



FESTIVAL
INTERNATIONAL
NUITS
D'AFRIQUE



BILAN

**FESTIVAL INTERNATIONAL
NUITS D'AFRIQUE**

33^e ÉDITION - DU 9 AU 21 JUILLET 2019



BILAN FINA 2019

TABLE DES MATIÈRES

BILAN SOMMAIRE	4
- Vue d'ensemble	
- Bilan statistique	
- Faits saillants	
BILAN GÉNÉRAL D'ACTIVITÉS	13
PROGRAMMATION	12
- Programmation en salle	
- Programmation extérieure	
- Nouveau volet professionnel	
ACTIVITÉS DE RAYONNEMENT PUBLIC	16
- Prix Nuits d'Afrique pour la Francophonie	
- Cocktail des partenaires	
PRODUCTION	17
DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE	19
- Achalandage touristique	
- Développement du secteur	
MARKETING ET PARTENAIRES MÉDIAS	21
- Médias nationaux	
- Médias internationaux	
COMMUNICATIONS	26
- PLAN DE COMMUNICATION	
- Objectifs et axes	
- OUTILS ET CANAUX	
- Nouveau site web	
- Médias sociaux	

- Imprimés : Affiche, dépliant, programme
- Communications électroniques
- Compilation CD FINA 2019
- STRATÉGIES DE COMMUNICATION
- Campagnes publicitaires
- Porte-parole
- Dévoilement de la programmation

RELATIONS DE PRESSE 32

- Couverture médiatique nationale et internationale
- Accueil des journalistes internationaux
- Tableau synthèse : journalistes internationaux invités et portée médiatique

FINANCEMENT 36

- Développement du financement public
- Partenaires publics et privés
- Commanditaires et fournisseurs officiels

PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE MUSICALE 38

- Nuits d'Afrique à l'international
- Partenaires de diffusion

RESSOURCES HUMAINES 40

DÉVELOPPEMENT DURABLE ET ÉCORESPONSABILITÉ 42

- Engagement humain, culturel et économique
- Engagement environnemental

LES ANNEXES

1) CAMPAGNES PROMOTIONNELLES	45
2) COUVERTURE MÉDIATIQUE NATIONALE	48
3) COUVERTURE MÉDIATIQUE INTERNATIONALE	55

BILAN SOMMAIRE

FESTIVAL INTERNATIONAL NUITS D'AFRIQUE

33^e édition ◊ du 9 au 21 juillet 2019

À la rencontre des cultures d'Afrique, des Antilles et d'Amérique latine

Du 9 au 21 juillet 2019, Montréal a été musicale, dansante et festive lors de la 33^e édition du Festival international Nuits d'Afrique. Pendant **13 jours**, plus de **700 artistes d'une trentaine de pays** et des centaines de milliers de festivaliers se sont donné rendez-vous pour vivre une expérience inoubliable au **plus grand rendez-vous des musiques du monde en Amérique!**

Qu'on soit en quête d'authenticité avec les musiques africaines inspirées de la tradition Mandingue, à la recherche de sensations fortes avec les rythmes psychédélics d'une Amérique latine ultra-moderne, prêt à se laisser dépayser par le blues du désert, se mettre au diapason de la nouvelle scène urbaine africaine ou se laisser entraîner par la pop maghrébine et les danses chaloupées des Antilles, la 33^e édition du Festival International Nuits d'Afrique de Montréal vous offre des trésors musicaux en abondance

Éclectique, authentique et rassembleur, le festival a fait naître des soirées mémorables et des coups de cœur irrésistibles. L'un des moments forts de la 33^e édition a été le **concert d'ouverture officielle** avec la superstar internationale **Salif Keita, le 11 juillet 2019 au MTELUS.**

La **popularité** et la **notoriété** des *Nuits d'Afrique*, tant auprès des Montréalais que des touristes, d'ici et d'ailleurs, ajouté à l'offre artistique sans pareil que propose le festival, en font un **ÉVÈNEMENT MAJEUR DISTINCTIF** qui fait battre le cœur de la métropole et rassemble **un public de tous âges et de toutes origines.**

Acteur de premier plan dans l'écosystème des festivals et événements au Québec et au Canada, le FINA est un **événement culturel majeur incontournable, RECONNU À TRAVERS LE MONDE** en plus d'être une **VITRINE EXCEPTIONNELLE** pour les artistes nationaux et internationaux.

Le succès du festival se traduit également par son **RAYONNEMENT MÉDIATIQUE**. Des centaines de journalistes nationaux et internationaux assistent à l'événement chaque année. À travers la couverture médiatique qui en découle ajouté à la visibilité offerte par ses partenaires médias nationaux et internationaux, c'est le monde entier qui prête l'oreille aux Nuits d'Afrique de Montréal dans plus de **144 pays.**

De plus, le festival fédère chaque année un nombre important de **partenaires publics et privés**, et de nombreux **commanditaires**, sans oublier le facteur humain : une équipe dévouée et aguerrie et une centaine de bénévoles passionnés.

FESTIVAL INTERNATIONAL NUITS D'AFRIQUE

33^e édition • du 9 au 21 juillet 2019

Une expérience musicale foisonnante

À la rencontre des cultures d'Afrique, des Antilles et d'Amérique latine

13 JOURS

DE PROGRAMMATION
EN SALLE

DU 9 AU 21 JUILLET



6 JOURS

DE PROGRAMMATION
EXTÉRIEURE GRATUITE

DU 16 AU 21 JUILLET

700

ARTISTES

131

CONCERTS ET
ACTIVITÉS
COMPRENANT



71

CONCERTS



58

ACTIVITÉS
PARTICIPATIVES

33

PAYS
REPRÉSENTÉS

#BILANFINA2019

BILAN STATISTIQUE

FESTIVAL INTERNATIONAL NUITS D'AFRIQUE
33^e édition • du 9 au 21 juillet 2019

PROGRAMMATION EN SALLE

du 9 au 21 juillet 2019

BILLETTERIE

+35%  D'AUGMENTATION
DES VENTES



13 JOURS

DE PROGRAMMATION
EN SALLE



43 CONCERTS

EN SALLES



7 SÉRIES

DE CONCERTS



6 SALLES

MTELUS, FAIRMOUNT, GESÙ,
MINISTÈRE, PLAZA, BALATTOU

PROGRAMMATION EXTÉRIEURE

Au Parterre du Quartier des spectacles • du 16 au 21 juillet 2019

VILLAGE DES NUITS D'AFRIQUE

 **SCÈNE
TD - RADIO-CANADA**

28 CONCERTS
D'ARTISTES NATIONAUX ET
INTERNATIONAUX

12 ATELIERS
À CIEL OUVERT DE DANSE ET
INSTRUMENTS DE MUSIQUE

6 DJ SETS
ICI MUSIQUE ET ESCALES
TROPICALES TV5

 **CABARET
NUITS D'AFRIQUE**

30 MINI CONCERTS
ET PRÉSENTATIONS
THÉMATIQUES

 **RESTAURANTS, BARS
ET BOUTIQUE** 

5 RESTAURANTS
CINQ PAYS REPRÉSENTÉS

4 BARS

1 BOUTIQUE
DE DISQUES ET DE
PRODUITS DÉRIVÉS

 **MARCHÉ
TOMBOUCTOU**

42 KIOSQUES
MARCHANDS

14 PAYS
REPRÉSENTÉS

 **ZONE
FAMILLE**

14 ACTIVITÉS
RÉCRÉATIVES POUR
LES ENFANTS



6 JOURS

DE PROGRAMMATION
EXTÉRIEURE GRATUITE

DONNÉES D'ACHALANDAGE

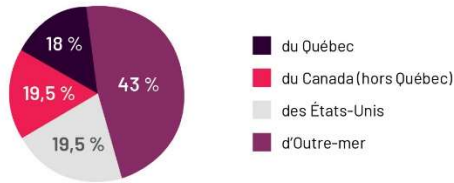
ACHALANDAGE*

512 191 ACHALANDAGE TOTAL

191 044 VISITEURS UNIQUES

56 706 TOURISTES ET EXCURSIONNISTES

PROVENANCE TOURISTIQUE*



*Source : étude effectuée par SEGMA Recherche en juillet 2017

NUITÉES

42 804 NUITÉES GÉNÉRÉES PAR L'ACHALANDAGE TOURISTIQUE DU FESTIVAL

ACHALANDAGE PROFESSIONNEL

350 ACCRÉDITATIONS PROFESSIONNELLES

120 REPRÉSENTANTS MÉDIAS

44 INVITÉS INTERNATIONAUX JOURNALISTES, DIFFUSEURS ET AUTRES PROFESSIONNELS

212 NUITÉES OFFERTES ARTISTES, PROFESSIONNELS ET JOURNALISTES INTERNATIONAUX INVITÉS

VISIBILITÉ NATIONALE ET INTERNATIONALE

COUVERTURE MÉDIATIQUE

371 RÉPÉRCUSSIONS MÉDIATIQUES NATIONALES ET INTERNATIONALES

PARTENAIRES MÉDIAS

144 PAYS ATTEINTS VIA STINGRAY MUSIC ET TV5 MONDE

19 PARTENAIRES MÉDIAS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

3M OCCASIONS PUBLICITAIRES TÉLÉS

1050 RADIOS

SITE WEB

500k PAGES VUES

137k SESSIONS

88k INTERNAUTES

MÉDIAS SOCIAUX

1 Million IMPRESSIONS WEB CUMULÉES

27k fans SUR FACEBOOK +5000 EN 2019

205k IMPRESSIONS WEB VIA 12 CAMPAGNES FACEBOOK

ÉCORESPONSABILITÉ



FINALISTE VIVATS CATÉGORIE PRÉVENTION ET RÉDUCTION À LA SOURCE DE RECYC-QUÉBEC, 2019



965L DE MATIÈRES COMPOSTABLES DÉTOURNÉES DE L'ENFOUISSEMENT



6 GRANDES ACTIONS ESCOUADE VERTE, STATION DE TRI, SENSIBILISATION, RECYCLAGE, COMPOSTAGE, OBJECTIFS 0 GASPILLAGE

FAITS SAILLANTS

PROGRAMMATION

Surprenant, dynamique et rassembleur, le FINA est un **lieu de découvertes et d'exclusivités** où se côtoient es grands noms de la scène internationale et les nouvelles générations d'artistes sans oublier la place accordée aux voix de femmes.

Un demi-siècle de musique

La 33^e édition du **Festival International Nuits d'Afrique** a souligné un demi-siècle de musique en mettant en vedette deux légendes vivantes ayant chacun 50 ans de carrière à leur actif : **Salif Keita** en concert d'ouverture et **Tabou Combo** pour la clôture de l'événement.

Voix de femmes

Qu'elles viennent du Cap-Vert, **Élida Almeida**, de Cuba, **Okan**, de l'Île de la Réunion, **Maya Kamaty** ou du Cameroun, **Valérie Ékoumé**, chacune d'elles porte avec fierté une identité propre puisant dans un large éventail de couleurs et de rythmes.

Voix de la nouvelle génération

La **nouvelle génération** chante ses espoirs, sa détermination et sa modernité, tout en honorant son histoire. Parmi les pépites musicales de cette 33^e édition, on retrouve les **Songhoy Blues** (Mali) qui chantent la résistance avec des riffs de guitare musclés, les Touaregs de **Imarhan**, qu'on qualifie de *nouveaux Tinariwen*, une **Jah 9** décomplexée qui donne un souffle nouveau au reggae jamaïcain la **Soirée Urban Africa** qui présentait 3 artistes de la scène urbaine africaine de hip-hop made in Conakry : **Banlieuz'Art**, **Degg J Force 3** et **King Alasko**.

Nouvelle expérience : un mur du son

En primeur au FINA, une soirée exclusive dans la série Sound System. C'était la première fois depuis une vingtaine d'années qu'un mur du son, propre à la culture jamaïcaine était présenté en salle à Montréal avec **WorldWild Sound System** (France-QC) et un artiste du réputé **Mungo » s Hi FI** (Royaume-Uni) représentant de la nouvelle génération de la musique dub, invité à jouer sur ce mur de son.

PROGRAMMATION EXTÉRIEURE ♦ *Gratuite, pour toute la famille*

Du 16 au 21 juillet 2019, le **Village des Nuits d'Afrique** reprenait vie au Parterre du Quartier des spectacles proposant aux festivaliers, une expérience événementielle et multisensorielle composée d'une centaine de **concerts et activités gratuites**, de son **incomparable marché Tombouctou**, de ses **restaurants exotiques** et de ses **activités récréatives pou les enfants et la famille**.

Le public était, une fois de plus, au rendez-vous pour assister aux nombreux **concerts** et **DJ sets** présentés sur la **SCÈNE TD — RADIO-CANADA**, en particulier pour la série **GRANDS ÉVÉNEMENTS TD en collaboration avec ICI MUSIQUE**. À souligner, le concert de **Bénin International musical**, un collectif

d'artistes béninois qui connaît une popularité grandissante dans le monde et qui était accompagné d'une équipe de tournage documentaire.

NOUVEAU VOLET PROFESSIONNEL

Cette 33^e édition a aussi été marquante grâce à la mise en place d'un **nouveau volet professionnel** soutenu par la présence d'une **délégation de programmateurs nationaux et internationaux** provenant de la France, du Brésil, des États-Unis et de l'Ontario. Invités par le Festival, ils ont pu **découvrir le talent de la scène locale**, notamment celui de l'artiste malienne **Djely Tapa** qui a ébloui par sa présence scénique et la qualité de sa performance.

PRODUCTION

Sur le site extérieur, le **Cabaret Nuits d'Afrique** a remplacé cette année la Sphère où l'on retrouve une programmation diversifiée de concerts intimes, d'activités participatives et de présentations thématiques. Cette 2^e scène est toujours aussi populaire et constitue un **élément de différenciation** notable du festival.

Le **Marché Tombouctou** nous plonge dans l'ambiance colorée des marchés typiquement africains où on prend plaisir à déambuler pour dénicher la bonne affaire. Toujours aussi populaire, il a même pris de l'expansion cette année. Au total, **42 kiosques marchands**, 10 de plus que l'an dernier, 12 nouveaux commerçants et 7 nouveaux pays. En plus de promouvoir les commerçants et designers locaux, on y trouvait également les sculptures sur pierre d'un artiste du Zimbabwe, les encens, infusions et produits de beauté des femmes du désert du Chad, d'autres types d'imprimés originaires de Tanzanie, le bois d'Olivier des Tunisiens, etc..

ÉCORESPONSABILITÉ

Le FINA continue de s'engager vers plus d'**Écoresponsabilité**. Ainsi plusieurs efforts ont été mis en place cette année pour bien gérer nos **matières résiduelles** et adopter de **meilleures pratiques**. Ainsi, **965 L de matières compostables** ont été détournées de l'enfouissement.

Parmi les actions mises en place : un **catering zéro déchet**, une **station de tri**, des **contenants recyclables** pour les restaurants, le **recyclage de l'huile de friture**, une **arrière-scène non-fumeur** et la distribution de cendriers de poches, la **réduction des impressions** de programmes et de dossiers de presse, etc..

DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

- 12 partenaires touristiques, dont un nouvel hôtel : Le Monville
- Total de **212 nuitées**, dont 63 pour les journalistes et programmateurs internationaux invités

Une importante mise à jour a été réalisée cette année pour la promotion touristique sur les supports imprimés et numériques (magazines, guides touristiques) et les plateformes de recherches des voyageurs (TripAdvisor, AirBnb, Tourisme Montréal, SoMontréal, etc.).

Nous avons également amélioré la **communication sur nos plateformes**, notamment le nouveau site web. La section touristique comprenait 4 options pour **planifier un séjour sur mesure**, proposant des **offres touristiques** et des **rabais offerts** dans nos hôtels partenaires et attractions touristiques partenaires. De plus, une nouvelle section FAQ a été créée.

COMMUNICATION

Nouveau site internet

Le fait saillant cette année est la conception et la mise en ligne, en avril 2019, d'un **nouveau site internet** attractif, adaptable sur tous les types d'écrans. Parmi les améliorations notables :

- Une identité et un design complètement repensés, tout en conservant l'identité de Nuits d'Afrique ;
- Les internautes ont été plus nombreux, ils ont consulté plus de pages et sont restés plus longtemps sur le site du festival;
- Cette année, **les statistiques de fréquentation ont augmenté de 20 à 25 %**.

Stratégie de communication

Un des éléments forts de la **stratégie de communication** du festival a été de confier le rôle de **porte-parole** à **Myriam Fehmiu**, animatrice de l'émission *Rapophonie* sur ICI Musique à la bonne humeur communicative. Ce choix s'est avéré judicieux vu la réponse des médias (une dizaine d'entrevues médiatiques) et sa forte présence sur les réseaux.

Les plateformes Facebook, Instagram et Twitter sont aujourd'hui des canaux indispensables pour **rejoindre et fidéliser un public diversifié, branché sur le numérique**. En 2019, le festival a continué de **fidéliser les festivaliers** à travers une stratégie de communication numérique bien rodée, axée sur la diffusion de contenus multimédias de qualité, produits à l'interne. Ainsi, plusieurs vidéos rafraîchissantes, basées sur du **storytelling** ont suscité une adhésion spontanée de nos fans, principalement sur Facebook et Instagram. De plus, 5 influenceurs ayant un compte instagram ont accepté un échange de visibilité à titre de partenaire médiatique.

Couverture médiatique

Soulignons également, le **rayonnement médiatique** national et international avec **371 répercussions médiatiques**. Soulignons également la participation d'une dizaine de journalistes internationaux invités, dont le respecté **Amobé Mévégué** de **France 24**, d'une équipe de production de **Radio France International**, des journalistes américains, **Ben Richmonde d'Afropop Worldwide** et **David Somerstein de NCPR** et pour la première fois, la présence d'un journaliste du Royaume-Uni, **Yousif Nur**, invité pour le compte de **Songlines Magazine** et **MixMag**.

Incidence sur les ventes de billetterie

L'ensemble des outils et stratégies de communication utilisées a eu une incidence directe sur les **ventes de billetterie** avec une **augmentation de 35 %**.

MARKETING ET COMMANDITES

Partenaires médias

La popularité et la notoriété des Nuits d'Afrique résultent à la fois de la qualité artistique proposée, de la diversification de ses publics et de l'appui stratégique de ses partenaires. Ainsi, une grande visibilité médiatique découle des **campagnes publicitaires** que réalise le FINA avec l'investissement de ses partenaires médias : **17 médias locaux et nationaux et 2 médias internationaux**.

- **RADIO-CANADA** partenaire principal de grande valeur en termes de **visibilité** et de **contenu**
- **TV5 Québec, Canada et TV5 Monde (nouveau)** qui s'est associé au **Prix Nuits d'Afrique pour la Francophonie**
- **STINGRAY MUSIC** partenaire média international pour développer une **présence numérique internationale** via du **contenu télévisuel pour la chaîne Stringray DJazz** et une **chaîne musicale radio consacrée au FINA**.

Partenaires privés

Nos commanditaires officiels, **Groupe Banque TD** et **Brasseur GMT – Belle Gueule** et **TUNISAIR** sont toujours présents et nous saluons l'intégration de: **Élixirs, Vins et spiritueux** et **l'Hôtel Monville** à titre de **nouveaux partenaires**.

AFFAIRES PUBLIQUES

Le FINA : partie prenante du développement

Au printemps 2019, le FINA est invité à rejoindre le **Comité Solutions Festivals** ayant pour mandat d'élaborer et de recommander des solutions permanentes aux problèmes de financement des festivals extérieurs gratuits dans le Quartier des spectacles. Ce comité rassemble des décideurs des différentes instances gouvernementales et municipales et de deux festivals dont les activités se déroulent au QDS : Le FIJM et le FINA.

Financement public

En 2019, il y a eu beaucoup de développement du côté du financement public. Parmi les faits saillants, soulignons l'aide obtenue pour la mise en place du **nouveau volet professionnel** via le programme *Exportation créative* de **Patrimoine canadien**, qui, suite à l'annonce du nouveau budget fédéral a également **rehaussé de 25 %**, **l'aide pluriannuelle** que nous recevons.

Les autres partenaires publics ayant majoré leur aide en 2019 sont : **Tourisme Montréal** (fonds de transition), **Musicaction**, **Conseil des arts et des lettres du Québec** et le **Conseil des arts de Montréal**. De plus, le **Conseil des arts du Canada** a appuyé la réalisation de 2 projets.

BILAN GÉNÉRAL D'ACTIVITÉS

PROGRAMMATION

La programmation du Festival international Nuits d'Afrique reflète la richesse des musiques du monde, de leurs origines aux formes actuelles, authentiques ou métissées, toujours pleines de caractères. Des grands noms de la scène internationale aux nouvelles générations d'artistes, chaque concert est un événement en soi, une escale musicale.

PROGRAMMATION EN SALLE

7 SÉRIES DE CONCERTS ont mis en lumière les nouveautés les plus enthousiasmantes, les voix les plus puissantes, les styles les plus branchés, sans oublier les sonorités les plus roots qui les inspirent.

SÉRIE GRANDS ÉVÉNEMENTS ♦ *Présentée par ICI Musique*

Des rencontres remarquables et des légendes

Parmi les grands événements de cette édition, l'unique **Salif Keita** a donné le coup d'envoi officiel du Festival en offrant – pour le plus grand plaisir de la foule amassée au MTELUS – deux heures de chansons rythmées qui ont marqué ses 50 ans de carrière. *La voix d'or de l'Afrique* a su mettre en lumière la relève en invitant sur scène **Mamadou Diabaté**, petit frère du grand **Toumani Diabaté**. Celui-ci a livré une performance d'une grande virtuosité. Salif Keita a par ailleurs reçu le **Prix Nuits d'Afrique pour la Francophonie**.

Autre grand coup de cœur du public, les superstars de, **Systema Solar** (Colombie) ont livré un concert enflammé à grands coups de vibes électro-funk, de porro, champeta, bullerengue et cumbia, devant un public conquis et une salle comble. Finalement, **Songhoy Blues** (Mali) – avec son blues du désert et ses riffs de guitare musclés – et le très respecté **Casuarina** (Brésil) avec ses rythmes de samba, ont séduit le public à la fois curieux et multiculturel de Nuits d'Afrique.

SÉRIE VOIX DU MONDE

Voix de femmes

Les femmes occupent une place de plus en plus grande au FINA, c'est pourquoi la **Série Les Voix du monde** lui est entièrement dédiée.

Élida Almeida (Cap-Vert) a souligné, avec ses funaná, batuque et tabanka festifs et dansants, la riche culture capverdienne. **Okan** (Cuba-Ont) a offert une lumineuse combinaison de rythmes afro-cubains, de jazz, de folk et de musiques du monde, travaillés d'une touche toute classique. **Maya Kamaty** (Île de la Réunion) a électrisé le Balattou en faisant découvrir son dernier album aux accents trip-hop, *Pandiyé*. **Valérie Ékoumé** (Cameroun) s'est imposée avec un afropop décomplexé alliant rumba, makossa, bikutsi et esséwé.

SÉRIE PRESTIGE ♦ *Présentée par Radio VM* *Des moments magiques remplis d'émotions*

La série prestige a donné lieu à des rencontres musicales d'exception entre des artistes nationaux et internationaux. Présentés au Gesù, dans des conditions d'écoute optimale, un public averti a pu apprécier deux concerts d'exception : **L'ensemble Constantinople** (Iran-QC) accompagné d'**Ablaye Cissoko** (Sénégal) et **La Nuit de la kora** avec **Zal Sissokho** (Sénégal-QC) et **Yacouba Sissoko** (Mali).

SÉRIE RÉVÉLATIONS ♦ *Présentée par Atuvu.ca* *Les nouveaux ambassadeurs*

La Série révélation a mis en lumière des artistes talentueux, révélateurs de l'effervescence des musiques dites du monde : de **Paul Beaubrun** (Haïti) avec son root-blues tendance pop à **Rodrigo Simoes** (Brésil-QC) où se rencontrent le traditionnel choro brésilien et le jazz, de **Jah9** (Jamaïque) qui propose un reggae libéré au son *Dub Jazz à la* La guitare rocailleuse d'**Imarhan** (Algérie), sans oublier la proposition singulière de **La Pirogue** (Île de la Réunion-Colombie-Mali-QC) qui rend hommage aux traditions.

C'est aussi dans cette série qu'on retrouvait **Djely Tapa** (Mali-QC), **Révélation Radio-Canada Musique du monde 2019-2020**, qui présentait son album **Barokan** (étiquette Nuits d'Afrique, 2019) à l'image des tendances et de l'effervescence du moment en agençant avec subtilité, tradition et électro devant une salle bondée où étaient conviés les programmeurs et journalistes internationaux invités par le FINA.

SÉRIE NUITS D'AFRIQUE SOUND SYSTEM ♦ *Présentée par CISM* *Soirées DJ où les rythmes du monde flirte avec l'électro*

En direct du Ministère, deux événements spéciaux se sont démarqués dans ce créneau de diffusion de plus en plus populaire auprès des jeunes : la **Soirée afrohouse** avec les DJ **Poirier** (QC), **Mr Touré!** (QC) et **Coco Em** (Kenya) et la **Soirée Dub** avec **WorldWild Sound System** (QC) et **Mungo » s Hi Fi** (Royaume-Uni) avec son propre mur de son artisanal, à la manière des authentiques *Sound System* jamaïcains.

SOIRÉE URBAN AFRICA ♦ *Présentée par CISM*

Pour cette soirée spéciale étaient réunis 4 artistes de la scène urbaine africaine de Conakry. Ainsi, **Banlieuz » Art**, **Degg J Force 3**, **King Alasko** (Guinée) nous ont proposé une immersion dans le quotidien coloré et rempli d'espoir des jeunes guinéens.

SÉRIE LES INCONTURNABLES *Artistes coup de cœur du festival*

Daby Touré (Mauritanie-Sénégal) nous a livré ses mélodies influencées par le blues du désert, le jazz, la pop, le reggae, le funk et la soul. **Mohamed Ndiaye** (Guinée-QC) a concocté un **Rendez-vous mandingue** avec un fantastique déploiement de percussions et d'acrobaties. Pour finir, le percussionniste **Daniel Bellegarde** (Haïti-QC) était accompagné du jazzman **Eddy Prophète** (Haïti-QC).

SÉRIE LES ÉTOILES NUITS D'AFRIQUE ♦ *Présentée par TV5 Monde* *Le rendez-vous des noctambules*

Sur la scène du mythique Club Balattou, quatre artistes de la scène locale étaient en résidence : **Bumaranga** (Colombie-QC) **Adama Daou** (Mali-QC), maître du balafon, du djembé, du dumdum et de la calebasse, **Gotta Lago** (Côte d'Ivoire – QC), **Keur Sénégal** (Sénégal-QC).

Chacun d'eux a offert des soirées exclusives et inédites avec artistes invités. Ces rencontres uniques contribuent à la magie du festival et au plaisir des festivaliers privilégiés d'avoir accès à autant de diversité, de découvertes et d'exclusivités.

PROGRAMMATION EXTÉRIEURE

6 jours de concerts et d'activités – GRATUIT pour toute la famille

Du 16 au 21 juillet, parallèlement à la diffusion en salle, le **VILLAGE DES NUITS D'AFRIQUE** reprenait vie au Parterre du Quartier des spectacles afin d'offrir **une expérience événementielle et multi sensorielle** à 360 degrés comprenant une **centaine de concerts et activités, gratuits**, pour toute la famille.

Bien que la **scène TD – Radio-Canada** soit le centre d'attraction principal, le village comprend également le **Cabaret Nuits d'Afrique**, l'incomparable **Marché Tombouctou**, la **Zone Famille**, des **restaurants proposant des mets exotiques** et des **aires de détente** où l'on peut profiter de l'ambiance chaleureuse du festival.

SCÈNE TD – RADIO-CANADA ♦ **Une expérience musicale foisonnante**

Pendant six jours, la **SCÈNE TD – RADIO-CANADA** a accueilli des centaines de musiciens, chanteurs, danseurs et acrobates lors des **28 concerts d'artistes nationaux et internationaux** programmés. La diversité des styles et des pays représentés caractérisent la programmation font du FINA un festival : **ÉCLECTIQUE, AUTHENTIQUE ET TOUJOURS AUSSI RASSEMBLEUR.**

Les **Grands Événements TD en collaboration avec ICI Musique** ont été des moments mémorables, en commençant par le collectif **Bénin International Musical** dont les images tournées pendant leur concert viendront compléter un 2^e documentaire sur le *BIM Expérience* qui sera diffusé sur TV5 Monde (une belle visibilité internationale pour le FINA).

Le public a également été ébloui par la nouvelle création multidisciplinaire de la troupe **Kalabanté** (Guinée-QC), **Tambours sacrés**, La *Tina Turner brésilienne*, **Da Cruz** (Brésil), le charisme de **Hakim Salhi** (Algérie) avec ses mélodies pop-raï accrocheuses, le spectacle à haut voltage de **Bazurto All Stars** (Colombie-États-Unis) et les vétérans de **Tabou Combo** (Haïti) plus en forme que jamais, en clôture du festival. Dès la première note, la foule chantait en chœur avec le célèbre groupe haïtien, et ce jusqu'à la fin de ce concert mémorable.

D'autres concerts se sont démarqués, notamment, **Wesli** (Haïti-QC) — lauréat du Prix Juno, Musique du monde, 2019 — devant un Parterre rempli et festif, **Lorraine Klaasen** (Afrique du Sud — ON) qui a touché le public avec son hommage émouvant au légendaire Johnny Clegg ou la captivante découverte de **Marema** (Sénégal).

DJ SET ICI MUSIQUE & ESCALES TROPICALES TV5

Myriam Fehmiu, animatrice de l'émission *Rapophonie*, sur ICI MUSIQUE, a fait danser les festivaliers lors de **2 DJ SETS ICI MUSIQUE** en compagnie d'artistes invités, **Montana** et **King Abid**, vendredi et samedi 19 et 20 juillet à 21 h.

Les autres soirs, à 21 h, les **Escales tropicales TV5** proposaient une sélection des meilleurs DJ de grooves tropicaux qui nous ont fait voyager sur des musiques d'Afrique, d'Amérique latine et des Antilles avec les DJ : **WorldWild Sound System** et **Eddy King**.

LA RELÈVE MUSICALE DES SYLI D'OR 2019

Sur la grande **Scène TD – Radio-Canada**, les festivaliers ont également pu découvrir le talent de la relève musicale, lauréats des *Syli d'Or de la musique du monde 2019* : **EMDE** (Mali), **SYLI d'Or**, **LA PIROGUE** (La Réunion-Colombie-Mali-QC), **Syli d'Argent** et **KON-FUSION** (Chili) *Syli de Bronze*.

LE CABARET NUITS D'AFRIQUE

Très populaire auprès du public familial et intergénérationnel, la programmation du Cabaret Nuits d'Afrique comprend **30 propositions artistiques originales** : **concert intime** donné par un artiste présenté sur la scène principale, **démonstration d'instruments de musique traditionnels** (ex. : la flûte peule), de **danses** (ex. : gumboots d'Afrique du Sud), ou d'une **pratique artistique** (ex. : le maloya de La Réunion, le blues touareg) et **conte musical**. Certaines présentations font participer le public. À chaque fois, le plaisir est renouvelé et partagé.

NOUVEAU VOLET PROFESSIONNEL

Invitation de programmeurs internationaux

Parallèlement aux activités destinées au grand public, le FINA a mis en place lors de la 33^e édition, un nouveau volet professionnel avec l'accueil d'une **délégation de programmeurs internationaux** dans le but de leur faire découvrir les artistes de la scène locale et de stimuler l'exportation de nos talents sur les marchés nationaux et internationaux.

Pour cette première édition du *Volet PRO*, les programmeurs invités étaient : **Patrick Duval**, directeur artistique du *Festival Musiques Métisses* et *Le Rocher de Palmer* (France) **Guilherme Tavares**, coordonnateur et curateur du festival *Favela Sounds* (Brésil), **Mathew Mulcahy**, programmeur de *Square Roots Festival* (États-Unis) et **Nadine Mc Nulty**, directrice artistique *Batuki Music Society* et *Habari Africa Festival* (Toronto, CA).

Des activités professionnelles structurées ont eu lieu telles que : un **cocktail de bienvenue** suivi du concert de **Djely Tapa**, *Révélation Radio-Canada, Musique du monde 2019-20* et un **panel de discussion** sur la diffusion internationale ; lesquelles ont suscité des occasions de rencontres et d'échanges entre les artistes, les professionnels de l'industrie et les programmeurs invités.

Au final, cette première édition du VOLET PRO ajoute **une plus-value au niveau de l'impact recherché** puisqu'il permet de :

1. Positionner le FINA comme une **destination professionnelle internationale distinctive**.
2. Stimuler des **collaborations professionnelles sur le plan de la diffusion internationale** (ex. : échanges de programmation, coproduction internationale, résidences d'artistes)
3. Développer des **relations durables avec des diffuseurs et programmeurs internationaux**,
4. Avoir un **effet structurant** pour les artistes et le secteur d'activité

ACTIVITÉS DE RAYONNEMENT PUBLIC

COCKTAIL DES PARTENAIRES

Présenté par Groupe Banque TD

Chaque année, le Cocktail des partenaires est l'occasion privilégiée de rencontrer tous nos partenaires publics et privés et de les remercier publiquement de leur appui. Il est aussi le prélude à la soirée d'ouverture officielle qui a lieu au MTELUS, rue Ste-Catherine. Le Hall de la Vitrine est donc le lieu idéal pour tenir cette activité de relations publiques.

PRIX NUITS D'AFRIQUE POUR LA FRANCOPHONIE

Présenté par TV5 Monde et TV5 Québec Canada *◆ Nouveau partenariat*

Créé en 2016, lors du 30^e anniversaire du festival, le **PRIX NUITS D'AFRIQUE POUR LA FRANCOPHONIE** est décerné à un artiste au rayonnement international qui incarne une vision rassembleuse de la Francophonie et de la diversité des expressions culturelles de l'Espace francophone international. Ce Prix met également en relief les valeurs universelles de paix, de coopération et de développement durable, véhiculées par le festival et son fondateur, **Lamine Touré** (C.M., C.Q.).

C'est lors d'une **cérémonie protocolaire** qui a eu lieu **le 10 juillet 2019, à l'Hôtel de Ville de Montréal**, que **SALIF KEITA** a reçu ce prix honorifique qui célèbre l'immense talent et l'humanité de **SALIF KEITA**, l'un des plus grands représentants de la musique africaine sur la planète, dont la carrière couvre cinq décennies.

SALIF KEITA *◆* LAURÉAT 2019



SALIF KEITA, icône et patriarche de la musique africaine, a marqué **l'ouverture officielle de la 33^e édition du Festival International Nuits d'Afrique** sur la scène du MTELUS le 11 juillet 2019 à 20 h 30.

Cet ambassadeur de la musique malienne depuis ses débuts dans les années 1970, devenu **superstar africaine** et l'un des piliers de la musique du monde depuis les années 1980, **Salif Keita** fêtait **50 ans de carrière** et 70 ans de vie. **Sa musique est un trait d'union entre l'Afrique et l'Occident**. Tout en gardant son style mandingue, celui qui est né albinos, invite indubitablement le monde à célébrer la différence.

Cette cérémonie prend chaque année davantage de prestance et gagne en reconnaissance publique. Plusieurs **points positifs** sont dignes de mention : la qualité du lieu, l'excellente collaboration avec l'équipe de la ville, la qualité des allocutions faites par **Cathy Wong**, présidente du Conseil municipal de Montréal, **Marie-Josée Parent**, représentante de la mairesse et **Marie-Philippe Bouchard**, PDG de TV5 Québec Canada, sans oublier, la qualité des invités, dignitaires, partenaires du festival et représentants d'organisations et un lauréat d'exception suscitant l'admiration de tous et de toutes.

PRODUCTION

SALLES DE SPECTACLES

Chaque salle propose une expérience différente, en fonction du type de concerts et du public visé permettant ainsi une grande diversité : **M TELUS** (2000 places), **Théâtre Fairmount** (450 places), **Le Gesù** (400 places), **Théâtre Plaza** (500 places), **Le Ministère** (180 places) et le **Club Balattou** (150 places).

SITE EXTÉRIEUR **♦ Le Village des Nuits d'Afrique**

À souligner l'excellente collaboration avec les ressources humaines et techniques du Partenariat du Quartier des spectacles et des Services culturels de la ville de Montréal ainsi que la bonne cohabitation avec les chantiers de construction adjacents au site. À souligner également l'excellente cohésion et efficacité de l'équipe du festival déployée sur le site extérieur, de la régie, à la l'accueil du public et la sécurité.

SCÈNE TD – RADIO-CANADA

La scène TD – Radio-Canada est l'attraction principale du site extérieur. On y vient en famille participer aux ateliers à ciel ouvert, aux concerts et aux DJ Sets.

CABARET NUITS D'AFRIQUE

Ce nouvel espace comprenant un **nouveau** bar-terrasse et d'une petite scène est le lieu idéal pour vivre des moments de proximité et un contact privilégié avec les artistes. Au programme : performance musicale, présentations d'instruments de musique, de rythmes, de danses, conte musical, etc..

LE MARCHÉ TOMBOUCTOU

Le Marché Tombouctou est une **expérience multisensorielle** et un **dépassement complet**, car il nous transporte en plein cœur de l'Afrique, avec ses couleurs, ses odeurs, les tissus colorés des boubous, chemises, ses bijoux extravagants et autres accessoires vestimentaires, ses instruments de musique et œuvres d'art. On peut expérimenter l'art de la palabre... la négociation à l'africaine, découvrir les vertus du beurre de karité ou du jus de gingembre. Les Caraïbes et l'Amérique latine y sont aussi représentées parmi les **42 artisans et commerçants** du marché, donnant ainsi un joyeux mélange de culture, à l'image de Nuits d'Afrique !

ZONE FAMILLE

Un espace dédié, à l'abri du soleil, est installé sur le Parterre pour accueillir les enfants et leur famille. Une panoplie d'activités ludiques et d'ateliers participatifs sont offerts par des animateurs : éveil musical, gymnastique, bricolage, conte, yoga, et ateliers « écoresponsable » ainsi que des jeux géants, maquillages exclusifs et une zone de détente avec coussins pour se reposer après les activités

BOUTIQUE DU FESTIVAL

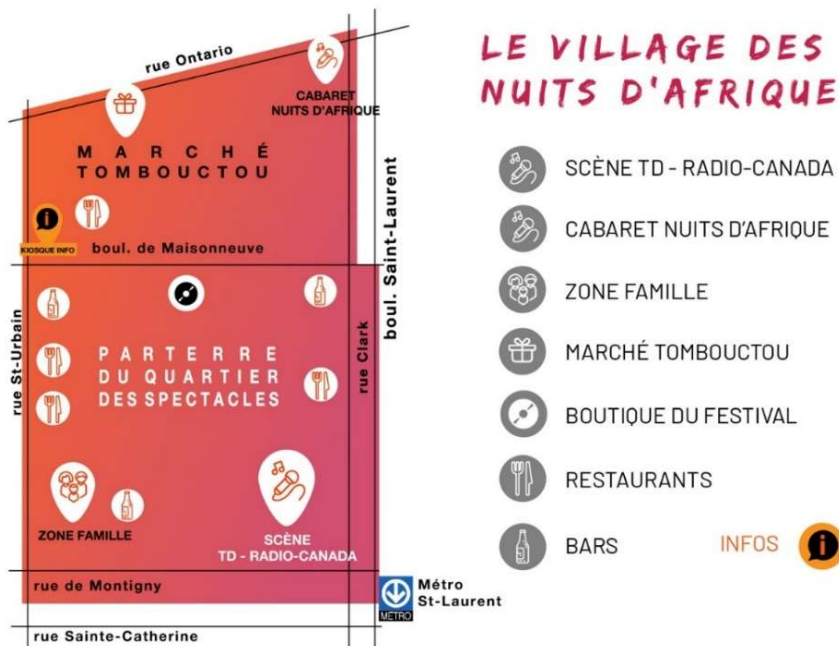
En association avec **Sunrise Records** la Boutique proposait un vaste choix musical des artistes programmés à la 33^e édition en plus des CD compilations de plusieurs éditions et T-shirts du festival.

RESTAURANTS ET BARS

Situés de chaque côté du parterre, les restaurants et bars du Village des Nuits d'Afrique offrent un choix de cuisines africaines, antillaises et latines. On y fait une pause pour déguster les boissons tropicales comme le fameux jus de gingembre ou le bissap, ainsi que les mets typiques tels : le poulet Yassa du Sénégal, le poulet Jerk de la Jamaïque ou les acras de Martinique.

TERRASSE DES PARTENAIRES & ESPACE MÉDIA

La Terrasse des partenaires est le lieu de rencontre et d'échange pour tous les partenaires publics et privés ainsi que les invités spéciaux du festival, notamment les journalistes et diffuseurs internationaux. Ce lieu demeure essentiel pour entretenir et approfondir nos relations avec nos partenaires. **L'espace média** permet d'accueillir sur le site les journalistes locaux et internationaux ainsi que leurs équipes de tournage. L'espace permet d'être à proximité des artistes, près des loges et la scène. Équipé d'un ordinateur et d'une connexion WiFi, l'espace média permettait également à l'équipe de développer du contenu en direct pour alimenter les médias sociaux.



HEURES D'OUVERTURE

En semaine : de 13 h à 23 h 30

Le week-end : de 11 h à 23 h 30.

DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE



ACHALANDAGE TOURISTIQUE

Réalisée en 2017 par SEGMA Recherche, la plus récente **étude d'achalandage et de provenance touristique** démontre que l'achalandage du festival est en progression constante. Parmi les faits saillants de 2017¹ :

INDICATEURS	2014	2017
Visiteurs uniques	180 805	191 044
Touristes	16 456	27 541
Excursionnistes	23 911	29 165
Total touristes & excursionnistes	40 367 (19,3 %)	56 706 (23,5 %)
Indice de centrage	35,6 %	51,5 %

→ Le nombre de **VISITEURS UNIQUES** était de **191 044** et l'**ACHALANDAGE TOTAL** de **512 181 jours de participation**.

→ Le **NOMBRE DE TOURISTES** est en **hausse de 67 %** pour atteindre **27 541** en 2017 incluant une forte hausse des **touristes d'outre-mer (+11 %)**.

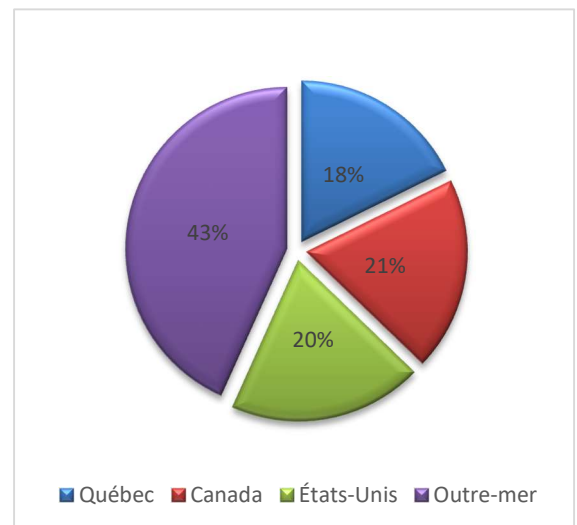
→ L'**INDICE D'ATTRACTIVITÉ** est également en forte **hausse (+16 %)** et atteint **51,5 %**.

→ Le **NOMBRE DE NUITÉES** des touristes centrés équivaut à **42 804 nuitées**.

PROVENANCE TOURISTIQUE

Comme le démontre ce graphique, l'**achalandage touristique** provient majoritairement de l'international avec **43,3 % d'outre-mer** suivi de **19,5 % des États-Unis** pour un **total de 63 %**. Les touristes en provenance du **Canada** représentent **19,5 %** et ceux du **Québec**, **17,7 %**.

Tous ces indicateurs, notamment la croissance de l'achalandage, l'engouement des visiteurs, l'excellente performance en termes d'attractivité touristique (51,5 %) et les **retombées économiques qui en découlent, estimées à plus de 23 millions de dollars**, démontre clairement le dynamisme du festival et son **impact majeur sur le rayonnement de la métropole**.



¹ La prochaine étude d'achalandage touristique sera réalisée en juillet 2020.

En conclusion, l'étude d'achalandage et de provenance touristique réalisée en 2017 confirme l'importance du FINA en tant que grand événement culturel et touristique qui contribue à faire rayonner la métropole, attirer un nombre croissant de touristes et générer d'importantes retombées économiques.

Développement du secteur

Nous avons réalisé en 2019 un travail de **démarchage de partenaires** sur les territoires ciblés (Canada (Québec, Ontario, États-Unis, Mexique et Europe francophone) ainsi qu'une importante mise à jour et bonification de notre visibilité dans les publications imprimées, les publications numériques (magazines, guides touristiques) et plateformes de recherches (TripAdvisor, Airbnb, etc.).

Création d'un **circuit Nuits d'Afrique** et d'une présentation (pitch) à l'image du festival à offrir aux médias, influenceurs, voyageurs et concierges. Ce circuit a été pensé pour faire vivre l'expérience Nuits d'Afrique d'une manière personnalisée. Ce circuit s'adresse aussi aux clients des voyageurs et de nos partenaires qui ont des services de parcours touristiques comme Guidatour.

Offres touristiques

Des **rabais promotionnels de 15 % à 20 %** étaient offerts par nos partenaires pour tous les festivaliers de Nuits d'Afrique, avec un code promo. De plus, Nuits d'Afrique offrait **20 % de rabais sur les billets de concert en salle** pour les clients de notre partenaire via un code promo.

Partenaires touristiques

Hôtel Monville (4 étoiles), **Hôtel Travelodge Montréal Centre-Ville** (3 étoiles), **Gîte du Plateau** (Auberge), **Orléans Express** (autocars), **Fitz & Follwell** (vélo), **Amigo Express** (covoiturage), **Location Viau** (auto), **Local Montréal**, **Zipline**, **Guidatour**, **Saute-Mouton**, **Prométour**.

MARKETING & PARTENARIATS MÉDIAS

La promotion et la mise en marché du festival sont supportées par un plan de communication marketing qui vise un rayonnement national et international. De manière globale, la stratégie de communication-marketing des Productions Nuits d'Afrique est une **stratégie intégrée** qui tient compte de sa **clientèle multigénérationnelle et multiculturelle**.

En 2019, nous avons maintenu le positionnement du Festival en soulignant la **différenciation du produit** étant donné qu'il est un **événement majeur de la métropole** et une **destination touristique incontournable** considérant la **richesse de l'expérience** offerte, en salle et sur le site extérieur.

PARTENAIRES MÉDIAS NATIONAUX

Chaque année, une vaste **campagne médiatique** est déployée pour promouvoir le festival. Les nombreux partenariats médias que PNA entretient et développe chaque année permettent de déployer une grande **visibilité**.

Objectifs marketing

Pour cette 33e édition, voici les objectifs mis de l'avant dans le département marketing.

- Déployer notre campagne publicitaire à travers les médias partenaires et leurs plateformes de visibilité (notamment sur leurs sites web et médias sociaux)
- Augmenter le nombre d'occasions publicitaires à la télévision : **ICI Radio-Canada Télé, CTV, TV5 et Télé Québec** et avec le **nouveau partenaire TV5 Monde**
- Bonifier la campagne publicitaire en développant des concours via nos partenaires généralistes et commerciaux (Radio-Canada, CTV)
- Associer un partenaire média à chacune des séries de concerts en salle afin de bénéficier de campagnes promotionnelles et publicitaires ciblées en fonction des divers publics.
- Associer **TV5 et TV5 Monde** au **Prix Nuits d'Afrique pour la Francophonie (nouveau)**
- Poursuivre la mise en place d'un partenariat international avec **STINGRAY MUSIC** afin d'accroître le rayonnement médiatique international du festival.

Les partenariats développés avec les grands médias généralistes et commerciaux comme ICI Radio-Canada, TV5, TV5 Monde et CTV, rejoignent un large auditoire alors que les médias spécialisés comme La Fabrique culturelle ou les radios communautaires s'adressent à différents segments auditoires.

Partenaires medias

Grand partenaire	RADIO-CANADA
Partenaires nationaux	ICI MUSIQUE / TV5 / CTV / La Fabrique Culturelle / La Vitrine culturelle / Mike FM / CISM / Radio VM / CKUT / CJLO / CHOQ.ca / Radio Centre-Ville Atuvu.ca / L'Initiative
Partenaires internationaux	STINGRAY Music / TV5 Monde

Campagne publicitaire FINA 2019

- La **bande-annonce FINA 2019** a été diffusée plus de **3 MILLIONS d'occasions** à travers nos différents partenariats avec : **ICI RADIO-CANADA – ICI ARTV – ICI Explora, CBC, TV5, TV5 Monde, CTV et TQ, iciRadiocanada.ca – CBC.ca, CTV.ca, le Cinéma Beaubien et le Cinéma du Parc et Hôtel.tv.**
- La **bande-annonce radio** a été diffusée à **1050 occasions** dans l'ensemble des partenaires.

ICI RADIO-CANADA ♦ PARTENAIRE MAJEUR

Un partenariat complet qui touche autant la programmation, le contenu, les communications, la visibilité et la promotion. Une collaboration étroite avec le département des communications et image de marque apporte un support majeur dans le développement du partenariat. Il est très important d'intégrer davantage toutes les avenues exploitables en promotion afin que Nuits d'Afrique rayonne et que les marque Radio-Canada et ICI Musique soient mises en avant via nos clientèles cibles et fusionnelles.

Dans le cadre de la 33^e édition, nos 2 partenaires majeurs, **TD et RADIO-CANADA**, avaient une visibilité exclusive sur la scène extérieure avec leurs logos bien visibles sur le haut de scène. Cet ajout a permis de maximiser la campagne promotionnelle via Radio-Canada et ses plates-formes et donner une visibilité supplémentaire à notre Partenaire TD.

Voici le détail de cette entente :

- **ICI Musique** a présenté la série **Grands Événements en salle** et s'est **associé avec TD pour la présentation des Grands Événements extérieurs.** ICI Musique a ainsi assuré la promotion via toutes ses plates-formes internes soit en contenu, en publicité, en autopromo, en concours, etc.
- **ICI Musique** a présenté la série des **Grands Événements en salle** et a offert une promotion via ses émissions grande écoute afin de promouvoir les concerts et permettre la mise en place de tirage de billets.
- **Radio-Canada** bénéficiait d'une visibilité additionnelle sur le site extérieur en créant un **Espace lounge (nouveau)** adjacent au **Cabaret Nuits d'Afrique** comprenant : 4 parasols Radio-Canada, du mobilier en bois conçu par Radio-Canada et un **piano public.**

Dans le **VOLET PROMOTION**, voici différentes avenues qui ont été élaborées afin de maximiser ce partenariat :

- Le festival a bénéficié d'une **visibilité accrue à l'intérieur des murs de la Maison de Radio-Canada** afin que le personnel et les visiteurs puissent découvrir le FINA. À titre d'exemple : diffusion du visuel sur les écrans numériques dans le hall d'entrée, panneau lumineux à l'extérieur, panneau lumineux sur les murs du corridor principal. De plus, une **offre corporative (20 % de rabais** sur les billets de concert en salles) était offerte aux employés d'ICI Radio-Canada.

- Le partenariat a permis une **augmentation des placements publicitaires** télé mettant en vedette la programmation intérieure et extérieure du festival. Des spots de 30 secondes étaient en diffusion sur ICI Radio-Canada, ICI ARTV, ICI Explora et sur le volet anglophone CBC.
- **Promotion radio sur ICI Musique** sur différentes formes et implications des animateurs via le contenu des émissions, les tirages, les réseaux sociaux, etc. ICI Musique a fait une promotion quotidienne des activités du festival.
- Présentation de **2 DJ SET ICI Musique sur la scène TD-Radio-Canada** (pour la 3e année consécutive) **animés par Myriam Fehmiu** — animatrice vedette d'ICI Musique et porte-parole du FINA — accompagnée des artistes **DJ Montana** et **King Abid**. La promotion des DJ sets s'est faite via les réseaux d'ICI Musique et la mention en ondes.
- La **web radio ICI MUSIQUE** (mettant en vedette la programmation 2019 du festival) a été mise en place par l'équipe d'ICI Musique : le public pouvait y avoir accès directement sur les sites web d'ICI Musique et du FINA.
- **ICI MUSIQUE** a fait largement la **promotion du CD compilation FINA 2019** via les pages ICI Musique et ICI Radio-Canada. Les animateurs en ont également largement fait la promotion.

Le partenariat comprenait également un **VOLET COMMUNICATION**, l'équipe de direction des communications et image de marque informait régulièrement toutes leurs équipes ainsi que les responsables culturels de chacune des émissions et s'assurait que l'information soit diffusée via des entrevues, capsules ou tirages.

Le Festival a bénéficié d'une **visibilité promotionnelle sur la première chaîne télé d'ICI Radio-Canada** par le biais d'un **concours** diffusé pendant l'émission **BONSOIR BONSOIR**. Le Festival a pu offrir cette visibilité à son partenaire **TUNISAIR** qui s'est associé au concours en offrant **un voyage d'une semaine en Tunisie pour 2 personnes** (offert par Tunisair et Terratours).

Nouveauté 2019

Une émission spéciale d'une heure consacrée au Festival International Nuits d'Afrique et aux festivals à travers le Canada (diffusion pancanadienne). L'émission devait se dérouler sur le site extérieur du festival, mais en raison de problèmes logistiques, elle a été déplacée dans les locaux de Radio-Canada.

- **Colin Rigaud** (responsable de la programmation du festival), **Myriam Fehmiu** (porte-parole) et le collectif **Bénin International Musical** étaient parmi les invités. Toutes les prestations musicales étaient faites par le Bénin International Musical.
- Cette nouveauté fut **une excellente visibilité pour le festival à travers le Canada**.

En conclusion, le partenariat d'ICI RADIO-CANADA est **un atout primordial pour le Festival** International Nuits d'Afrique et travailler en étroite collaboration avec leur équipe ne peut que permettre une belle collaboration et bonifier année après année son offre. Il y a **une harmonie parfaite entre les 2 entités et un très grand potentiel de développement**.

CTV

Afin de maximiser la campagne promotionnelle sur les ondes de la télé commerciale anglophone CTV, le festival a déployé un concours qui était diffusé en onde afin de diriger les gens à participer sur ctv.ca. Il y a eu une campagne publicitaire uniquement pour ce concours. Une très belle visibilité additionnelle pour le festival en plus des occasions publicitaires initialement prévues.

Détail du prix : Une nuitée avec petit déjeuner à l'hôtel Le Saint-Sulpice pour 2 personnes, un tour d'hélicoptère sur Montréal et une croisière AML.

TV5

Un partenariat important pour le festival qui rejoint une clientèle très ciblée. Ce partenaire nous permet la diffusion de la publicité télé sur sa chaîne. Il nous permet également de mettre de l'avant différents contenus et de mettre en place un concours majeur pour la soirée d'ouverture du festival :

Un concours promotionnel permettait de gagner des billets pour le concert d'ouverture officiel de **SALIF KEITA** au MTELUS. Le concours s'est déroulé sur la page Facebook et le compte Instagram de TV5.

Pour une 2^e année consécutive, TV5 présentait 4 DJ sets **ESCALES TROPICALES TV5** sur la scène principale extérieure.

Nouveauté 2019

TV5 a bonifié son activation de commandite sur le site extérieur du festival en proposant un **ESPACE LUDIQUE** composé de **4 tables** de pique-niques à l'effigie de TV5. Sur chacune des tables, les festivaliers étaient appelés à jouer avec 4 nouveaux jeux de table et à socialiser entre eux.

PARTENAIRES MÉDIAS INTERNATIONAUX

TV5 MONDE ♦ Un nouveau partenaire

*Avec 60 millions de téléspectateurs en audience cumulée par semaine partout dans le monde, **TV5 Monde** compte un réseau mondial de 9 chaînes généralistes et 2 thématiques, disponibles dans 350 millions de foyers à travers 200 pays.*

Ce nouveau partenariat international a été mise en place cette année avec TV5 MONDE, à titre de **présentateur** de la série de concerts **Les étoiles Nuits d'Afrique** en plus de s'associer au **Prix Nuits d'Afrique pour la Francophonie**.

Ce partenariat comprenait :

- La **diffusion du spot publicitaire** de 30 secondes du festival sur **TV5MONDE Europe** et **TV5MONDE Afrique** pour un total de 50 diffusions du 1er au 14 juillet 2019.
- La **promotion du festival** sur la page événement sur le site **afrique.tv5monde.com**
- Un **concours sur les réseaux sociaux** permettant de gagner des enceintes et casques pour les fans de la page Facebook Nuits d'Afrique.

Ce partenariat est primordial pour la visibilité internationale qui est très ciblée. Ce partenariat est amené à se développer au cours des prochaines éditions du festival.

STINGRAY MUSIC

Stingray est le plus important distributeur de services musicaux multiplateformes et expériences numériques dans le monde. Chaque jour, plus de 400 millions de ménages et 12 000 entreprises exploitant 78 000 établissements commerciaux profitent des produits et des services de Stingray.

Initié en 2018, le partenariat avec Stingray Music a été **reconduit et bonifié en 2019**. Le festival a ainsi pu bénéficier des visibilitées suivantes sur les plates-formes de Stingray Music :

- Un **programme télévisuel** d'une heure consacré au festival sera **diffusé à l'automne 2019 sur la chaîne Stingray DJAZZ**, disponible dans **156 pays** et sur les **écrans d'AIR CANADA**. Ce document télévisuel comprend des **captations de concerts** en direct de la scène extérieure et d'**entrevues avec les artistes** et représentants du festival.
- La mise en ligne de la Chaîne **Vibes Nuits d'Afrique 2019** : cette playlist comprend 150 titres des artistes du FINA 2018 et 150 titres d'artistes du FINA 2019, distribuée partout au Canada et dans le monde

Autres visibilitées promotionnelles

- Une mention du festival sur les **réseaux sociaux** : Facebook et Instagram
- Une mention du festival sur le **bulletin Stingray**
- Une publication sur le **blogue Stingray Music** avec le top 5 des artistes du festival
- Une **escouade réseaux sociaux Stingray** sur le site du Festival, avec une **couverture en direct**

Stingray Music est un **partenaire de choix** dans l'ensemble des **marchés mondiaux**. Ce partenariat est majeur pour le festival pour son rayonnement à l'international et nous permet de développer notre public.

VOIR ANNEXE 1 : CAMPAGNE PROMOTIONNELLE ET PUBLICITAIRE

COMMUNICATION

PLAN DE COMMUNICATION

La promotion et mise en marché des concerts et événements du festival, comprennent un ensemble d'outils, moyens et activités, réalisées selon une planification stratégique, d'un échéancier de réalisation bien coordonné, appuyé par une équipe compétente et proactive.

OBJECTIFS

- Fidéliser les publics
- Développer la notoriété
- Augmenter les ventes en salles
- Augmenter notre audience sur les médias sociaux

AXES DE COMMUNICATION

Pour appuyer notre positionnement, nous avons développé des campagnes promotionnelles et publicitaires autour de plusieurs **axes de communication et messages-clés** :

À propos du FESTIVAL

- Le plus grand rendez-vous des musiques du monde
- À la rencontre des cultures d'Afrique, des Antilles et d'Amérique Latine
- L'expérience événementielle la plus rassembleuse et inclusive de Montréal
- Une expérience humaine et culturelle empreinte d'authenticité.
- Une programmation extérieure gratuite pour toute la famille;
- 135 activités gratuites, dont un large éventail de spectacles et événements rassembleurs
- Esprit planétaire et rassembleur, qui rejoint tous les publics, de tous âges et de toutes origines

À propos de la PROGRAMMATION

- Des têtes d'affiche et des concerts événementiels avec Salif Keita, Systema Solar, la Soirée Urban Africa, Casuarina et Tabou Combo
- Une forte présence des voix de femmes dans la série *Voix du monde*, 100 % féminine
- Les voix de la nouvelle génération engagée avec Songhoy Blues, Imarhan, la soirée Urban Africa et Jah9.
- Éclectisme et diversité à travers des séries de concerts qui proposent différentes expériences : de Constantinople et Ablaye Cissoko ou la Nuit de la Kora aux Soirées Sound System et Urban Africa de Poirier et Worldwild Soundsystem
- Des concerts en plein air événementiels dont la création originale **Tambours sacrés** de Kalabanté, le **Bénin International Musical**, une présence autochtone avec **Shait & Wachmhit** et la soirée de clôture enivrante avec Tabou Combo
- Le **Prix Nuits d'Afrique pour la Francophonie** remis à Salif Keita.

OUTILS ET CANAUX DE COMMUNICATION

- Nouveau site web
- Médias sociaux
- Les imprimés : affiche, dépliant, programme
- Communications électroniques : communiqués et infolettres
- CD Compilation FINA 2019

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.

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.

NOUVEAU SITE WEB

En 2019, Les Productions Nuits d'Afrique ont procédé à une « **refonte complète** » de son **SITE WEB** afin qu'il réponde aux normes et usages numériques actuels et améliore **l'expérience utilisateur** : **référencement** amélioré, meilleure **ergonomie** et **interactivité**, format **ajustable aux différents types d'écrans** incluant les tablettes et téléphones intelligents. De l'idéation à la mise en ligne (le 10 avril 2019), ce travail a nécessité près de 8 mois de réflexion, analyse, conception, rédaction, test, etc..



Cette reconfiguration s'est opérée à deux niveaux :

- **Design de l'interface** : L'identité et le design ont été complètement repensés, en reprenant les codes actuels en matière de webdesign tout en conservant l'identité de Nuits d'Afrique.
- **Aspect technique** : Ajout de fonctionnalités, le tout favorisant une meilleure cohérence entre la qualité artistique du festival et son identité numérique.

Le site internet est complètement bilingue (français et anglais). Il fournit des informations complètes sur tous les artistes, concerts et activités : contenu texte et multimédia (photo, vidéo, extrait sonore), des liens transactionnels (billets, forfaits) et des liens vers les autres plateformes web du festival (Facebook, YouTube, Spotify, etc.).

→ Sur ce nouveau site, les photos et les contenus multimédias sont largement mis en avant pour améliorer l'expérience utilisateur et valoriser les artistes et leur travail.

Le site web comprend également toutes les informations pratiques à propos du festival (nouveaux menus), une **SECTION PRESSE** où les journalistes peuvent trouver facilement, dès la conférence de presse, les biographies, en français et en anglais, les photos d'artistes, le dossier de presse et des contenus musicaux de tous les artistes programmés.

Une des principales nouveautés : une section « ' Festival International Nuits d'Afrique » qui permet de naviguer entre les différentes éditions passées du festival et de découvrir les grands artistes ayant performés, les vidéos des temps forts, les plus belles photos ainsi que des liens redirigeant à la chaîne YouTube Nuits d'Afrique, aux albums photos complets de chaque édition et à la page présentant l'historique du festival.

Les améliorations apportées sur le site internet (ergonomie, efficacité, interface, sécurité, expérience utilisateur) ont permis une augmentation majeure des statistiques de fréquentation du site internet :

Nombre de pages vues : 500 K	66 % de plus qu'en 2018
Nombres de sessions : plus de 137 K	47 % de plus qu'en 2018
Nombres e visiteurs : plus de 88 K	35 % de plus qu'en 2018

Durant la saison du festival, de mi-mai à fin juillet, le nombre moyen d'utilisateurs est de plus de 70 K. Le site internet du festival est consulté majoritairement par des **internauts canadiens (90 %, dont 70 % de Montréal)**, mais également dans plus de **140 pays**, principalement depuis un **cellulaire (63 % des connexions)**. Comme l'année passée, l'acquisition se fait principalement via un moteur de recherche (66 %) et la proportion des **visiteurs nouveaux est de 62 %**.

MÉDIAS SOCIAUX

Depuis de plusieurs années, le Festival a développé une très forte présence sur les réseaux sociaux avec plus d'emphase sur Facebook. Une stratégie de webmarketing mise en place par l'équipe des communications. Des contenus créatifs, attractifs et de qualité ont transmis l'essence de l'expérience exclusive de Nuits d'Afrique et contribué à élargir son audience.

Bilan de la stratégie : une visibilité accrue sur les 3 réseaux Facebook (+26 % d'impressions par rapport à l'an passé), Instagram et Twitter. De plus, nous avons réussi à démarcher 5 influenceurs Instagram afin d'étendre notre visibilité et développer notre public. Le compte Twitter a été alimenté par des contenus variés : vidéos, photos, Gifs et anecdotes des artistes. Le contenu a été très apprécié. Plusieurs capsules ont été réalisées à l'interne pour présenter la porte-parole, certains artistes et faire un compte à rebours avec différents artistes. Des capsules avec Myriam Fehmiu ont aussi été réalisées pour présenter les DJ sets ICI MUSIQUE et relancer les ventes de concerts en salles. Le sponsoring des

évènements a été chaque fois un succès et a fait vendre plusieurs billets. Le sponsoring de la vidéo FINA sur Facebook et Instagram a aussi été un très grand succès.

FACEBOOK ⇒ **27 151 abonnés** période du 3 avril au 23 juillet 2019

Ce réseau social est **au centre de la stratégie de communication numérique**. 2 à 3 publications par jour à partir de la semaine de la conférence de presse, utilisation du sponsoring pour augmenter la portée et l'engagement des fans.

- Photo de couverture avec bandeau du Festival et dates de l'édition / en alternance avec les bandeaux de programmation du Festival
- Événements Facebook pour tous les concerts en salle dès qu'ils sont dévoilés et alimentation des événements via le dossier promo de l'artiste : vidéos, photos, annonce, revue de presse et du contenu exclusif.
- Événements Facebook / journée de programmation en extérieur (6 jours)
- Page Facebook Nuits d'Afrique : contenu innovant sur la programmation, les nouveautés, les espaces du site extérieur : GIF, articles, posts, vidéos...
- Publications et événements sponsorisés afin de rejoindre un maximum de public Jeu Concours afin de faire participer le public et gagner des places.
- Facebook en direct régulier lors des évènements (conférence, concerts)

Entre le 3 avril, date à laquelle nous avons annoncé le concert d'ouverture de Salif Keita, et la fin du festival, on compte **865 887 personnes touchées**.

Le sponsoring de publicité et d'évènements ont eu un impact significatif sur notre couverture. Il nous a permis de toucher **205,142 personnes** en 3 semaines.

TWITTER ⇒ **3865 abonnés**

Le compte Nuits d'Afrique a une base d'abonnés solide (environ). 1 à 2 tweets par jour. La stratégie sur Twitter est d'orienter notre communication vers le public avec des anecdotes, clips, Gifs pour en faire un média vivant.

Entre la conférence de presse et la fin de festival, on compte 108,4 K impressions. Une augmentation de 26 % sur la même période en 2018.

Entre le 3 avril, date à laquelle nous avons annoncé le concert d'ouverture de Salif Keita, et la fin du festival, on compte

INSTAGRAM ⇒ **2674 abonnés**

Utilisation régulière d'Instagram, 1 publication par jour à partir de la semaine de la conférence de presse. À travers Instagram, nous avons emmené les fans dans les coulisses du festival.

On compte près de **200 000 impressions sur la durée du festival, dont 101 000, la dernière semaine**. Cela est dû au travail fait avec les influenceurs, les nombreuses stories publiées et la ligne directrice éditée sur le feed et jeux concours fait avec les influenceurs.

LES IMPRIMÉS ◊ AFFICHE, DÉPLIANT, PROGRAMME

2500 affiches de format standard et **huit affiches géantes** (4 *Monstres* et 4 *Bébés Monstres*) ont été installées dans le secteur de Centre-ville et du Plateau Mont-Royal par Publicité Sauvage.

Le **dépliant** comprend la grille horaire, une description sommaire des concerts et activités et les informations pratiques. Il est imprimé à **50 000 exemplaires**. Il. Une large distribution est assurée par **Diffumag** et **Publicité Sauvage**, dès la fin mai, à travers **1200 points de distribution** dans la grande région métropolitaine, incluant la Rive-Nord et la Rive-Sud.

Une autre partie de la distribution des dépliants et des programmes est assurée par PNA et dessert les centres d'information touristique et autres grands lieux d'accueil touristiques de Montréal de même que les centres d'hébergement, hôtels et auberges, les centres communautaires, plusieurs entreprises, fournisseurs, commanditaires et partenaires du festival.

COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES

Les **communiqués de presse**, destinés aux médias et les **infolettres** destinées à nos fans 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.

Entre le 3 avril et le 25 juillet 2019, **27 communiqués** ont été envoyés, à des moments stratégiques, à plus de **1500 contacts médias**. Un premier communiqué est envoyé en mars aux magazines généralistes et touristiques afin de dévoiler les dates et quelques faits saillants de la programmation.

Entre le 3 avril et le 25 juillet, **18 infolettres** ont été envoyées à nos membres avec un taux d'ouverture moyen de 30 %. 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.

LE CD COMPILATION FINA 2019

La compilation musicale du festival permet de revivre en tout temps quelques bons moments de cette 33e édition avec une sélection de 13 artistes phares : du légendaire Salif Keita (Mali) à King Alasko (Guinée), nouvelle révélation de la scène afro-urbaine, en passant par le blues du désert de Songhoy Blues (Mali) et par la samba revisitée de Casuarina (Brésil).

Produit et mis en marché par Disques Nuits d'Afrique depuis 2000, le CD compilation propose une sélection de **13 titres d'artistes** programmés au FINA. Inséré dans la pochette de presse lors du lancement de la programmation en plus du lien d'écoute (téléchargement) inséré dans Dossier de Presse numérique accessible en ligne. Il est envoyé à certains journalistes et médias, en particulier les radios de à l'ensemble de nos contacts médias en version électronique.



Le CD Compilation est également un **produit dérivé**. Distribué à travers le Canada par Distribution Select et dans le monde entier en version numérique, en streaming et en téléchargement, sur différentes plateformes. Les 10 pays où la compilation numérique est le plus téléchargée sont : États-Unis, France, Japon, Royaume-Uni, Suisse, Allemagne, Espagne, Pays-Bas, Australie, Suède, Belgique.

STRATÉGIES DE COMMUNICATION

- Campagnes publicitaires dans les médias traditionnels et médias sociaux
- Distribution d'affiche, programme, dépliant
- Collaboration d'une porte-parole;
- Dévoilement programmation
- Relations de presse nationale et internationale
- Accueil de journalistes internationaux
- Stratégies de ventes pour certains concerts : prévente, promotion des forfaits, des séries, etc.

CAMPAGNES PUBLICITAIRES

Une vaste campagne publicitaire est mise en place et **diffusée sur l'ensemble des médias partenaires** du festival (télévision, radio, presse écrite et web). Chaque investissement publicitaire tient compte de l'audience et de la portée du média. La campagne promeut le festival en tant qu'expérience culturelle événementielle. De plus, chaque série de concerts est présentée par un partenaire média ce qui permet de rejoindre un public diversifié en lui proposant un contenu ciblé. Parallèlement aux médias traditionnels, nous avons également fait la promotion de neuf concerts et événements programmés en salle via une **campagne de clics sur Facebook**.

PORTE-PAROLE

Pour véhiculer ses messages-clés et promouvoir le festival auprès des médias et du grand public, PNA a choisi cette année de travailler avec un porte-parole et un ambassadeur.



Myriam Fehmiu

Féru de musiques du monde et toujours à l'affût de nouvelles découvertes, **Myriam Fehmiu** a été un porte-parole formidable pour promouvoir la 33^e édition du **Festival international Nuits d'Afrique**.

« L'offre musicale est plus vaste que jamais, tous les sons, toutes les générations vont ambiancer cette 33^e édition » **Myriam Fehmiu**

Elle a réalisé une dizaine d'interviews avec Radio Canada, CBC radio, CBC TV, RCI, RFI, CTV, etc., dont plusieurs capsules pour annoncer sa fonction de porte-parole, la conférence de presse, les DJ sets, la série voix des femmes. En tant qu'animatrice bilingue à ICI Musique, Myriam Fehmiu a facilité l'accès à de nombreuses émissions sur Radio-Canada et sur CBC ou d'autres médias anglais.

Myriam Fehmiu animait également **2 DJ sets ICI MUSIQUE** sur la **scène TD-RADIO-CANADA**.

DÉVOILEMENT DE LA PROGRAMMATION

Le dévoilement de la programmation de cette 33^e édition du Festival s'est déroulé le **28 mai 2019**, dans la formule habituelle de 5 à 7 au **Théâtre Fairmount**, avec animation, prestation musicale et dégustation de mets africains, devant plus de 200 personnes.

Animée par **Myriam Fehmiu et Philippe Fehmiu**, d'ICI MUSIQUE, cet événement médiatique a plongé les invités dans l'ambiance festive des Nuits d'Afrique avec la diffusion sur grand écran d'extraits vidéo des artistes programmés.

À souligner, la prestation musicale de **Djely Tapa** qui a eu apporté un vent de fraîcheur et a réjoui l'ensemble des invités présents : journalistes, photographes, partenaires, collaborateurs et artistes.

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.

Plus de **120 journalistes** se sont accrédités en 2019 via un formulaire en ligne.

COUVERTURE MÉDIATIQUE NATIONALE ET INTERNATIONALE

La couverture médiatique a permis de rejoindre un large public, aussi bien sur les ondes, à l'antenne, sur papier, wue sur le web. À ce jour, **371 répercussions médiatiques** ont été recensées comprenant : **271 articles**, segments radio et TV publié sur le web, **64 segments radios**, **32 articles de presse écrite** et **14 segments télé**. Ces chiffres correspondent uniquement à la couverture médiatique organique. Cela ne comprend pas les jeux-concours, publicités et annonces-calendriers.

À noter que plusieurs contenus médiatiques sont **relayés sur les plateformes numériques et médias sociaux**. Certains vont aussi l'enrichir d'autres contenus, par exemple : une entrevue bonifiée d'une session en direct (captation musicale) ou l'ajout d'une *playlist* suggérée par l'artiste interviewé.

Au final, **167 interviews réalisées**. De nombreuses entrevues ont été réalisées avec des membres de l'équipe (directrice, programmateur) et la porte-parole. **92 % des artistes du festival ont pu avoir au moins 1 interview**.

TV

Toutes les principales chaînes TV de Montréal ont diffusé sur leurs antennes un reportage au sujet du FINA (Radio-Canada, CBC, Global TV, CTV, City TV, V Télé, RDI). Météomédia a aussi diffusé une entrevue réalisée avec **Myriam Fehmiu**. City TV et CBC ont également envoyé des caméras sur le site extérieur. L'émission de l'été sur Radio-Canada, **Bonsoir Bonsoir**, a choisi **Djely Tapa** en tant qu'invitée musicale

pour son émission du 8 juillet. On comptait également une couverture télé internationale réalisée par une équipe de **France 24**.

RADIO

Plusieurs émissions de Radio-Canada et CBC ont couvert le Festival pour un total de 18 segments radio. L'émission Près de chez vous du 16 juillet, grâce à une entente avec le département des partenariats du FINA, a dédié ses 2 heures d'émission au FINA. Myriam Fehmiu, Colin Rigaud et Le Bénin International Musical étaient les invités.

La radio la plus écoutée au Québec, 98.5 FM, a mentionné le Festival sur deux émissions de grande écoute : Puisqu'il faut se lever et Drainville PM. Les radios communautaires CIBL et CKUT ont invité de nombreux artistes à leurs studios et ont diffusé respectivement 17 et 12 segments au sujet du FINA. Au niveau international, RFI et Afropop Worldwide ont réalisé plusieurs entrevues.

PRESSE ÉCRITE

Tous les principaux journaux de Montréal ont publié au moins un article au sujet du FINA. En tête vient Le Devoir avec 11 articles (papier et numérique), The Montreal Gazette, le Journal de Montréal, 24 Heures Journal Métro ainsi que le Journal de Québec. La Presse a également couvert le Festival. 70 % des articles constituaient un article de fond ou une entrevue avec un artiste. La totalité de ces articles a également été publiée sur le Web.

WEB

73 % de la couverture médiatique provient du Web. La plupart des médias traditionnels ont partagé leur contenu sur leur site Web augmentant ainsi la visibilité du FINA. Plusieurs médias en ligne du Mali et de la Guinée ont publié des articles au sujet de Salif Keita et du collectif de la soirée Urban Africa.

PRIX NUITS D'AFRIQUE POUR LA FRANCOPHONIE

Le Prix a été couvert par CTV, Radio-Canada ICI Radio-Canada Première, CKVL et a généré sept 7 articles et mentions dans les médias. La nouvelle a été reprise par plusieurs médias au Mali.

VOIR ANNEXE 2 : COUVERTURE MÉDIATIQUE NATIONALE

ACCUEIL DES JOURNALISTES INTERNATIONAUX

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

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 également **Montréal comme destination culturelle incomparable**.

Plusieurs de ces journalistes, spécialistes de la musique du monde, sont devenus au fil des ans, des incontournables 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.

Avec des captations de concerts, des entrevues et des portraits des artistes et des organisateurs du festival ; des reportages, des émissions spéciales et des chroniques, 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!

- Provenant principalement d'Europe et d'Amérique du Nord, **huit journalistes internationaux** et leur **équipe de tournage**, invités par le festival, ont réalisé une couverture médiatique totalisant près de **80 articles, segments radio et télé** diffusés dans **plus d'une soixantaine de pays à travers le monde** via leur média et leurs plateformes numériques.

En 2019 les médias internationaux invités par le festival étaient : la télévision **France 24**, de la chaîne **Radio-France International (RFI)**, **Songlines Magazine** (Royaume-Uni), **Mixmag**, (Royaume-Uni) **Afropop Worldwide** (États-Unis) et **North Country Public Radio** (États-Unis). 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 ceux-là s'ajoutent **d'autres journalistes canadiens et américains** ayant demandé une accréditation médias comme **Raoul de Gama** de **World Music Report** (Toronto). De plus, la couverture média internationale comprend également des articles ou reportages réalisés à distance. C'est le cas de plusieurs **médias africains et européens**, dont la couverture réalisée par **Bintou Simporé** de **Radio-Nova**

VOIR ANNEXE 3 : COUVERTURE MÉDIATIQUE INTERNATIONALE

TABLEAU SYNTHÈSE

JOURNALISTES INTERNATIONAUX INVITÉS

ET PORTÉE MÉDIATIQUE

MÉDIA, Pays	Journalistes invités Équipe de production	TYPE DE MÉDIA	PORTÉE – Auditoires	PORTÉE – Territoires
RFI Musique (France)	Daniel Lieuze Laurence Temperville (caméra)	RADIO intern francophone service public Forte présence digitale : site web médias sociaux,	40 millions d'auditeurs hebdo+ (site Internet et médias sociaux) enregistre 10 millions de visites/mois. + écoute intégrale sur YouTube, Deezer et iTunes	Monde
France 24 (France)	Amobe Mevegue Teddy Grego (caméra)	TÉLÉVISION	60 M de téléspectateurs hebdo dans 355 M de foyers dans le monde	France / Monde
Mix mag (Royaume-Uni)	Yousif Nur	Revue spécialisée – musique électronique et clubbing	Sur le web : 430K visiteurs uniques par mois Pages vues/mois : 2M	Royaume-Uni/ Monde
SONGLINES Magazine (Royaume-Uni)	Yousif Nur	Revue spécialisée – musique du monde – tirage mensuel	Revue papier : 40K/mois Twitter : 12 000 Facebook : 13 000	Royaume-Uni/ Monde
Afropop Worldwide (États-Unis)	Ben Richmond Ron Deutsh	PROGRAMME RADIO diffusée dans 115 radios dans le monde WEBMAGAZINE	250K/mois Twitter : 11 000 Facebook : 14 788	États-Unis, Europe, Afrique Via le web : Monde
North Country Public Radio (États-Unis)	David Sommertein	RADIO I (33 transmetteurs) affiliée à la radio publique nationale	8 M / mois Facebook : 1,2 K	Adirondack North Country (Vermont), Ontario

FINANCEMENT

DÉVELOPPEMENT DU FINANCEMENT PUBLIC

En 2019, il y a eu beaucoup de développement du côté du financement public. Parmi les faits saillants, soulignons l'aide obtenue pour la mise en place du **nouveau volet professionnel** via le programme Exportation créative de **Patrimoine canadien**, le qui, suite à l'annonce du nouveau budget fédéral a également **rehaussé l'aide pluriannuelle de 25 %**.

Les autres partenaires publics ayant majoré leur aide en 2019 sont : **Tourisme Montréal** (fonds de transition), **Musicaction**, **Conseil des arts et des lettres du Québec** et le **Conseil des arts de Montréal**. De plus, le **Conseil des arts du Canada** a appuyé la réalisation de 2 projets.

COMITÉ SOLUTION FESTIVALS

Au printemps 2019, le FINA est invité à joindre le Comité Solutions-Festivals ayant pour mandat d'élaborer et de recommander des solutions permanentes aux problèmes de financement des festivals extérieurs gratuits dans le Quartier des spectacles. Ce comité rassemble des décideurs des différentes instances gouvernementales et municipales et de deux festivals dont les activités se déroulent au QDS : Le FIJM et le FINA.

PARTENAIRES PUBLICS & PRIVÉS

La notoriété et la réputation de Nuits d'Afrique sont le fruit de l'alliance entre la qualité artistique de la programmation, la diversification de ses publics et la consolidation des ses acquis tels que les **partenariats locaux, nationaux et internationaux** que l'organisme a développés au fil du temps. Cette notoriété lui permet de consolider ses partenariats voire de les multiplier.

PARTENAIRES PUBLICS

Depuis leurs débuts, Les Productions Nuits d'Afrique ne cessent de développer des partenariats solides avec les instances gouvernementales, fédérale, provinciale et municipale et autres institutions publiques.

GOVERNEMENT DU CANADA : Patrimoine canadien, Conseil des arts du Canada, Musicaction

GOVERNEMENT 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 et Ministère des Relations internationales

INSTITUTIONS MUNICIPALES : Ville de Montréal – Division des festivals et des événements culturels, Tourisme Montréal, Conseil des Arts de Montréal et Partenariat du Quartier des spectacles

PARTENAIRES PRIVÉS

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 autre leur entente. En 2018, de nouvelles ententes ont été signées en plus de l'ajout de nouveaux partenaires.

COMMANDITAIRES OFFICIELS

GRUPE 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. Présent **sur le site extérieur**, le Groupe Banque TD a maintenu le même type d'**activation de** commandite que l'année précédente (un espace ludique avec jeux et concours) les 20 et 21 juillet, à proximité du Marché Tombouctou et de la zone de restauration.

À souligner, pour une 6^e année consécutive, le **Cocktail des Partenaires** a été organisé, en partenariat avec la TD, au Hall 2-22 de la Vitrine culturelle.

TUNISAIR

Ce partenariat, initié en 2018 s'est articulé autour de 3 axes : une commandite monétaire en échange, notamment d'une activation (la Zone VIP du site extérieur, la commandite de billets d'avion pour les 10 artistes du Bénin International Musica et une un Prix de valeur pour le concours réalisé dans le cadre de l'émission BONSOIR/BONSOIR diffusée sur Radio-Canada télé.

LES BRASSEURS RJ - BELLE GUEULE

Partenaire de Nuits d'Afrique depuis plusieurs années, l'entente actuelle couvre 2019 et 2020 et comprend une **commandite monétaire et de produits**. Brasseurs GMT a bénéficié d'une importante visibilité exclusive dans les 4 bars opérés par les Productions Nuits d'Afrique et répartis sur l'espace du site de cette 33^e édition.

ÉLIXIRS VINS ET SPRITUEUX

FOURNISSEURS OFFICIELS

Mega Stage, Boîte à musique, Location, Viau, Hôtel Le Gouverneur, Hôtel Monville, Hôtel Les Suites Labelle, Hôtel Le Roberval, Hôtel Faubourg Montréal, Zone Festival, Archambault, Cinéma Beaubien, du Parc et du Musée

AUTRES PARTENAIRES

ARCHAMBAULT

Par ce partenariat, le festival a pu bénéficier d'une visibilité avec la **distribution de dépliants dans 9 boutiques Archambault** à Montréal, Laval, Boucherville et Brossard.

CINÉMA BEUBIEN, PARC ET DU MUSÉE

Ce partenariat permet de rejoindre les cinéphiles, un public cible pour le festival, avec la diffusion de la bande-annonce. Aussi, le partenariat avec les Cinémas du Parc, Beubien et du Musée a été **reconduit et bonifié**.

Le Cinéma du Musée étant associé au Musée des Beaux-Arts de Montréal, nous avons également bénéficié d'une **publicité dans leur programme du Musée**, édition juillet 2019 et d'un encart sur le web.

HOTELS.TV

Initiée en 2014, l'entente promotionnelle avec Hôtels.TV a été reconduite en 2018. La **bande-annonce du festival** a été diffusée en boucle sur le **réseau d'Hôtels.TV de Montréal et de Québec** dans plus de **50 hôtels** et plus de **15 000 chambres** d'hôtel en juillet 2019.

PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE MUSICALE

NUITS D'AFRIQUE À L'INTERNATIONAL

Avec son statut de pionnier dans la diffusion des musiques du monde, le *Festival international Nuits d'Afrique* ne cesse de développer des **coopérations fructueuses** avec de multiples acteurs du milieu culturel **au niveau national et international**. Ainsi, PNA est toujours présent dans les réseaux et marchés dédiés aux professionnels de l'industrie musicale. Ces lieux et occasions de rencontres sont indispensables au repérage d'artistes, au réseautage des partenaires et au développement de collaborations.

WOMEX (Europe)

La *World Music Exposition* est **le plus important marché professionnel international pour la musique du monde**. Se tenant chaque année dans une ville européenne, Nuits d'Afrique y participe depuis la première édition, soit depuis 1994. Ce rendez-vous incontournable auquel le responsable de la programmation du FINA participe chaque année contribue au réseautage international indispensable au positionnement du FINA en tant qu'évènement musical international.

MaMA (Paris)

Depuis 2013, Nuits d'Afrique sera présent dans ce rendez-vous professionnel de la musique qui rassemble tous ces acteurs de la musique actuelle : indépendants et *majors* du disque, producteurs de spectacles, programmeurs de salles et de festivals, managers et éditeurs de musique, startups, médias, secteur privé, institutions publiques et évidemment, les artistes.

APAP (New York)

L'APAP est un rendez-vous incontournable pour le marché musical nord-américain. Dédié aux spectacles vivants, l'APAP (Association of Performing Arts Presenters) regroupe chaque année plus de 2000 délégués du monde entier. Comme pour le WOMEX, c'est l'occasion unique pour

tisser des liens étroits avec les professionnels de l'industrie, c'est pourquoi le responsable de programmation y est présent depuis une douzaine d'années.

MUNDIAL (Montréal)

Rendez-vous annuel des professionnels de l'industrie des musiques du monde, Mundial Montréal constitue un réel tremplin pour la carrière nationale et internationale des artistes sélectionnés. En présentant depuis 2011 une programmation de qualité et des activités de réseautage ciblées, Mundial est le plus important marché dédié aux musiques du monde en Amérique du Nord. Son succès se fonde notamment sur un format finement bien pensé, un réseau de diffuseurs largement développé et une attention particulière apportée aux participants et aux retombées.

PARTENAIRES DE DIFFUSION

Le Festival international Nuits d'Afrique est une **vitrine exceptionnelle** pour mettre en valeur et faire rayonner les artistes d'ici sur le plan international. C'est aussi vrai pour les artistes internationaux, pour qui le festival est un événement incontournable, reconnu à travers le monde ainsi qu'une porte d'entrée sur un vaste réseau de diffusion panaméricain.

Par son mandat de promotion et de diffusion des musiques du monde et son implication dans son milieu professionnel, FINA a tissé des liens solides avec les autres grands événements musicaux au Canada et aux États-Unis. À travers des **partenariats stratégiques** favorisant la **circulation des artistes** nationaux et internationaux, les Productions Nuits d'Afrique collaborent chaque année avec **un réseau de diffuseurs** événementiels au Canada et aux États-Unis.

CANADA

Ottawa Blues Fest, Ottawa, ON
Le Sunfest Festival, London, ON
Kultrun Festival, Kitchener, ON
Hillside Festival, Guelph, ON
Hamilton Music Festival, ON
Afrofest, Toronto, ON
Habari Africa Festival, Toronto, ON
Harbourfront Center, Toronto, ON
Winnipeg Folk Festival, MA
Calgary Folk Fest, Calgary, AL
Vancouver Folk Festival
Victoria Folk Festival, Victoria, BC

QUÉBEC

Le Festival d'Été de Québec, Québec
Festif, Baie-St-Paul
Sherblues Festival, Sherbrooke
Festival des Traditions du monde, Sherbrooke
Festivoix, Trois-Rivières
Festival Rythmes du Monde, Chicoutimi
Festival de Musique du Bout du Monde, Gaspé
Fiesta des cultures, Saint-Rémi
Jardins Gamelin, Montréal

ÉTATS-UNIS

Summer Stage, NY
Celebrate Brooklyn, NY
Square Roots Festival, Chicago,

De plus, notre réseau de partenaires québécois associés au **SYLI D'OR DE LA MUSIQUE DU MONDE**, s'engagent à diffuser au moins un groupe ou artiste s'étant démarqués dans cette vitrine qui se déroule chaque année, en amont de la saison des festivals.

En 2019, un **nouveau partenariat** avec le **CONSEIL DES ARTS DE MONTRÉAL** via son **programme Tournée du CAM** vient agrandir ce réseau et accroître son impact au bénéfice des artistes de la scène locale.

RESSOURCES HUMAINES

Le personnel dévoué et polyvalent de Nuits d'Afrique a un esprit d'équipe et d'entraide exceptionnel. C'est la longévité, l'expertise, le souci de l'accueil et le professionnalisme de l'organisme qui contribuent à la qualité de son personnel et vice-versa.

Mise à part son équipe permanente, en place tout au long de l'année, le Festival International Nuits d'Afrique mobilise, pour chacune de ses éditions, un réel déploiement de personnels saisonniers, de bénévoles et de stagiaires affectés à divers postes, créant aussi un grand nombre d'emplois indirects.

ÉQUIPE PERMANENTE

- Directrice générale
- Développement et Affaires publiques
- Commandites et des partenariats
- Programmation internationale
- Programmation nationale
- Communications
- Relations de presse
- Comptabilité
- Directrice de production site extérieur (saisonnier)
- Transport et hébergement (saisonnier)
- Logistique (saisonnier)
- Directeur technique (saisonnier)
- Gestion des bénévoles (saisonnier)

- Disques Nuits d'Afrique (temps partiel)
- Développement touristique

EMPLOIS TEMPORAIRES

- Technique (son, éclairage, régie, montage et démontage, Backline, électricité...)
- Accueil
- Animation
- Sécurité privée
- Transport artistes et journalistes
- Service traiteur
- Régie du Marché Tombouctou
- Billetterie

L'équipe des Productions Nuits d'Afrique compte également : un comptable agréé et un avocat contractuel.

EMPLOIS DIRECTS

À leur propre compte ou relevant d'entités commerciales sollicitées par le festival, ces employés fournissent des services essentiels à la réalisation du Festival dans des secteurs d'activités spécifiques. Il est à noter que le *Festival* soutient plus de **400 emplois** par année.

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| - Marchands | - Distribution |
| - Kiosques de boissons | - Conception du site Internet |
| - Restaurateurs | - Graphisme |
| - Employés des salles de spectacle | - Conception de la publicité TV |
| - Techniciens et transporteurs | - Conception des messages radio |
| - Billetterie téléphonique | - Conception du matériel promotionnel |
| - Imprimerie | - Vidéaste |

STAGIAIRES

L'équipe des Productions Nuits d'Afrique œuvre également à la formation de stagiaires locaux et internationaux qui viennent de tous horizons acquérir de l'expérience auprès des professionnels du milieu.

Dans le cadre de la 33^e édition du Festival, **12 stagiaires** se sont joints à l'équipe, dont quatre au département des communications, quatre au marketing, un à la logistique, deux à la production et un à l'administration.

Les stagiaires collaborent à la réalisation de diverses tâches (suivis médias, graphisme, réseaux sociaux, mise en page des biographies des artistes, préparation des dossiers de presse, préparation de la conférence de presse et du point de presse, suivi des contrats, suivi de partenariats et commanditaires, etc.). Ces stagiaires acquièrent une expérience unique au sein de l'équipe en place, et contribuent à des échanges très fructueux, permettant aux artistes de bénéficier d'une visibilité hors pair et toujours croissante.

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.

Près de 100 bénévoles ont été retenus par la responsable des bénévoles. Sur le terrain 75 d'entre eux, dont une quinzaine d'anciens ont effectué une moyenne de 20 heures de travail durant les deux semaines de festival (derniers préparatifs, festival, montage, démontage).

Depuis une dizaine d'années, le FINA bénéficie des services du **Centre d'Action bénévole de Montréal**, principale source de recrutement. Étant membre de cet organisme, le Festival peut bénéficier de plusieurs activités comme le recrutement, la formation, la visibilité sur leur site ainsi que la référence.

DÉVELOPPEMENT DURABLE & ÉCORESPONSABILITÉ

Les Productions Nuits d'Afrique s'engagent, depuis 33 ans, à **mettre en lumière la richesse de la diversité culturelle** ainsi qu'à **promouvoir des valeurs universelles de paix, de coopération et le développement durable** à travers son événement majeur : le Festival international Nuits d'Afrique, **finaliste** au concours d'événements responsables **Les Vivats 2019 - catégorie Prévention et réduction à la source.**

Une démarche d'écoresponsabilité découlant d'une profonde réflexion environnementale se structure ainsi, en collaboration avec l'ensemble des parties prenantes selon deux principaux champs d'action :

- **L'humain, la culture et l'économie**
- **L'environnement**

ENGAGEMENT HUMAIN, CULTUREL ET ÉCONOMIQUE

- L'une de nos missions est de sensibiliser le grand public à la richesse de la diversité en utilisant des canaux artistiques et culturels. À travers une programmation basée sur la **qualité artistique**, la **représentativité** d'un maximum de territoires et la **médiation culturelle**, le festival est une plateforme qui permet à plus de **191 044 festivaliers** (*source Segma recherche, juillet 2017*) d'échanger, d'apprendre de l'autre et de s'émerveiller.
- Depuis 13 ans, l'événement **Syli d'Or de la musique du monde** offre un tremplin musical à plus de 36 groupes de la relève canadienne en musique du monde dont les lauréats bénéficient d'un **soutien au développement de leur carrière**. De nombreux artistes de la diversité culturelle canadienne ont ainsi pu se produire aux côtés d'artistes internationaux et bénéficier d'un **rayonnement auprès du public, des médias et de l'industrie musicale**.
- **La Série Voix du Monde** valorise les **artistes féminines**, de plus en plus nombreuses au sein de la programmation du festival.
- Depuis plus de 8 ans, le **FINA entretient une excellente collaboration avec le YMCA**, dans le cadre du *Programme des travaux compensatoires*. Nous accueillons dans notre équipe de production une dizaine de personnes en réinsertion sociale à qui nous offrons un contexte de travail qui favorise **l'accomplissement, l'esprit d'équipe et l'estime de soi**.
- L'engagement social du festival se traduit également par **l'accueil de stagiaires** et d'une centaine de **bénévoles issues de la diversité**. Nos pratiques d'accueil favorisent les rencontres, **l'inclusion** et le **développement de compétences**. FINA favorise ainsi l'intégration de **nouveaux arrivants de toutes origines** qui vont trouver à travers leur expérience au festival, leurs premiers repères et premiers contacts.
- Nous améliorons chaque année **l'accessibilité universelle** du site extérieur.
 - Nombre de **rampes d'accès pour personnes à mobilité réduite** doublé en 2019

- Zone Famille transformée en **zone confort pour les aînés et femmes enceintes** en soirée.
- **Le marché Tombouctou** est un lieu de mélange des cultures, qui rend accessible au grand public des **produits artisanaux authentiques** et issus de **commerce équitable**. Une quarantaine de commerçants, artistes et artisans, dont de nombreuses **femmes entrepreneurs** bénéficient de cette vitrine pour vendre des mets traditionnels, des cosmétiques naturels et créations de designers.
- Le FINA est **un agent économique important** du tourisme culturel à Montréal. Avec près de **191 044 visiteurs uniques**, l'événement bénéficie aux acteurs du **tourisme local**. De plus, le festival collabore chaque année avec ses **partenaires touristiques** pour promouvoir le rayonnement de la ville de Montréal à l'international.
- Avec son statut de pionnier dans la diffusion des musiques du monde, le *Festival international Nuits d'Afrique* est aujourd'hui une **référence dans l'industrie musicale** et partage son expertise dans milieux milieu professionnel et universitaire.

ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

Nous nous engageons depuis 2 ans à documenter, prévenir et réduire de façon significative l'impact environnemental de nos festivités. Nous poursuivons actuellement 3 principaux objectifs:

- **Mobiliser et sensibiliser nos parties prenantes**
- **Réduire nos besoins à la source**
- **Mettre en place une saine gestion des matières résiduelles**

MOBILISATION ET SENSIBILISATION DES PARTIES PRENANTES :

- **Le point d'ancrage de notre démarche de mobilisation** a été la création de notre première **escouade verte** en 2018. Plus d'une dizaine de bénévoles engagés ont sillonné le festival pour **échanger autour des enjeux d'écoresponsabilité**. **250 festivaliers**, commerçants, restaurateurs, membres de l'équipe, bénévoles et artistes ont pu s'exprimer au travers d'un **sondage**. 93% des participantEs se sont dit très sensibles à la cause environnementale et ont proposé des idées qui ont été développées cette année telles que le compostage ou la réduction du plastique à usage unique.
- **Sensibilisation du personnel de production, bénévoles et artistes** dans les différents guides et réunions.
- **Escouade verte de 10 personnes formées par l'Écoquartier Saint-Jacques** aux enjeux de tri sélectif et d'éco responsabilité.
- Une **soixantaine d'enfants** ont participé aux **2 activités sur le tri sélectif** animées par l'éco-quartier Saint-Jacques et aux **2 séances de partage intergénérationnel** autour de l'environnement dans la Zone Famille.
- **La mobilisation des commerçants** du site est très importante. Le nouvel *engagement éco responsable des services alimentaires* signé en amont du festival par les responsables des restaurants et concessions est le fruit de nombreux échanges entre les responsables, l'escouade verte et l'équipe d'entretien. Nous

accompagnons les restaurateurs au changement en mettant à leur disposition une liste de fournisseurs éco responsables et en sensibilisant leurs équipes sur le terrain.

RÉDUCTION À LA SOURCE :

- Un site extérieur et des salles à proximité des transports en commun.
- **Partenariat avec Amigo Express** : nos festivaliers ont eu la possibilité de se rendre au festival en covoiturage en bénéficiant de privilèges telle qu'une réduction sur leur abonnement.
- 100% des restaurants et concessions ont proposé des **options végétariennes**.
- Réduction de la consommation de **bouteilles en plastique** en majorant le nombre de fontaines d'eau accessible pour l'équipe du festival, ses artistes et ses bénévoles. Mise à disposition de gourdes d'eau réutilisables par nos partenaires.
- Catering réalisé dans une optique Zéro Déchet et zéro gaspillage: Plus de **400 portions alimentaires collectées** chez nos partenaires de proximité et sauvées du gaspillage. Remplacement de la vaisselle jetable par de la vaisselle réutilisable.
- Puisque nous favorisons la **réduction à la source** et la **location**, nous constatons une quantité de matières résiduelles inférieure à la plupart des événements de cet ampleur soit environ **360L de matériaux divers dont nous disposons à l'écocentre** (coroplast, bâches, matériel électronique, piles).
- L'équipe et les artistes ont bénéficié d'une **arrière-scène non-fumeur** et d'une distribution de cendriers de poche.
- L'utilisation croissante d'outils numériques et la mise en œuvre d'une stratégie de communication et de marketing visant à **réduire l'utilisation du papier**.
- Nous favorisons les ressources existantes et de proximité. Plutôt que du matériel de bureau neuf, nous encourageons l'organisme voisin de nos locaux : Le Chaînon.

SAINTE GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES :

- **1,69 TM de déchets ultimes**
- **1,59 TM de matières recyclables** détournées des sites d'enfouissement
- **Caractérisation de 200kg de matières par l'escouade verte**
- **965 Litres de matières compostables** détournées des sites d'enfouissement et compostées par Compost Montréal
- **75 litres d'huiles usagées collectées et recyclées** par Compost Montréal
- **Don** des surplus alimentaires aux bénévoles et équipes de production
- Mise en place d'une **Station de tri publique** supervisée par l'escouade verte avec : recyclage-compostage-liquides-contenants consignés-collecte des mégots-déchets
- **Disposition de 360L** de matériaux à l'éco-centre

ANNEXE 1 ♦ CAMPAGNES PROMOTIONNELLES ♦ FINA 2019

Détail des campagnes promotionnelles pour chaque partenaire

TÉLÉVISIONS	
ICI Radio-Canada	Occasions : 80 / message de 30 sec (FR) Dates : du 1 au 21 juillet Promo concours : du 1 au 8 juillet, pour l'émission Bonsoir-Bonsoir
ICI Radio-Canada DIGITAL	Impressions : 205 887 / 528 clics Dates : du 1 au 21 juillet 2019
ICI ARTV	Occasions : 120 / message de 30 sec (FR) Dates : du 1 au 21 juillet 2019
ICI EXPLORA	Occasions : 158 / message de 30 sec (FR) Dates : du 1 au 21 juillet 2019
CBC	Occasions : 42 / message de 30 sec (EN) Dates : du 1 au 21 juillet 2019
TV5	Occasions : 135 / message de 30 sec (FR) en rotation 24 h/24 Dates : du 1 au 21 juillet Promo concours : 24 juin au 7 juillet 2019
CTV	Occasions : 66 + comblage / message de 30 sec (EN) Dates : du 1 au 21 juillet Promo concours : 24 juin au 7 juillet 2019
CTV DIGITAL	Impressions : 21 160 Dates : du 1 au 21 juillet 2019
Télé-Québec	Occasions : 42 / message de 30 sec (FR) Dates : du 2 au 20 juillet 2019
Cinéma Beaubien, Cinéma du Parc et Cinéma du Musée	Occasions : 1 390 Diffusion avant toutes les séances dans les 3 cinémas pendant 1 mois Dates : du 21 juin au 18 juillet 2019
TV5 Monde	Occasions : 51 / message de 30 sec (FR) Dates : du 1 au 14 juillet 2019
Hôtel.tv	Occasions : 2 808 000 / message de 30 sec Dates : du 21 juin au 21 juillet 2019 <i>Diffusé dans plus de 15 hôtels</i>

RADIO

ICI Radio-Canada	<p>Occasions : 2 occasions / jour Date : du 15 au 19 juillet 2019 Message produit par ICI-MUSIQUE</p>
ICI Musique	<p>Occasions : 2 occasions / jour Date : du 15 au 19 juillet 2019 Promotions : Promotion de la série Les Grands Événements (en salle) et promotion des Grands Événements TD-RADIO-CANADA (site extérieur) + Promotion des Dj set de Myriam Fehmiu Message produit par ICI-MUSIQUE</p>
MIKE FM	<p>3 Messages promo 30 sec (120 spots) : 30 spots du 29 mai au 6 juin (conférence) 90 spots du 30 juin au 21 juillet (programmation en salle et extérieure) Mentions et tirages en ondes + <i>Visibilité sur les réseaux sociaux</i></p>
CISM	<p>4 Messages promo 30 sec (180 spots) : 45 spots du 30 mai au 6 juin (conférence) 135 spots du 30 juin au 21 juillet (programmation en salle et extérieure) dont 60 spots pour la promotion de la série Urban Africa et Nuits d'Afrique Sound System Mentions et 2 tirages en ondes</p>
Radio VM	<p>4 Messages promo 30 sec (150 spots) : 30 spots du 30 mai au 6 juin (conférence) 90 spots du 30 juin au 21 juillet (programmation en salle et extérieure) 30 spots du 25 juin au 13 juillet pour la promotion de la série Prestige Tirages en ondes</p>
CHOQ FM	<p>3 Messages promo 30 sec (160 spots) : 40 spots du 30 mai au 6 juin (conférence) 120 spots du 30 juin au 21 juillet (programmation en salle et extérieure)</p>
CKUT	<p>3 Messages promo 30 sec EN (120 spots) : 30 spots du 30 mai au 6 juin (conférence) 120 spots du 30 juin au 21 juillet (programmation en salle et extérieure) Tirages en ondes</p>
CJLO	<p>3 Messages promo 30 sec EN (150 spots) : 30 spots du 29 mai au 6 juin (conférence) 90 spots du 30 juin au 21 juillet (programmation en salle et extérieure) Tirages en ondes</p>
Radio Centre-Ville	<p>3 Messages promo 30 sec EN (150 spots) : 30 spots du 29 mai au 6 juin (conférence) 90 spots du 30 juin au 21 juillet (programmation en salle et extérieure) Tirages en ondes</p>

IMPRIMÉS

L'Initiative	Parution : 1 contenu éditorial (article) et la publication du visuel du Festival dans le magazine papier de L'Initiative de juillet 2019 Date : lundi 15 juin 2019 Format : 5,1 x 6,5 pouces
Journal de Montréal	Parution : 1 parution dans <i>Suivez le Guide</i> , le cahier spécial <i>Guide des festivals</i> du Journal de Montréal. Une publicité et un encart 400 caractères. Date : vendredi 28 juin 2019 Format : 5,02 x 5,9 pouces
Cinéma Beaubien/du Parc/du Musée	Parution : 1/4 de page dans l'édition juin/juillet 2019 du magazine Cinéma Beaubien/Du Parc/ du Musée. Magazine lu par 90 000 personnes Date : jeudi 13 juin 2019 Format : 182 x 59 mm

ANNEXE 2

COUVERTURE MÉDIA NATIONALE ◊ FINA 2019

24 heures <i>Je sors je reste</i>	2019-07-08	Elida Almeida	Article
24 Heures <i>Je sors je reste</i>	2019-07-10	Okan	Mention
24 Heures <i>Je sors je reste</i>	2019-07-17	À l'agendajour	
514 blog	2019-05-31	FINA 2019	Article
89.1 FM C'est Fou	2019-07-18	Colin Rigaud - programmeur	Web + radio
98.5 FM Drainville PM	2019-07-19	Fina 2019	Web + radio
98.5 FM Puisqu'il faut se lever	2019-07-19	Fina 2019	Web + radio
Afrik Caraïb Montreal	2019-07-24	Joby	Article
Afrik Caraïb Montreal	2019-08-10	King Alasko	Article
Afrik Caraïb Montréal	2019-06-06	Salif Keita	Article
Afrik Caraïb Montréal	2019-06-15	Joyce N'Sana	entrevue filmée
Afrik Caraïb Montréal	2019-07-09	Elida Almeida	entrevue filmée
Afrik Caraïb Montréal	2019-07-11	Paul Beaubrun	entrevue filmée
Afrik Caraïb Montréal	2019-07-15	Abblaye Cissoko	entrevue filmée
Afrika News	2019-07-07	Elida Almeida	Article
Afriseries	2019-07-18	Soirée Urbam Africa	Article
Appspot.com	2019-07-23	FINA 2019	Article
Art et culture	2019-05-29	FINA 2019	Article
Arts & Opinion	2019-07-29	FINA2019	Article
Atuvu.ca	2019-05-31	FINA19	Article
Atuvu.ca	2019-07-17	Songhoy Blues	Article
Breakfast TV	2019-07-16	FINA 2019 – Suzanne Rousseau, DG	TV + Web
Canal M - 5 à 7	2019-07-11	Carlos Placeres	Web + radio
Canal M - 5 à 7	2019-07-11	Myriam Fehmiu	Web + radio
Canal M - 5 à 7	2019-07-11	Grooz	Web + radio
CBC <i>All in a Weekend</i>	25-06-18	FINA 2019 – Suzanne Rousseau, DG	Web + radio
CBC <i>Homerun</i>	2019-07-16	Myriam Fehmiu	Radio
CBC News	2019-07-22	FINA 2019	TV + Web
CBC News <i>Our Montreal</i>	2019-06-26	FINA 2019	TV
Centre Afrika	2019-07-08	Djely Tapa	Article

CHOQ.ca	2019-07-15-	Jah9	Web + radio
CHOQ.ca	2019-07-16	Songhoy blues	Article
CHOQ.ca	2019-07-23	Djely tapa	Article
CHUO FM	2019-06-1-8-	FINA 2019	Web + radio
CIBL	2019-07-11	Colin, Degg J Force 3 Worldwide SoundSystem	Web + radio
CIBL	2019-07-11	Joyce N'Sana	Web + radio
CIBL	2019-07-11	Aldo Guizmo	Web + radio
CIBL Cocktail	2019-07-09	Colin Rigaud	web + radio
CIBL Cocktail	2019-07-16	Wesli	Web + radio
CIBL Cocktail	2019-07-16	Casuarina	Web + radio
CIBL Haïti Autrement	2019-07-14	Maya Kamaty	radio
CIBL Haïti Autrement	2019-07-14	Daniel Bellegarde	radio
CIBL Haïti Autrement	2019-07-14	Aldo Guizmo	radio
CIBL Haïti Autrement	2019-07-14	Carlos Placeres	radio
CIBL Point de culture	2019-07-14	EMDE	radio
CIBL Point de culture	2019-07-14	Blaise la Bamba	radio
CIBL Son de la Cité	2019-07-14	Jôby	radio
CIBL Son de la Cité	2019-07-14	Diogo Ramos	radio
CIBL Son de la Cité	2019-07-14	Kissima Diabaté	radio
CIBL Son de la Cité	2019-07-21	Kon Fusion	radio
CIBL Son de la Cité	2019-07-21	WWS	radio
CJLO	25-Jun-18	Emde	Web + radio
CKUT Basa Basa	25-Jun-19	Chanda and the Passengers	web + radio
CKUT Basa Basa	2019-07-02	Blaise la Bamba	web + radio
CKUT Basa Basa	2019-07-16	BIM	web + radio
CKU Basa Basa	2019-07-09	Elida Almeida	web + radio
CKUT Funky Revolution	2019-06-29	Maya Kamaty	web + radio
CKUT Funky Revolution	2019-06-29	Elida Almeida	web + radio

CKUT Funky Revolution	2019-06-29	Songhoy Blues	web + radio
CKUT Funky Revolution	2019-06-29	Grooz	web + radio
CKUT Funky Revolution	2019-06-29	Joyce'N Sana	web + radio
CKUT Funky Revolution	2019-06-29	EMDE	web + radio
CKUT Listening to Latin America	2019-07-15	Lengaïa Salsa Brava	web + radio
CKUT Listening to Latin America	2019-07-05	FINA 2019	Web + radio
CKVL	4-Jun-18	FINA 2019	Radio
CTV	2019-07-19	FINA 2019	TV + Web
Global TV Morning News	2019-07-10	FINA 2019	TV + Web
Global TV News	2019-06-29	FINA 2019	Article
Guidatour	2019-07-10	FINA 2019	mention
ICI Musique	2019-07-04	DJ sets ICI MUSIQUE	Article
ICI Musique	2019-07-05	Concours	Concours
ICI Musique	2019-07-09-	FINA 2019	Article
ICI Musique L'Effet Pogonat	2019-07-10	FINA 2019	Web + radio
ICI Musique Un nomade dans l'oreille	4-Jun-18	FINA 2019	Web + radio
ICI Radio-Canada Bien entendu	2019-07-12	Poirier	Web + radio
ICI Radio-Canada Desautels le dimanche	30-Jun-19	EMDE	Web + radio
ICI Radio-Canada Dessine-moi un été	2019-07-14	FINA 2019	Web + radio
ICI Radio-Canada Le 15-18	2019-06-24	Djely Tapa	Web + radio
ICI Radio-Canada Le 15-18	2019-07-09	Djely Tapa	Web + radio
ICI Radio-Canada Le 15-18	2019-07-09	Zal Sissokho	Web + radio
ICI Radio-Canada Le 15-18	2019-07-09	Elida Almeida	Web + radio
ICI Radio-Canada Le 15-18	2019-07-10	Salif Keita	Web + radio
ICI Radio-Canada Le 15-18	2019-07-17	Daby Touré	Web + radio
ICI Radio-Canada Près de chez vous	2019-07-20	FINA 2019	Web + radio

ICI Radio-Canada Samedi et rien d'autre	2019-06-06	Francine Grimaldi	Web + radio
Journal de Montréal	2019-07-06	Artistes du festival	Article
Journal de Montréal	2019-07-11	Salif Keita	Article
Journal de Montréal	2019-07-19	Da Cruz	Article - Agenda culturel
Journal el Directorio	2019-06-07	FINA 2019	Article
Journal Métro	2019-07-11	Songhoy Blues	Article
Kalenews	2019-07-16	Salif Keita	Article
Keep Mtl Weird	2019-07-06	FINA	Article
Keep Mtl Weird	2019-07-13	Salif Keita / La Pirogue	Article
Keep Mtl Weird	2019-07-19	Rodrigo Simoes	Article
Keep Mtl Weird	2019-07-21	Imarhan	Article
Keep Mtl Weird	2019-07-26	Djely tapa	Article
La Fabrique culturelle	2019-06-23	Quiz	Article
La Fabrique culturelle	2019-07-05	Djely Tapa	Article
La Métropole	2019-07-12	Salif Keita	Article
La Presse	2019-07-18	Imarhan	Article
La Presse	2019-05-28	Plusieurs artistes	Article
La Presse	2019-06-18	Tiken Jah Fakoly	Mention
La Presse	2019-07-06	Sistema Solar	Article
La Presse Plus	2019-07-07	Djely Tapa	Article
La Presse	2019-07-11	Salif Keita	Article
La Scena musicale	2019-06-17	FINA 2019	Article
La Scena musicale	2019-07-30	FINA 2019 Reportage	Article
Le Devoir	2019-05-29	FINA 2019	Brève - Agenda culturel
Le Devoir	2019-07-06	Élida Almeida	Article
Le Devoir	2019-07-08	Salif Keita	Article
Le Devoir	2019-07-09	Maya Kamaty	mention
Le Devoir	2019-07-10	Jah9	Article

Le Devoir	2019-07-12	Salif Keita	Critique
Le Devoir	2019-07-16	King Alasko	Article
Le Devoir	2019-07-17	Djely Tapa	Critique
Le Devoir	2019-07-19	Génération Mauricana	Article
Le Devoir	2019-07-20	Tabou Combo	Article
Le Devoir	2019-07-22	Tabou Combo	Critique Tabou Combo Clôture FINA
Les Artsze	2019-07-03	FINA 2019	Article
Les Artsze	2019-07-12	Salif Keita	Article
Lien Multimédia	2019-05-24	Djely tapa : Révélation Radio Canada	Article
Lien Multimédia	2019-07-07	Salif Keita	Article
Lien Multimédia	2019-07-09	Salif Keita	Article
L'Initiative	10-Apr-19	Salif Keita	Article
L'Initiative	29-May-19	FINA2019	Article
L'Initiative	26-Jun-19	Prix Salif	Article
L'initiative	2019-05-29	Dévoilement prog FINA19	Article
L'initiative	2019-06-02	Compilation FINA2019	Communiqué
L'initiative	2019-07-02	Fina	Communiqué
L'initiative	2019-07-05	Fina	Article
L'initiative	2019-07-10	Salif Keita	Article
L'initiative	2019-07-12	Djely Tapa	Article
L'initiative	2019-07-12	FINA	Article
L'initiative	2019-07-12	Salif Keita	Article
L'Initiative	2019-07-15	Site extérieur	Article
L'Initiative	2019-07-16	DJ Set	Article
L'Initiative	2019-07-16	Songhoy Blues et EMDE	Article
L'Initiative	2019-07-17	Concert extérieur	Article
L'Initiative	2019-07-19	Hakim Salih	Article
L'initiative	2019-07-15	Jah9 et Lasso Trio	Article
L'itinéraire	2019-08-15	Maya Kamaty	Article
Magazine In Situ	2019-07-20	FINA 2019	Article
Maudits Français	2019-07-07	FINA 2019	Article
Maudits Français	2019-07-19	FINA 2019	Article
Meteo Media	2019-07-17	Myriam Fehmiu, porte- parole	TV + Web
Montreal 157	2019-07-11	Elida Almeida	Article
Montreal 157	2019-07-19	Constantinople / Ablaye Cissoko	Article
Montreal 157	2019-07-19	Casuarina	Article

Montreal 157	2019-07-22	Marema	Article
Montréal 157	2019-05-16	Djely Tapa	Article
Montréal 157	2019-07-02	Elida Almeida	Article
Montréal 157	2019-07-19	Traversées	Article
Montréal 157	2019-07-19	Casuarina	Article
Montreal Citynews	2019-07-22	FINA 2019	TV + Web
Montréal Gazette	2019-07-04	Artistes du festival	Reportage
MSN	2019-07-16	Fina 2019 / Suzanne	Vidéo / Article
MTL City Crunch	2019-07-12	Kalabante / Jah9	Article
MTL City crunch	2019-07-19	FINA / EMDE	Article
mtl642	2019-06-17	Fina2019	Article
Newswire	2019-07-20	FINA 2019	Communiqué
NVL	2019-07-18	Daniel Bellegarde	TV + Web
Passion, Musique et culture	2019-07-12	Salif Keita	web
Passion, Musique et culture	2019-07-13	Systema Solar	web
Passion, Musique et culture	2019-07-14	Constantinople / Ablaye cissoko	web
Passion, Musique et culture	2019-07-16	Songhoy Blues	Web
Passion, Musique et culture	2019-07-19	Imarhan	Article
Printzblog	2019-06-18	FINA 2019	Article
Quartier des spectacles	2019-07-02	FINA 2019	Article
Quartier des spectacles	2019-07-07	FINA 2019	Communiqué
Radio-Canada	2019-07-20	Myriam Fehmiu	Article
Radio Canada	2019-07-23	Shauit et Wachmn'hit	Article
Radio-Canada	2019-07-09	Djely tapa	Article
Radio-Canada Bonsoir Bonsoir	2019-07-01	Annonce FINA 2019	Jeu concours
Radio-Canada Bonsoir Bonsoir	2019-07-08	Djely Tapa	TV + Web entrevue+perfo
RDI MATIN	2019-07-12	Sistema Solar Djely Tapa	TV + Web+ FB
RFI	2019-07-21	FINA 2019	Web + radio
Stingray blogue	2019-07-03	FINA 2019	Article
The Montrealer	2019-07-02	FINA 2019	Communiqué
Touki Montréal	2019-04-03	Salif Keita	Article
Touki Montréal	2019-05-31	Suggestions de Myriam Femhiu	Article
Touki Montréal	2019-06-03	Artistes du festival	Article

Touki Montréal	2019-07-11	La piroge	mention
Touki Montréal	2019-07-12	Valerie Ekoumè	Article
Touki Montréal	2019-07-16	Djely Tapa	Article
Touki Montréal	2019-07-17	Bénin International Musical	Article
Touki Montréal	2019-07-17	Djely Tapa	Article
Touki Montréal	2019-07-19	Degg J Force 3	Article
Touki Montréal	2019-07-19	King Alasko	Article
Touki Montréal	2019-07-19	Banlieuz art	Article
Touki Montréal	2019-07-20	Wesli	Article
Tourisme Express	2019-06-04	Festival	Article
Troc Radio	2019-07-10	Valerie Ekoumè	Article
TVA nouvelles	2019-07-11	Salif Keita	Article
Twins Community	2019-07-27	Tabou Combo	Article
Twins Community	2019-08-30	Myriam Fehmiu	Article
TwinsProd	2019-04-03	Salif Keita	Article
TwinsProd	2019-06-15	Dévoilement FINA19	Article
Univision Canada	2019-07-22	FINA2019	TV + Web
Voir.ca	2019-07-11	Salif Keita	Article

ANNEXE 3

COUVERTURE MÉDIA INTERNATIONALE ◊ FINA 2019

Trié par nom du média

Adiac-congo.com	2019-07-15	Joyce N'Sana	Article
Africa Magazine no 394	2019 Juillet	FINA 2019	Article
Afrika News Online	2019-07-20	FINA 2019 – Elida Almeida	Article
Afrika News	2019-07-20	FINA 2019	Article
Africa Top success	2019-04-21	Salif Keita	Article
Afroguinee	2019-03-02	Urban Africa	Article
Afroguinee	2019-07-06	Urban Africa	Article
Afroguinee	2019-07-18	Soirée Urbam Africa	Article
Afroguinee	2019-07-19	Urban Africa	Article
Afroguinée Youtube	2019-07-19	Banlieuz Art	TV + Web
Afroguinée Youtube	2019-07-19	Degg J Force 3	TV + Web
Afropop WorldWide	2019-07-31	Maya Kamaty	Article
Afropop WorldWide	2019-07-30	Reportage FINA 2019	Article
Afropop WorldWide	2019-08-13	EMDE, Griot du 21e siècle	Article
AK Médias Youtube	2019-07-16	Songhoy Blues	Web
All Events In	2019-07-04	FINA 2019	Mention
Bamada.net	2019-06-26	Prix Nuits d'Afrique - Salif Keita	Communiqué
Bamada.net	2019-07-12	Salif Keita	Article
France 24	2019-07-08	FINA 2019	TV + Web
France 24	2019-07-18	FINA 2019	TV + Web
Gamax live	2019-06-25	Prix Nuits d'Afrique - Salif Keita	Article
Generation 224	2019-06-04	Artistes du festival	Article
Generation 224	2019-06-26	Prix Nuits d'Afrique - Salif Keita	Communiqué
Generation 224	2019-06-29	Urban Africa	Article
Génération 224	2019-05-08	Urban Africa	Article
gnakrylive	2019-06-29	Urban Africa	Article
Guinée Hit Music	2019-07-13	Salif Keita	Article
Guinée Hit Music	2019-07-20	Banlieuz'art	Article
Guinée Hit Music	2019-07-21	Banlieuz'art	Article

Guinee7	2019-06-28	Urban Africa	Communiqué
InArWorld	2019-07-20	FINA 2019	Web
Kalenews	2019-06-28	Urban Africa	Communiqué
LeNouvelAfrik.com	2019-06-28	Bénin international Musical	Article
Loveexploring.com	2019-06-29	FINA	mention
MaGuinéeinfo	2019-06-27	Urban Africa	Communiqué
Mali Actu.net	2019-06-26	Prix Nuits d'Afrique Salif Keita	Brève
Mali Web	2019-06-26	Prix Nuits d'Afrique Salif Keita	Brève
Mali Web	2019-07-12	Salif Keita	Article
Mississauga.com	2019-07-04	FINA 2019	Mention
MIXMAG	2019 octobre	Poirier - Festival	Article Entrevue
Mononews	2019-06-25	Prix Nuits d'Afrique Salif Keita	Article
Orange.fr	2019-07-18	Joby	Web
Orange.fr	2019-07-19	Urban Africa	TV + Web
Orange.fr	2019-07-21	king alasko	Web
Orange.fr	2019-07-24	Jôby	Video
Orange.fr	2019-07-25	Myriam Fehmiu	TV + Web
Orange.fr	2019-07-25	Wesli	TV + Web
Radio Canada International	2019-07-16	Casuarina	Article
Radio Canada International	2019-06-18	Dévoilement prog FINA19	Article
Radio Canada International	2019-07-12	Systema Solar	Article
Radio Canada International	2019-07-18	Imarhan	Article
Radio Canada International	2019-06-05	La Pirogue	Article
Radio Canada International	2019-06-10	Okan	Article
Radio Nova Néo Géo	2019-06-23	FINA 2019	Radio + Web
rarinews	2019-06-29	Urban Africa	Article
RFI – Agenda culture Afrique	2019-07-21	Tabou Combo en clôture	radio + web
RFI MUSIQUE	2019-09-03	Lamine Touré	Web+FB
RFI MUSIQUE	2019-07-18	Joby - portrait de l'artiste	Article web+FB
RFI MUSIQUE	2019-07-24	Jôby acoustique	Article web & perfo relai Youtube

RFI Musique Facebook	2019-07-16	FINA 2019	Web + radio
RFI - Facebook	2019-07-17	Vox pop + Colin Rigaud, programmateur	Facebook+Youtube
RFI - Musique	2019-07-19	Urban Africa	TV + Web+YouTube
RFI - Youtube	2019-07-21	King Alasko	Web
RFI - Youtube	2019-07-25	Myriam Fehmiu	TV + Web
RFI - Youtube + Facebook	2019-07-25	Wesli	TV + Web
RPTV	2019-07-28	<i>Tabou Combo</i>	<i>Youtube</i>
Songlines Magazine	2019 septembre	FINA - Wesli - Maya Kamaty, Songhoy blues	Article - revue papier no 151
tellereport	2019-07-24	Jôby	Article
The Chronicle online	2019-07-04	Artistes du festival	Article
The World news	2019-07-04	Artistes du festival	Article
The World news	2019-07-11	Salif Keita	Article
Top Visage	2019-04-10	Salif Keita	Article
TV5 Monde	2019-07-03	Prix Nuits d'Afrique	Nouvelle
TV5 Monde Afrique	2019-07-03	FINA 2019	Annonce
Unidivers	2019-06-22	Valérie Ekoumè	Article
Unykmedia	2019-06-26	FINA 2019	Article
World Music Report	2019-05-20	FINA 2019	Communiqué programmation
World Music Report	2019-06-11	FINA 2019	Annonce
World Music Report	2019-07-03	FINA 2019 - Plusieurs artistes	Reportage

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



**Prochain rendez-vous en 2020 pour la 34^e édition
Du 7 au 19 juillet 2020**

FESTIVAL INTERNATIONAL NUITS D'AFRIQUE

33^e édition • du 9 au 21 juillet 2019

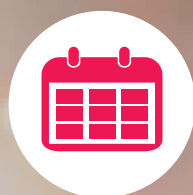
Une expérience musicale foisonnante

À la rencontre des cultures d'Afrique, des Antilles et d'Amérique latine

13 JOURS

DE PROGRAMMATION
EN SALLE

DU 9 AU 21 JUILLET



6 JOURS

DE PROGRAMMATION
EXTÉRIEURE GRATUITE

DU 16 AU 21 JUILLET

700

ARTISTES

131

CONCERTS ET
ACTIVITÉS
COMPRENANT



71

CONCERTS



58

ACTIVITÉS
PARTICIPATIVES

33

PAYS
REPRÉSENTÉS

#BILANFINA2019

PROGRAMMATION EN SALLE

du 9 au 21 juillet 2019



13 JOURS

DE PROGRAMMATION
EN SALLE



43 CONCERTS

EN SALLES



7 SÉRIES

DE CONCERTS



6 SALLES

MTELUS, FAIRMOUNT, GESÙ,
MINISTÈRE, PLAZA, BALATTOU

BILLETTERIE

+35%

D'AUGMENTATION
DES VENTES

PROGRAMMATION EXTÉRIEURE

Au Parterre du Quartier des spectacles • du 16 au 21 juillet 2019

VILLAGE DES NUITS D'AFRIQUE



**SCÈNE
TD - RADIO-CANADA**

28 CONCERTS
D'ARTISTES NATIONAUX ET
INTERNATIONAUX

12 ATELIERS
À CIEL OUVERT DE DANSE ET
INSTRUMENTS DE MUSIQUE

6 DJ SETS
ICI MUSIQUE ET ESCALES
TROPICALES TV5



**CABARET
NUITS D'AFRIQUE**

30 MINI CONCERTS
ET PRÉSENTATIONS
THÉMATIQUES



**ZONE
FAMILLE**

14 ACTIVITÉS
RÉCRÉATIVES POUR
LES ENFANTS



**RESTAURANTS, BARS
ET BOUTIQUE**

5 RESTAURANTS
CINQ PAYS REPRÉSENTÉS

4 BARS

1 BOUTIQUE
DE DISQUES ET DE
PRODUITS DÉRIVÉS



**MARCHÉ
TOMBOUCTOU**

42 KIOSQUES
MARCHANDS

14 PAYS
REPRÉSENTÉS



6 JOURS

DE PROGRAMMATION
EXTÉRIEURE GRATUITE

DONNÉES D'ACHALANDAGE

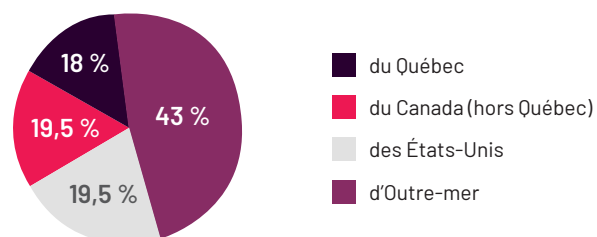
ACHALANDAGE*

512 191 ACHALANDAGE TOTAL

191 044 VISITEURS UNIQUES

56 706 TOURISTES ET EXCURSIONNISTES

PROVENANCE TOURISTIQUE*



*Source : étude effectuée par SEGMA Recherche en juillet 2017

NUITÉES

42 804 NUITÉES GÉNÉRÉES PAR L'ACHALANDAGE TOURISTIQUE DU FESTIVAL

ACHALANDAGE PROFESSIONNEL

350 ACCRÉDITATIONS PROFESSIONNELLES

120 REPRÉSENTANTS MÉDIAS

44 INVITÉS INTERNATIONAUX JOURNALISTES, DIFFUSEURS ET AUTRES PROFESSIONNELS

212 NUITÉES OFFERTES ARTISTES, PROFESSIONNELS ET JOURNALISTES INTERNATIONAUX INVITÉS

VISIBILITÉ NATIONALE ET INTERNATIONALE

COUVERTURE MÉDIATIQUE

371 RÉPERCUSSIONS MÉDIATIQUES NATIONALES ET INTERNATIONALES

PARTENAIRES MÉDIAS

144 PAYS ATTEINTS VIA STINGRAY MUSIC ET TV5 MONDE

19 PARTENAIRES MÉDIAS NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

3M OCCASIONS PUBLICITAIRES TÉLÉS

1050 RADIOS

SITE WEB

 **500k** PAGES VUES

 **137k** SESSIONS

 **88k** INTERNAUTES

MÉDIAS SOCIAUX

 **1 Million** IMPRESSIONS WEB CUMULÉES

 **27k fans** SUR FACEBOOK +5000 EN 2019

 **205k** IMPRESSIONS WEB VIA **12** CAMPAGNES FACEBOOK

ÉCORESPONSABILITÉ



FINALISTE VIVATS CATÉGORIE PRÉVENTION ET RÉDUCTION À LA SOURCE DE RECYC-QUÉBEC, 2019



965L DE MATIÈRES COMPOSTABLES DÉTOURNÉES DE L'ENFOUISSEMENT



6 GRANDES ACTIONS ESCOUADE VERTE, STATION DE TRI, SENSIBILISATION, RECYCLAGE, COMPOSTAGE, OBJECTIFS 0 GASPILLAGE

FINA 2019 - Visibilité - Ville de Montréal	
Outils de communications FINA	Visibilité ville de Montréal
Imprimés	
Affiche	logo
Affiche monstre, Bébé monstre	logo
Dépliant	logo
Programme	message du gouvernement pub 1/2 page / logos page partenaires
Dossier de presse	mention écrite
Communiqués	
Communiqué général	mention écrite
Communiqué Bilan	mention écrite
Web	
Site web	logo section partenaire avec hyperlien: http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=5798,85041649&_dad=portal&_schema=PORTAL
Médias sociaux	publication: Merci aux partenaires
Publicités	
Publicités TV/ plateforme web	bande-annonce avec logo
Publicités radios	
Publicités Journaux	logo
Autres publicités (Hotel.tv, cinéma Beaubien/du Parc)	bande-annonce festival avec logos
Événement média / RP	
Lancement média	logo/écran, mention
Cocktail et Concert ouverture	mention par l'animateur au cocktail des partenaires et sur la scène du MTELUS
In Situ - Site festival	
Scène principale - Écrans géants	logo (en rotation) sur écrans géants