA a accueilli et mentoré cette année **10 personnes** en développement professionnel :

- **1 personne** embauchée dans le cadre du programme **PRIIME** (Programme d'aide à l'intégration des immigrants et minorités visibles en emploi. D'origine ukrainienne, cette personne fait maintenant partie de l'équipe régulière.
- **3 personnes** embauchées via le programme d'emploi **Été Canada** en tant que responsables des bénévoles et responsable information & merchandising.
- **7 stagiaires universitaires** en provenance de l'étranger ont occupé les postes suivants : production et développement touristique, partenariats médias, marketing, communications, relations de presse et graphisme

Deux personnes ont pu être engagées aux Productions Nuits d'Afrique à la fin de leur programme d'emploi.

BÉNÉVOLES

Le déroulement du festival nécessite également le recrutement d'un nombre important de bénévoles. Le *FINA* répond donc à ce défi par l'accueil de personnes issues de toutes les cultures en tant que bénévole. Le *FINA* accorde en effet une attention particulière au recrutement en intégrant à son équipe des bénévoles expérimentés, mais aussi de nouveaux arrivants originaires de différents pays, qu'ils soient jeunes travailleurs ou étudiants.

Il faut souligner cette année que l'enjeu de main d'œuvre a aussi eu un impact dans ce secteur. Plusieurs désistements ont eu lieu en amont en raison de la 7e vague de COVID. Au final, près de **110 bénévoles** ont prêté main forte à l'équipe du Festival cette année, avec une moyenne de **40 heures d'implication** chacun.e. Le Festival tient à souligner leur dévouement ainsi que le soutien au recrutement du Centre d'Action bénévole et du YMCA de Montréal.

Le *FINA* accorde chaque année une attention particulière à unir dans ses équipes, des bénévoles expérimentés qui donnent leur temps *par amour du Festival*, mais aussi de nouvelles personnes en quête de *rencontres, d'enrichissement culturel* ou *d'une première expérience en événementiel* *.



FINANCEMENT

- **Augmentation du chiffre d'affaires**
- **Diversification du financement**
- **Majoration de l'aide gouvernemental**
- **Augmentation des revenus autonomes**

AUGMENTATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

La 36^e édition du FINA en 2022 a été une **étape importante de développement** à tout point de vue. Conséquemment, **le chiffre d'affaires dépasse maintenant le cap des deux millions!**

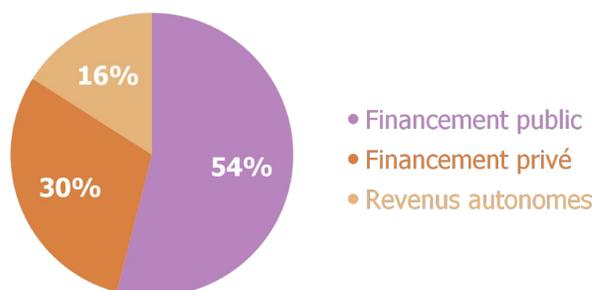
L'expansion du site extérieur, le rehaussement des installations et de la programmation gratuite représentaient un **investissement majeur** pour l'organisation. Ce projet d'envergure a pu se réaliser grâce à l'aide financière de nos partenaires publics et privés.

Lorsqu'on compare le chiffre d'affaires de 2022 avec la dernière édition "normale" du Festival (en 2019) on observe:

- Une augmentation de 45% des revenus monétaires
- Et une augmentation de 25 % en incluant les revenus non-monétaires
- Une augmentation de 75 K attribuable principalement aux ventes des bars sur le site extérieur et des ventes de billetterie.

DIVERSIFICATION DU FINANCEMENT

L'augmentation du chiffre d'affaires, attribuable à la diversification et la majoration des revenus de sources **publics** (54%), **privés** (30%) et **autonomes** (16%).



MAJORATION DE L'AIDE GOUVERNEMENTALE

Du côté de l'aide gouvernementale, le Festival a pu compléter le financement nécessaire grâce aux divers fonds de relance et bonifications ainsi qu'à des aides financières ponctuelles non récurrentes.



CANADA

Nous avons eu droit, encore cette année, à un supplément via l'aide au *Fonds pour la Présentation des arts* de Patrimoine canadien. Nous avons également obtenu une aide via le nouveau *Fonds de réengagement avec les publics*.

Nous avons également obtenu une aide ponctuelle via le *Fonds d'aide au tourisme* de Développement économique Canada, directement affectée au rehaussement du site extérieur.

QUÉBEC

Du Ministère du Tourisme, nous avons reçu une aide ponctuelle au *Volet 3*, pour l'agrandissement du site et le rehaussement de la destination, de même qu'une bonification de l'aide régulière.

Nous avons également mené une campagne de levée de fonds discrétionnaires nous permettant de recueillir près de 42K.

Bonification de l'aide publique:	160 K
Aide additionnelle ponctuelle :	300 K
Autres sources gouvernementales :	42 K
Total	502 K

PARTENAIRES PUBLICS

Gouvernement du Québec

- Ministère du Tourisme
- Ministère des Affaires municipales et de l'Habitation - Secrétariat à la région métropolitaine
- Conseil des Arts et des Lettres du Québec

Gouvernement du Canada

- Patrimoine canadien
- Musicaction
- Développement économique Canada
- Conseil des Arts du Canada

Montréal

- Ville de Montréal - Division des Festivals et des événements culturels
- Conseil des Arts de Montréal
- Tourisme Montréal
- Partenariat du Quartier des spectacles

PARTENAIRES PRIVÉS

> COMMANDITAIRES ET FOURNISSEURS OFFICIELS

L'appui des partenaires et commanditaires privés de Nuits d'Afrique contribue grandement à sa réussite. La plupart d'entre eux bonifient d'une année à l'autre leur entente. En 2022, de nouvelles ententes ont été signées avec de nouveaux commanditaires et fournisseurs !

> GROUPE BANQUE TD

Depuis 2010, le Groupe TD fournit une commandite monétaire pour le festival en tant que **présentateur des Grands Événements TD** qui ont lieu chaque soir sur la scène principale du site extérieur. Cette entente triennale sera renouvelée l'an prochain.

> SAQ

Commanditaire officiel du festival pour la 2^e année consécutive, ce partenariat comprend une commandite monétaire et de produits.

NOUVEAU - Un **Bistro SAQ** avec terrasse a été installé à l'une des entrées du site au Parterre du Quartier des spectacles. Ce tout nouvel espace a rencontré un grand succès auprès des festivaliers et sera à nouveau présent sur le site du Festival l'année prochaine.

> LOTO-QUÉBEC - NOUVEAUTÉ

Ce nouveau partenariat qui comprend une commandite monétaire avec une entente sur 3 ans, nous permet de renouer avec un partenaire de longue date. À titre de **commanditaire officiel du Festival**, LOTO-QUÉBEC est **présentateur de la nouvelle Scène Loto-Québec**, située sur l'Esplanade Tranquille.

> RECYC-QUÉBEC - NOUVEAUTÉ

Ce nouveau partenariat se traduit par une commandite monétaire qui a permis la mise en place d'actions éco responsables dont l'élimination des bouteilles d'eau en plastique et l'installation de stations de tri et la promotion de bonnes pratiques écoresponsable via une campagne sur les réseaux sociaux.

> ONIBI - NOUVEAUTÉ

Ce tout nouveau partenariat comprend une commandite de produits, avec une exclusivité dans le domaine de l'eau. Onibi, fournisseur du Festival, se positionne comme acteur du changement dans ce secteur, offrant uniquement une eau, issue du nord du Canada, qui respecte des **valeurs environnementales**, avec notamment des canettes d'eau consignées et des bidons de plusieurs litres en plastiques réutilisables. Ce beau partenariat nous a permis de supprimer entièrement les bouteilles en plastiques sur le site du Festival.

> BRASSEURS DU MONDE

Fournisseur officiel du festival pour la 2^e année consécutive, ce partenariat comprend une commandite de produits.



MERCI À TOUS NOS PARTENAIRES ET À L'ANNÉE PROCHAINE !

Prochain rendez-vous en 2023, pour la 37^e édition
Du 11 au 23 juillet 2023



Crédits Bilan d'activité FINA 2022

Rédaction: Diane Ouellet - Graphisme: Julie Dupic - Identité visuelle: Isadora Lima
Crédits photos : André Rival, Peter Graham et Mohand Belmellat

HYPERLIENS ET CONTENUS NUMÉRIQUES

Découvrez tous les contenus vidéos disponibles sur la [chaîne YouTube Nuits d’Afrique](#).

VIDÉOS

VIDÉO BILAN / 36e édition 2022

Visionner la vidéo : https://youtu.be/n_qITc8-43U

Liste de lecture “Festival international Nuits d’Afrique”

Comporte toutes les vidéos présentant le Festival international Nuits d’Afrique

Visionner : <https://youtube.com/playlist?list=PLJbTEYNgi1a8PZWjCKtWrqF8KTUqKW6dl>

MUSIQUES

Compilation musicale 36e édition du Festival

Écouter les 21 titres de la compilation sur Spotify :

https://open.spotify.com/album/5GbnhcH74XonFxt6cKFVXq?si=0Hb_Ws3UTKKu4fNnfbxcw

PHOTOS

Album Flickr - FINA 2022

Les moments clés de la 36e édition avec les plus belles photos du Festival

<https://www.flickr.com/photos/nuitsdafrique/sets/72177720301006050/>

RÉSEAUX SOCIAUX - WEB

Facebook : <https://www.facebook.com/nuits.dafrique>

Instagram : <https://www.instagram.com/nuitsdafrique/>

Twitter : <https://twitter.com/nuitsdafrique?lang=fr>

YouTube : <https://www.youtube.com/user/nuitsdafrique>

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/productions-nuits-d’afrique/>

Site web : <https://www.festivalnuitsdafrique.com/festival-international-nuits-dafrique-2022/>

MÉDIAS	DESCRIPTION CAMPAGNE / PORTÉE
TÉLÉVISIONS - DIFFUSION PUBLICITÉ TV	
Radio-Canada	<p>Nombre d'occasions publicité 30 secondes : 55 (dont 11 décomptes TJ) Auditoire : 5,6 millions / semaine 4 au 24 juillet 2022 Nombre d'occasions auto-promo (15 sec) : 20 du 12 au 24 juillet 2022 + Promotion dans le segment "Qu'est ce qu'on fait avant de se coucher?" par Philippe Fehmiu, dans le cadre de l'émission <i>Bonsoir Bonsoir</i> + Tirages de billets dans le cadre de l'émission <i>Bonsoir Bonsoir</i></p>
CBC	<p>Nombre d'occasions publicité 15 secondes : 142 4 au 24 juillet 2022</p>
ARTV	<p>Nombre d'occasions publicité 15 secondes : 218 Auditoire : 2,3 millions / semaine 4 au 24 juillet 2022</p>
EXPLORA	<p>Nombre d'occasions publicité 15 secondes : 154 Auditoire : 735 k / semaine 4 au 24 juillet 2022</p>
TV5	<p>Nombre d'occasions publicité 30 secondes : 95 (85 + 10 en boni) Auditoire : 1,2 millions / semaine 23 juin au 23 juillet 2022</p>
CTV	<p>Nombre d'occasions publicité 30 secondes : 78 Auditoire : 16,8 millions / semaine 4 au 24 juillet 2022 + 1 semaine de promotion Concours (minimum de 14 occasions)</p>
Télé-Québec	<p>Nombre d'occasions publicité 30 secondes : 23 Auditoire : 3,7 millions / semaine 4 au 17 juillet 2022</p>
MAtv	<p>Nombre d'occasions publicité 30 secondes : 60 + 50 occasions émission <i>Premier Plan</i> 27 juin au 24 juillet 2022</p>
Cinéma Beaubien, du Parc et du Musée	<p>Nombre d'occasions publicité 30 secondes : 500 24 juin au 21 juillet 2022</p>
Hotels.tv	<p>Nombre d'occasions publicité 30 secondes : 566 605 (65 occasions / jour dans chacune des 8 717 chambres des 32 hôtels) 24 juin au 24 juillet 2022 Diffusé dans plus de 32 hôtels</p>

RADIOS

ICI Radio-Canada Première	Promotion radio de 15 sec (28 spots) <ul style="list-style-type: none"> 28 spots minimum entre le 12 et le 24 juillet 2022
ICI Musique	Promotion radio de 15 sec (28 spots) <ul style="list-style-type: none"> 28 spots minimum entre le 12 et le 24 juillet 2022 Auto-promotion radio 15 sec (16 spots) <ul style="list-style-type: none"> 16 occasions entre le 15 et le 20 juillet 2022 Tirages de billets via @Via Fehmiu Segments musicaux <ul style="list-style-type: none"> dans l'émission <i>Ça groove pour moi</i>, animée par Catherine Pépin
Rythme FM	Promotion radio de 15 sec (78 spots) <ul style="list-style-type: none"> 78 spots entre le 10 et le 24 juillet 2022 + Tirages en ondes
The Beat	Promotion radio de 15 sec (108 spots) <ul style="list-style-type: none"> 108 spots entre le 10 et le 24 juillet 2022 + Tirages en onde
RFI	Promotion radio de 30 sec (15 spots) <ul style="list-style-type: none"> 15 spots entre le 8 et le 15 juillet 2022
CISM	3 Messages promo 30 sec (150 spots) pour le Festival <ul style="list-style-type: none"> 40 spots : du 2 au 9 juin 2022 (spot 1) 70 spots : du 6 au 20 juillet 2022 (spot 2) 40 spots : du 11 au 24 juillet 2022 (spot 3) 2 Messages promo de 30 sec (50 spots) pour les séries <i>Global Beat</i> et <i>Nuits d'Afrique Sound System</i> <ul style="list-style-type: none"> 50 spots entre le 11 et le 23 juillet + Tirages en ondes
Radio VM	3 Messages promo 30 sec (200 spots) pour le Festival <ul style="list-style-type: none"> 50 spots : du 2 au 9 juin 2022 (spot 1) 100 spots : du 6 au 20 juillet 2022 (spot 2) 50 spots : du 11 au 24 juillet 2022 (spot 3) 1 Message promo de 30 sec (50 spots) pour la série <i>Prestige</i> <ul style="list-style-type: none"> 50 spots entre le 9 et le 16 juillet + Tirages en ondes
CKUT	2 Messages promo 30 sec (150 spots) pour le Festival <ul style="list-style-type: none"> 75 spots : du 28 juin au 18 juillet 2022 (spot 1) 75 spots : du 11 au 24 juillet 2022 (spot 2) + Tirages en ondes
CJLO	3 Messages promo 30 sec (200 spots) pour le Festival <ul style="list-style-type: none"> 50 spots : du 2 au 9 juin 2022 (spot 1) 100 spots : du 6 au 20 juillet 2022 (spot 2) 50 spots : du 11 au 24 juillet 2022 (spot 3) + Tirages en ondes + Promotion à travers l'émission "Morning Show"

Mike FM	3 Messages promo 30 sec (200 spots) pour le Festival <ul style="list-style-type: none"> • 50 spots : du 2 au 9 juin 2022 (spot 1) • 100 spots : du 6 au 20 juillet 2022 (spot 2) • 50 spots : du 11 au 24 juillet 2022 (spot 3) + Tirages en ondes
CIBL	3 Messages promo 30 sec (160 spots) pour le Festival <ul style="list-style-type: none"> • 40 spots : du 2 au 9 juin 2022 (spot 1) • 75 spots : du 6 au 20 juillet 2022 (spot 2) • 45 spots : du 11 au 24 juillet 2022 (spot 3) + Tirages en ondes
CJMD Lévis	2 Messages promo 15 sec (730 spots) pour le Festival <ul style="list-style-type: none"> • 182 spots : du 2 au 16 juin 2022 (spot 1) • 548 spots : du 4 au 24 juillet 2022 (spot 2) + une entrevue

WEB - RÉSEAUX SOCIAUX

RADIO-CANADA

ici.radio-canada.ca ici.tou.tv	Bannière vidéo (13 sec) en pre-roll (pub tv) <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 136 363 • 4 au 24 juillet
cbc.ca	Bannière vidéo (13 sec) en pre-roll (pub tv) <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 45 455 • 4 au 24 juillet
ici.radio-canada.ca	Bannière web 4 format <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 250 000 impressions • 19, 21, 23 et 24 juillet 2022 Bannièr web et mention de la compilation <ul style="list-style-type: none"> • dans un envoi d'infolettre
OHdio	Promotion Compilation FINA 2022 <ul style="list-style-type: none"> • du 4 au 24 juillet 2022
Radio Canada ICI Musique Réseaux sociaux	Tournage et promotion d'une capsule vidéo entrevue avec Tiken Jah Fakoly <ul style="list-style-type: none"> • une publication Facebook et Instagram sur ICI Musique • une publication Facebook et Instagram sur Radio-Canada Publication pour promotion du DJ Set Philippe Fehmiu Publication pour promotion Zone Urbaine Radio-Canada 2 publications pour tirages de billets (Tiken Jah Fakoly et Fabiana Cozza) Total de 6 publications sur Facebook et Instagram

LA FABRIQUE CULTURELLE de Télé-Québec

lafabriqueculturelle.tv	Production d'une capsule promotionnelle pour un artiste (Diogo Ramos) <ul style="list-style-type: none"> • mise en ligne en page d'accueil • disponible pendant 1 an
La Fabrique culturelle Réseaux sociaux	Réseaux sociaux <ul style="list-style-type: none"> • 3 publications Facebook • 2 publications Instagram 1 envoi dans une infolettre 1 bannière web dans un envoi d'infolettre

RFI - France 24

RFI	<p>Bannière partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 000 impressions • 18 au 24 juillet 2022 <p>Bannière web promotionnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 000 impressions • 10 au 17 juillet 2022
France 24	<p>Bannière partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 000 impressions • 18 au 24 juillet 2022 <p>Bannière web promotionnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 000 impressions • 10 au 17 juillet 2022

Partenaires télé

TV5	<p>Bannière vidéo (30 sec) en pre-roll (pub TV) et bannière web</p> <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 60 000 • 23 juin au 23 juillet 2022 <p>Bannières web</p> <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 40 000 • 23 juin au 23 juillet 2022 <p>2 envois infolettre 1 publication Facebook Plusieurs publications Instagram (stories)</p>
CTV	<p>Bannière vidéo (30 sec) en pre-roll (pub TV) et bannière web</p> <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 47 000 • 4 au 24 juillet <p>Page concours sur le site de CTV pendant 1 semaine</p>
MAtv	<p>Réseaux sociaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 publications Facebook et Instagram • 1 concours avec tirage de billets • Capsule vidéo 90 sec pour promouvoir le Festival <p>Visibilité en ligne additionnel pour la promotion de la série <i>Les Incontournables</i></p>
Cinéma Beaubien, du Parc et du Musée	<p>Publicité dans le magazine :</p> <ul style="list-style-type: none"> - ½ dans l'édition d'été <p>Bannières web + bannière infolettre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - impressions : 40 000 - du 24 au 21 juillet 2022 <p>Réseaux sociaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 publications sur Facebook et Instagram

NARCITY

Narcity	<p>Site web : 3 articles personnalisés Réseaux sociaux : 2 post instagram personnalisés Bannières web : 200 000 impressions</p>
----------------	--

L'Initiative

L'Initiative	<p>Site web</p> <ul style="list-style-type: none"> - Visibilité à la Une du site web - Affiche à la Une du site web
---------------------	--

Coop Culture Cible

Atuvu.ca	<p>Infolettre</p> <ul style="list-style-type: none"> • un envoi annonce Festival : 30 000 abonnés • un envoi promotion série <i>Les Révélations</i> : 20 000 abonnés <p>Article sur Atuvu.ca (7 juillet)</p> <p>Réseaux sociaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 publication Facebook (teaser vidéo promo) • 6 stories (2 par concert de la série présentée) <p>Site web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en vedette vidéo promo (pub TV) en pages accueil + articles, pendant 5 jours • Mise en vedette à la Une de 2 spectacles (10 jours) • Mise en vedette série <i>Les Révélations</i> • 1 article série <i>Les Révélations</i> <p>Bannières web</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 000 impressions (1er au 5 juin) • 15 000 impressions (11 au 16 juillet)
Sors-tu.ca	<p>Réseaux sociaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 story Facebook et Instagram pour annoncer début du Festival • 1 publication sur Facebook pour Concours <p>Site web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en vedette vidéo promo (pub TV) en pages accueil + articles, pendant 5 jours • Concours tirages de billets • Mise en vedette à la Une de 5 spectacles <p>Bannières web</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 000 impressions (1er au 5 juin) • 5 000 impressions (11 au 16 juillet)
Le Canal Auditif	<p>Bannières web</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 000 impressions (1er au 5 juin) • 5 000 impressions (11 au 16 juillet)
Partenaires radio	
The Beat & Rythme FM	<p>Bannière web</p> <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 70 000 • 10 au 24 juillet
CISM	<p>Bannière web</p> <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 30 000 • 4 au 24 juillet <p>Réseaux sociaux : 3 publications sur Facebook et Instagram</p>
CIBL	<p>Bannière web</p> <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 30 000 • 4 au 24 juillet 2022 <p>Réseaux sociaux : 3 publications sur Facebook et Instagram</p>
CJLO	<p>Bannière web</p> <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 30 000 • 4 au 24 juillet 2022 <p>Réseaux sociaux : 3 publications sur Facebook et Instagram</p>
Mike FM	<p>Bannière web</p> <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 30 000 • 4 au 24 juillet 2022 <p>Réseaux sociaux : 3 publications sur Facebook et Instagram</p>
Radio VM	<p>Bannière web</p> <ul style="list-style-type: none"> • impressions : 30 000 • 4 au 24 juillet 2022 <p>Réseaux sociaux : 3 publications sur Facebook et Instagram</p>

PORTÉE MÉDIATIQUE | MÉDIAS INTERNATIONAUX INVITÉS

MÉDIA (Pays)	TYPE DE MÉDIA	PORTÉE - Auditoire	PORTÉE - Territoires
TV5 Monde (France)	TÉLÉVISION francophone internationale Sous titrage dans 14 langues	<ul style="list-style-type: none"> • Disponible dans 354 millions de foyers à travers 200 pays • 60M de téléspectateurs hebdo (2017) • 30M de visiteurs mensuels sur le web 	<ul style="list-style-type: none"> - Europe francophone - Québec (Canada) - Afrique - Asie - Amérique latine
France 24 (France)	TÉLÉVISION	<ul style="list-style-type: none"> • 98.5M de téléspectateurs hebdo dans 444M de foyers dans le monde (2020) • Présent dans 184 pays • Sur le web 28.5 M de visiteurs/mois, soit 156M de vidéos vues 	France / Monde
RFI Musique (France)	RADIO internationale francophone - service public Forte présence digitale : site web médias sociaux	<ul style="list-style-type: none"> • 58 millions d'auditeurs hebdo dans 150 pays dont 34 millions en Afrique • 1ere radio internationale en Afrique francophone • Site internet et médias sociaux, enregistrent 33 millions de visites/mois. + écoute intégrale sur YouTube, Deezer et iTunes • 16 langues 	Monde
Afropop Worldwide (États-Unis)	RADIO	<ul style="list-style-type: none"> • 115 radios dans le monde • 110 stations aux États-Unis • Podcast diffusé sur Spotify • Web : 250 K/mois • Twitter : 12 K • Facebook : 15,5 K 	<ul style="list-style-type: none"> - États-Unis - Europe - Afrique - Monde
North Country Public Radio (États-Unis)	RADIO 33 transmetteurs affiliée à la radio publique nationale	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusion État de New York, Vermont, Ontario et Québec • 8 M / mois • Facebook : 1,2 K 	<ul style="list-style-type: none"> - Adirondack North Country (Vermont), - Ontario

13 JOURS

DE PROGRAMMATION
EN SALLE
DU 12 AU 24 JUILLET

150

CONCERTS ET ACTIVITÉS
COMPRENANT :

700

ARTISTES

6 JOURS

DE PROGRAMMATION
EXTÉRIEURE GRATUITE
DU 19 AU 24 JUILLET

79

CONCERTS

72

ACTIVITÉS
PARTICIPATIVES

30

PAYS
REPRÉSENTÉS

PROGRAMMATION EN SALLE

du 12 au 24 juillet 2022



13 JOURS

DE PROGRAMMATION
EN SALLE



43 CONCERTS

EN SALLES



8 SÉRIES

DE CONCERTS



5 SALLES

MTELUS, THÉÂTRE FAIRMOUNT,
LE GESU, LE MINISTÈRE,
CLUB BALATTOU

PROGRAMMATION EXTÉRIEURE GRATUITE

du 19 au 24 juillet 2022

VILLAGE DES NUITS D'AFRIQUE

au Parterre du Quartier des spectacles
et sur l'Esplanade Tranquille !

2

SCÈNES

36

CONCERTS
D'ARTISTES NATIONAUX ET
INTERNATIONAUX

72

ACTIVITÉS PARTICIPATIVES
ANIMATIONS, ATELIERS À CIEL OUVERT,
DÉAMBULATIONS, MINI-CONCERTS, DJ SETS, ...

108
CONCERTS & ACTIVITÉS



**MARCHÉ
TOMBOUCTOU**

40

KIOSQUES
MARCHANDS

8

RESTAURANTS
ET CONCESSIONS ALIMENTAIRES.
5 PAYS REPRÉSENTÉS

5

BARS
DONT LE NOUVEAU
BISTRO SAQ

DONNÉES D'ACHALANDAGE

ACHALANDAGE*

*Source : étude effectuée par SEGMA Recherche en juillet 2017

+ 500 k ACHALANDAGE TOTAL

+ 190 k VISITEURS UNIQUES

ACHALANDAGE PROFESSIONNEL

487 ACCRÉDITATIONS PROFESSIONNELLES

113 REPRÉSENTANTS MÉDIAS

13 INVITÉS INTERNATIONAUX JOURNALISTES, DIFFUSEURS ET AUTRES PROFESSIONNELS

139 NUITÉES OFFERTES ARTISTES, PROFESSIONNELS ET JOURNALISTES INTERNATIONAUX INVITÉS

VISIBILITÉ NATIONALE ET INTERNATIONALE

COUVERTURE MÉDIATIQUE

300 RÉPERCUSSIONS MÉDIATIQUES NATIONALES ET INTERNATIONALES

PARTENAIRES MÉDIAS

19 PARTENAIRES MÉDIAS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

30M AUDITEURS REJOINTS AVEC LA CAMPAGNE TÉLÉ

1,5 M IMPRESSIONS WEB PUB TÉLÉ ET BANNIÈRES WEB

+ 2,1 k OCCASIONS RADIOS

MÉDIAS SOCIAUX

NOMBRES D'ABONNÉS | TOTAL: PRÈS DE 50 K ABONNÉ.E.S

f +37,8 k i +5,7 k t +3,9 k v +1,3 k

655 k

UTILISATEURS REJOINTS VIA PLUS DE 350 CONTENUS CRÉÉS

+26,8 k

INTERACTIONS SUR NOS PUBLICATIONS RÉACTIONS, COMMENTAIRES ET PARTAGES

SITE WEB

CONSULTATIONS 3 FOIS PLUS IMPORTANTE QU'EN 2021

+512 k PAGES CONSULTÉES

+154 k SESSIONS

97 k INTERNAUTES

IMPACT ÉCORESPONSABLE

VOIR SECTION DÉDIÉE POUR PLUS D'INFORMATIONS



LAURÉAT DE 2 PRIX AUX VIVATS 2022

- GESTION RESPONSABLE DES MATIÈRES RÉSIDUELLES
- PRÉVENTION ET RÉDUCTION À LA SOURCE

46

ARBRES PLANTÉS EN FORÊT BORÉALE

5

TONNES DE COMPOSTAGE DEPUIS 2019

0

BOUTEILLE DE PLASTIQUE À USUQUE UNIQUE : BANNIE À 100%

ÉTATS FINANCIERS

LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.

31 juillet 2022

ALAIN PAQUETTE CPA
3060, rue Lyall
Montréal (Québec)
H1N 3H1
Tél. : (514) 923-7412
Fax : (514) 251-4698

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Aux administrateurs de **LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.**,

Opinion

J'ai effectué l'audit des états financiers de **LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC** (l'« entité »), qui comprennent le bilan au 31 juillet 2022 et les états des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, ainsi que les notes complémentaires, y compris le résumé des principales méthodes comptables.

À mon avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de **LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC** au 31 juillet 2022, ainsi que des résultats de ses activités, de l'évolution de ses actifs nets et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.

Fondement de l'opinion

J'ai effectué mon audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui m'incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers » du présent rapport. Je suis indépendant de l'entité conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à mon audit des états financiers au Canada et je me suis acquitté des autres responsabilités déontologiques qui m'incombent selon ces règles. J'estime que les éléments probants que j'ai obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder mon opinion d'audit

Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard des états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle des états financiers conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Lors de la préparation des états financiers, c'est à la direction qu'il incombe d'évaluer la capacité de l'entité à poursuivre son exploitation, de communiquer, le cas échéant, les questions relatives à la continuité de l'exploitation et d'appliquer le principe comptable de continuité d'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider l'entité ou de cesser son activité ou si aucune autre solution réaliste ne s'offre à elle. Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de l'entité.

Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers

Mes objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers pris dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant mon opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce qu'elles, individuellement ou collectivement, puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des états financiers prennent en se fondant sur ceux-ci.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, j'exerce mon jugement professionnel et fais preuve d'esprit critique tout au long de cet audit. En outre :

- j'identifie et évalue les risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, conçoit et met en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques et réunit des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder mon opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;
- j'acquies une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité;
- j'apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière;

- je tire une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'entité à poursuivre son exploitation. Si je conclus à l'existence d'une incertitude significative, je suis tenu d'attirer l'attention des lecteurs de mon rapport sur les informations fournies dans les états financiers au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion modifiée. Mes conclusions s'appuient sur les éléments probants obtenus jusqu'à la date de mon rapport. Des événements ou situations futurs pourraient par ailleurs amener l'entité à cesser son exploitation;
- j'évalue la présentation d'ensemble, la structure et le contenu des états financiers, y compris les informations fournies dans les notes complémentaires et apprécie si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière propre à donner une image fidèle;

Je communique aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et mes constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que j'aurais relevée au cours de mon audit.



ALAIN PAQUETTE CPA auditeur

Montréal, le 24 janvier 2023

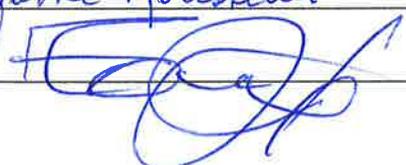
LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.

BILAN

31 juillet 2022

	2022	2021
ACTIF		
Actif à court terme		
Encaisse	599 491	560 695
Subventions à recevoir (note 5)	576 225	506 528
Débiteurs (notes 3 et 5)	291 609	145 723
Frais payés d'avance	8 000	7 414
	1 475 325	1 220 360
IMMOBILISATIONS (note 4)	44 953	38 294
	1 520 278 \$	1 258 654 \$
PASSIF		
Passif à court terme		
Emprunt et découvert bancaires (note 5)	-	-
Créditeurs et frais courus (note 6)	619 769	297 126
Apports reportés (note 7)	95 300	196 939
Tranche à court terme de la dette à long terme	-	-
	715 069	494 065
DETTE À LONG TERME (note 8)	55 000	55 000
	770 256	549 065
ACTIFS NETS		
ACTIFS NETS INVESTIS EN IMMOBILISATIONS	44 953	38 294
ACTIFS NETS NON AFFECTÉS	705 256	671 295
	750 209	709 589
	1 520 278 \$	1 258 654 \$

Signé au nom du conseil

 _____, administrateur
 _____, administrateur

LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.

ÉVOLUTION DES ACTIFS NETS

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

	2022	2021
Actifs nets investis en immobilisations		
Solde au début	38 294	7 667
Investissement en immobilisations (<i>note 9</i>)	14 464	36 480
Amortissement des immobilisations	(7 805)	(5 853)
Solde à la fin	44 953 \$	38 294 \$
Actifs nets non affectés		
Solde au début	671 295	59 167
Excédent des produits sur les charges	40 620	642 755
Investissement en immobilisations (<i>note 9</i>)	(14 464)	(36 480)
Amortissement des immobilisations	7 805	5 853
Solde à la fin	705 256 \$	671 295 \$

LES PRODUCTIONS NUIFS D'AFRIQUE INC.

RÉSULTATS

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

	2022	2021
Produits (<i>Relevé A</i>)	2 766 262	2 221 376
Charges		
Publicité et commandites (<i>note 12</i>)	582 738	416 305
Salaires, sous-traitance et charges sociales	909 452	912 186
Cachets des artistes et allocations	388 185	172 866
Location de salle (<i>note 11</i>)	121 334	57 818
Location d'équipement et aménagement (<i>note 12</i>)	416 598	171 665
Frais d'hébergement	29 288	-
Assurance	16 308	14 260
Frais de bureau	13 737	10 938
Achats – produits dérivés (<i>note 12</i>)	66 538	27 713
Sécurité	47 060	21 698
Frais de voyage	15 650	-
Loyer (<i>note 10</i>)	36 500	32 400
Télécommunications	5 237	5 217
Frais de déplacement et de représentation	27 188	13 627
Taxes et permis	29 505	18 203
Électricité et chauffage	14 342	10 181
Honoraires professionnels	6 950	11 215
Divers	10 305	12 193
Intérêts, pénalités et frais bancaires	2 711	13 837
Intérêts sur la dette à long terme	-	215
Amortissement des immobilisations	7 805	5 853
	2 747 431	1 928 390
Excédent des produits sur les charges avant autres éléments	18 831	292 986
Autres éléments		
Subvention salariale d'urgence du Canada	16 066	332 282
Subvention d'urgence du Canada pour le loyer	5 723	17 487
	21 789	349 769
Excédent des produits sur les charges	40 620 \$	642 755 \$

LES PRODUCTIONS NUIITS D'AFRIQUE INC.

FLUX DE TRÉSORERIE

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

	2022	2021
Activités de fonctionnement		
Excédent des produits sur les charges	40 620	642 755
Éléments n'affectant pas la trésorerie		
Amortissement des immobilisations	7 805	5 853
Variation nette des éléments hors liquidités du fonds de roulement		
Subventions à recevoir	(69 697)	(284 908)
Débiteurs	(145 886)	(95 962)
Frais payés d'avance	(586)	(2 414)
Créditeurs et frais courus	322 643	(89 813)
Apports reportés	(101 639)	57 419
Flux de trésorerie liés aux activités de fonctionnement	53 260	232 930
Activités d'investissement		
Acquisition d'immobilisations	(14 464)	(36 480)
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(14 464)	(36 480)
Activités de financement		
Remboursement de la dette à long terme	-	(14 831)
Variation du compte d'urgence	-	15 000
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	-	169
Augmentation des liquidités	38 796	196 619
Liquidités au début	560 695	364 076
Liquidités à la fin	599 491 \$	560 695 \$

Les liquidités se composent de l'encaisse et de l'emprunt et découvert bancaires :

Encaisse	599 491	560 695
Emprunt et découvert bancaires	-	-
Liquidités à la fin	599 491 \$	560 695 \$

LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.

NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

1. STATUTS CONSTITUTIFS ET NATURE DES ACTIVITÉS

Les Productions Nuits d'Afrique Inc., constituée le 6 novembre 1987, est assujettie à la *Loi Canadienne sur les sociétés par actions* en vertu de la Partie II, et par conséquent, est exemptée des impôts sur le revenu.

Les Productions Nuits d'Afrique Inc. est un organisme sans but lucratif qui a pour mission de promouvoir les formes d'expression artistique d'influence africaine.

2. CONVENTIONS COMPTABLES

Les états financiers ont été dressés selon les normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif (NCOSBL) du Manuel CPA Canada et comprennent les principales méthodes comptables suivantes :

Utilisation d'estimations

La préparation des états financiers, conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada, exige que la direction établisse des estimations et des hypothèses qui ont une incidence sur les montants présentés dans les états financiers et les notes afférentes. Les résultats réels pourraient différer de ces estimations.

Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au coût. Elles sont amorties en fonction de leur durée de vie utile respective selon la méthode linéaire aux taux indiqués ci-dessous :

Mobilier et équipement	10 ans
Matériel informatique	5 ans
Améliorations locatives	5 ans

LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.

NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

2. CONVENTIONS COMPTABLES (Suite)

Constatation des produits

Les Productions Nuits d'Afrique Inc. applique la méthode du report pour comptabiliser les apports. Les apports affectés sont constatés à titre de produits de l'exercice au cours duquel les charges connexes sont engagées. Les apports non affectés sont constatés à titre de produits lorsqu'ils sont reçus ou à recevoir si le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que sa réception est raisonnablement assurée.

Apports reçus sous forme de services

Dans le cadre de son fonctionnement, l'organisme reçoit des apports sous forme de services. Ces services sont présentés dans les produits. Ils sont constatés à la juste valeur des services reçus.

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La politique de l'organisme consiste à présenter dans la trésorerie et les équivalents de trésorerie le solde bancaire diminué de l'emprunt et découvert bancaires.

Instruments financiers

L'organisme évalue initialement ses actifs financiers et ses passifs financiers à la juste valeur. Elle évalue ultérieurement tous ses actifs et passifs financiers au coût après amortissement. Les variations de juste valeur sont comptabilisées dans les résultats.

Les actifs financiers évalués au coût après amortissement se composent des débiteurs, incluant des subventions à recevoir.

Les passifs financiers évalués au coût après amortissement se composent de l'emprunt et découvert bancaires, des créditeurs et frais courus ainsi que de la dette à long terme.

LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.

NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

3. DÉBITEURS

	2022	2021
Commandites à recevoir	22 983	71 087
Billetterie à recevoir	12 062	13 421
Produits dérivés et autres	116 712	-
Aide gouvernementale	48 898	-
Taxes à la consommation	63 730	32 294
Avance à une société sous contrôle d'administrateurs, sans intérêt	20 488	21 160
Autres débiteurs	6 736	7 761
	291 609 \$	145 723 \$

4. IMMOBILISATIONS

	2022		2021	
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur Nette	Valeur Nette
	\$	\$	\$	\$
Mobilier et équipement	26 525	3 999	22 526	25 179
Matériel informatique	32 993	10 566	22 427	13 115
Améliorations locatives	9 644	9 644	-	-
	59 518	24 209	44 953	38 294

LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.

NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

5. EMPRUNT ET DÉCOUVERT BANCAIRES

L'emprunt et le découvert bancaires, autorisés pour un maximum de 200 000 \$, sont remboursables sur demande, portent intérêt au taux préférentiel majoré de 4,5 % et est renouvelable annuellement. Ils sont garantis par une hypothèque mobilière sur les subventions à recevoir et les débiteurs.

6. CRÉDITEURS ET FRAIS COURUS

	2022	2021
Comptes fournisseurs et frais courus	493 466	233 219
Comptes fournisseurs – société contrôlée par des administrateurs	40 422	10 263
Salaires et vacances courues	57 027	32 700
Sommes à remettre à l'État	28 854	20 944
	619 769 \$	297 126 \$

7. APPORTS REPORTÉS

Les apports reportés représentent des ressources non dépensées qui, en vertu d'affectation externe, sont destinées à couvrir les charges de fonctionnement de l'exercice suivant :

	Solde au 31 juillet 2021	Octroyés	Constatés à titre de produit	Solde au 31 juillet 2022
Ministère du Patrimoine Canadien	194 800	147 260	246 760	95 300
Aide gouvernementale	2 139	-	2 139	-
	196 939 \$	147 260 \$	248 899 \$	95 300

LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.

NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

8. DETTE À LONG TERME

	2022	2021
Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes, d'un montant original de 60 000 \$, sans intérêts, échéant en décembre 2023. Le remboursement avant cette date entraînera une radiation de 25% au prêt.	55 000	55 000
	55 000	55 000
Tranche à court terme	-	-
	55 000 \$	55 000 \$

9. INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS

	2022	2021
Acquisition d'immobilisations	14 464	36 480
	14 464 \$	36 480 \$

LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.

NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

10. ENGAGEMENTS CONTRACTUELS

L'organisme s'est engagé, en vertu d'un bail échéant en février 2024, à verser un montant total de 59 500 \$. Les loyers minimums exigibles pour les prochains exercices s'établissent comme suit :

2023	37 450 \$
2024	22 050

11. OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

L'état des résultats comprend des opérations avec une société contrôlée par des administrateurs, conclues dans le cours normal des activités.

L'organisme a perçu des revenus de billetterie de 69 796 \$ (10 496 \$ en 2021) et a versé 72 275 \$ (24 750 \$ en 2021) pour de la location de salle à cette société apparentée.

Ces opérations sont mesurées à la valeur d'échange qui correspond à la contrepartie établie et acceptée par les apparentés

12. OPÉRATIONS NON MONÉTAIRES

Au cours de l'exercice, l'organisme a effectué des échanges de services non monétaires contre des services de publicité et de visibilité pour un montant total de 545 199 \$ (361 210 \$ en 2021). Les services obtenus sont :

	2022	2021
Publicité	487 023	341 103
Location d'équipement	27 812	10 000
Achats	30 364	10 107
	545 199\$	361 210\$

Ces échanges non monétaires sont comptabilisés à la juste valeur des services reçus.

LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.

NOTES AUX ÉTATS FINANCIERS

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

13. INFORMATIONS CONCERNANT LE CAPITAL

Le capital de l'organisme est constitué des soldes de fonds. Les objectifs de l'organisme en ce qui a trait à la gestion de son capital consistent à assurer la continuité de l'exploitation afin de s'acquitter de sa mission. L'organisme gère la structure de son capital en établissant et en surveillant ses budgets annuels de manière qu'il soit maintenu à un niveau satisfaisant.

L'organisme gère plusieurs subventions et commandites pour lesquels il existe des affectations d'origine externe précisant les conditions à respecter pour utiliser ces ressources financières. L'organisme s'est conformé aux exigences de ces apports affectés.

14. INSTRUMENTS FINANCIERS

L'organisme, par le biais de ses instruments financiers, est exposé à divers risques.

Risque de crédit

Pour les subventions et les commandites à recevoir, l'organisme évalue, de façon continue, les montants à recevoir sur la base des montants dont elle a la quasi-certitude de recevoir en se fondant sur leur valeur de réalisation estimative.

Risque de taux d'intérêt

L'organisme est exposé au risque de taux d'intérêt en ce qui concerne ses instruments financiers à taux d'intérêt fixe et à taux d'intérêt variable. Les instruments à taux d'intérêt fixe assujettissent l'organisme à un risque de juste valeur et ceux à taux variable à un risque de flux de trésorerie.

15. CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres de l'exercice précédent ont été reclassés afin de rendre leur présentation identique à ceux de l'exercice courant.

LES PRODUCTIONS NUITS D'AFRIQUE INC.

RELEVÉS

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

A - PRODUITS

	2022	2021
Subventions (<i>Relevé B</i>)	1 520 121	1 552 984
Commandites (<i>note 12</i>)	779 199	547 710
Billetterie et tournée (<i>note 11</i>)	168 468	18 326
Produits dérivés et concessions	214 212	55 169
Aide gouvernementale	63 224	40 839
Autres produits	21 038	6 348
	2 766 262 \$	2 221 376 \$

B - SUBVENTIONS

	2022	2021
Conseil des Arts et des Lettres du Québec	188 900	334 510
Conseil des Arts du Canada	136 000	80 000
Ministère des Affaires Municipales et des Régions	150 000	150 000
Ministère du Patrimoine Canadien	246 760	144 375
Tourisme Québec	279 400	184 500
Ville de Montréal	199 000	145 000
Office des Congrès et du Tourisme du Grand Montréal	31 900	59 760
Musicaction	28 184	25 145
Conseil des Arts de Montréal	67 600	50 000
Développement économique Canada	190 535	107 777
Quartier des spectacles	-	9 432
Ville de Montréal	1 842	1 842
	1 520 121	1 292 341
Subventions reportées – FINA 2022	-	260 643
	1 520 121 \$	1 552 984 \$

LES PRODUCTIONS Nuits D'AFRIQUE INC.

RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

de l'exercice terminé le 31 juillet 2022

	FINA 2022	Productions annuelles	Total
Produits			
Subventions	1 121 523	398 598	1 520 121
Commandites	658 021	121 178	779 199
Billetterie	110 821	57 647	168 468
Autres, incluant les autres éléments	292 977	27 286	320 263
	2 183 342	604 709	2 788 051
Charges			
Publicité et commandites	465 367	117 371	582 738
Salaires, sous-traitance et charges sociales	670 989	238 463	909 452
Cachets des artistes et allocations	244 147	144 038	388 185
Location de salle	53 883	67 451	121 334
Location d'équipement et aménagement	414 035	2 563	416 598
Frais d'hébergement	27 840	1 448	29 288
Assurance	15 752	556	16 308
Frais de bureau	9 761	3 976	13 737
Achats – produits dérivés	63 621	2 917	66 538
Sécurité	46 940	120	47 060
Frais de voyage	15 650	-	15 650
Loyer	26 678	9 822	36 500
Télécommunications	3 860	1 377	5 237
Frais de déplacement et de représentation	21 970	5 218	27 188
Taxes et permis	20 626	8 879	29 505
Électricité et chauffage	12 837	1 505	14 342
Honoraires professionnels	5 369	1 581	6 950
Divers	6 460	3 845	10 305
Intérêts et frais bancaires	2 096	615	2 711
Amortissement des immobilisations	6 036	1 769	7 805
	2 133 917	613 514	2 747 431
Excédent des produits sur les charges	49 425 \$	(8 805) \$	40 620 \$