

Juste pour r/ire Just for laughs



Bilan Festival Juste pour rire /Just for laughs Festival 2019

NOVEMBRE 2019

TABLE DES MATIÈRES

MISSION DU FESTIVAL	3
RÉSUMÉ DE LA 37 ^e ÉDITION	4
LA TRANSITION	5
PROGRAMMATION EN SALLE	8
PROGRAMMATION EXTÉRIEURE GRATUITE	12
JUSTE POUR RIRE PRO ET COMEDYPRO	21
LA RELÈVE EN HUMOUR	25
L'ACCÈS PUBLIC À L'HUMOUR	26
ACHALANDAGE ET PERFORMANCE TOURISTIQUE	27
PROVENANCE DES PARTICIPANTS DE L'ÎLE DE MONTRÉAL PAR ARRONDISSEMENT	28
RETOMBÉES MÉDIATIQUES	29
PROMOTION ET MISE EN MARCHÉ	33
INITIATIVES DE COMMERCIALISATION TOURISTIQUE ET PARTENARIATS	36
DÉVELOPPEMENT DURABLE	37
SÉCURITÉ FESTIVALIÈRE ET ACCUEIL	39
ANNEXES	
ANNEXE A – PLAN DU SITE	41
ANNEXE B – LISTE DES PARTENAIRES	42

MISSION DU FESTIVAL

Le Festival Juste pour rire/Just For laughs de Montréal (FJPR) a une mission simple : rendre les gens heureux et être une plateforme essentielle pour les artistes et les professionnels de l'humour.

Doté d'une programmation intérieure foisonnante en plus d'un site extérieur gratuit très fréquenté, l'événement comporte aussi un important volet professionnel incontournable, le ComedyPRO, qui attire **700 professionnels** internationaux par an et le nouveau volet francophone JPR PRO.

Le Festival livre un concentré d'humour local et international de toutes les teintes artistiques, accueillant des centaines de milliers de participants au centre-ville de Montréal et dans une vingtaine de lieux de diffusion locaux. Sa programmation de calibre mondial présente **1350 artistes et plus de 500 représentations**. Le Festival est une pierre angulaire de la force culturelle de Montréal et renforce son statut de destination touristique de premier plan.

L'importance du Festival pour l'industrie québécoise de l'humour – en bref :

1. Le Festival est un concentré d'humour de tous les styles
2. Le Festival accélère la carrière de tous les humoristes
3. Le Festival soutient toutes les étapes de la création en humour
4. La création artistique est au cœur du Festival
5. Le Festival est le paradis de l'humour mondial

RÉSUMÉ DE LA 37^e ÉDITION

- **37^e édition** du 10 au 28 juillet 2019
- **12 jours de Festivités sur un site extérieur gratuit** du 17 au 28 juillet, ouvert de 16h à 23h et animé en continu au travers de multiples rendez-vous publics, dont :
 - **Un nouveau site revampé qui promeut l'unité des deux langues**
 - **Un retour au produit central de l'humour sur le site extérieur gratuit**
 - **Un grand spectacle extérieur par soir** sur la scène principale de la place des Festivals
 - **De nouvelles expériences participatives sur le site extérieur**
- **73 spectacles** (218 représentations) dans plus de **20 salles différentes**
- **147 spectacles extérieurs gratuits** (504 représentations) répartis sur les 3 scènes extérieures
- **Près de 1350 artistes présentés** au Festival Juste pour rire/Just for laughs, dont **666** provenant du Québec, **170** du reste du Canada et **511** de l'international.
- **Plus de 230 artistes de la relève**
- **27 spectacles francophones** en salle et **46 spectacles anglophones** en salle, dont :
 - **6 galas francophones en salle** : Soirées Carte blanche, avec Katherine Levac, Philippe Laprise, Anne-Élisabeth Bossé, Julien Lacroix et Adib Alkhalidey et Jay Du Temple) et Le Cabaret à Laurent
 - **8 galas anglophones en salle** : avec Michael Che, Anthony Anderson, Hasan Minhaj, Anthony Jeselnik, Howie Mandel, Jim Jefferies, Jonathan Van Ness et Wanda Sykes
- De nombreuses captations de contenus voyageront sur les écrans dans le monde entier, grâce à des partenariats avec des acteurs télévisuels et numériques importants comme Netflix.
- Retour du volet professionnel du Festival, qui comprend cette année :
 - **12^e édition du ComedyPRO**, le plus grand congrès d'humour au monde, a accueilli 701 professionnels internationaux du rire de plus de 330 entreprises, dont les grands du numérique tels Netflix, Amazon Studios et Hulu, au travers de 68 activités (24-27 juillet 2019).
 - **1^{re} édition d'un nouveau rassemblement dédié aux professionnels francophones du rire, JPR PRO (19 juillet 2019)**
- Un forfait exhaustif **Juste pour séniors** qui comprend entre autres pour une 2^e année le **Gala des retraités**, qui a accueilli dix apprentis humoristes formés par l'École nationale de l'humour et présentés par le commanditaire Groupe Maurice.

LA TRANSITION

Pris dans une tourmente médiatique durant de longs mois, **le volet francophone du Festival a affronté plusieurs épreuves** qui ont fragilisé la présentation de son édition 2018. C'est la solidarité et le travail acharné des équipes qui ont finalement permis d'assembler et de livrer le Festival. Un remaniement organisationnel a entraîné une certaine instabilité, qui s'est résorbée lors de la nomination en juillet 2018 du nouveau **Vice-Président aux contenus francophones, Patrick Rozon.**



Le volet anglophone du Festival, dirigé par Bruce Hills, Président de Just For Laughs, a quant à lui traversé cette période sans encombre, au vu de la résilience internationale de sa marque, solidement implantée dans plusieurs marchés.

D'autres versions festivalières de Just For Laughs sont en effet présentées dans plusieurs grandes villes cosmopolites, dont Toronto, Vancouver et Sydney, de même que ses productions numériques et télévisuelles anglophones sont consommées sans réserve partout sur le globe.

Avec sa vaste expérience dans le milieu du spectacle et doublée de son dynamisme, la nomination de **Charles Décarie** à titre de Président-Directeur Général du Groupe Juste pour rire en mars dernier a apporté **un nouveau souffle et une nouvelle vision** au Festival. Avec une équipe de gestion désormais bien établie ainsi que son regroupement de propriétaires, le groupe Juste pour rire est bien placé pour continuer sa croissance et son succès.



« On peut dire mission accomplie ! Nous avons fait le pari de miser sur l'audace et la nouveauté cette année, une vision soutenue par les artistes qui n'ont pas hésité à se joindre au mouvement. Et cette audace artistique a été grandement appréciée, car les partenaires et les festivaliers ont également été au rendez-vous ! À lire les critiques des médias et les commentaires sur les médias sociaux concernant le renouveau du Festival, en plus d'entendre la vive appréciation des acteurs clés de l'industrie, on sent que, plus que jamais, le Groupe Juste pour rire a le vent dans les voiles, promettant un avenir glorieux pour toute l'industrie de l'humour ! »

- Charles Décarie, président directeur général du Groupe Juste pour rire

Lors de la transition, plusieurs enjeux planaient sur le Festival Juste pour rire. Afin de les surmonter, un nouveau plan de développement a été mis sur pied, avec plusieurs solutions qui ont été présentées aux partenaires du Festival. Chose promise, chose due, voici comment le Festival s'est relevé en 2019 :

Enjeux de programmation : Au vu de l'hésitation de plusieurs artistes à s'engager fermement pour l'édition 2018 face à la crise vécue par le Festival, la programmation 2018 n'a pu être finalisée qu'à quelques mois de l'événement. Son impact artistique était donc moins percutant et ne cadrait pas entièrement avec la vision initiale de l'équipe de programmation.

- **Solutions : Les artistes se sont vite ralliés à la nouvelle vision de Patrick Rozon énoncée à son arrivée, fondée sur :**
 - Le retour au produit de l'humour;
 - Une nouvelle ère collaborative accordant plus de liberté aux artistes;
 - Une meilleure représentativité de la diversité en humour.

- **Résultats**

Le Festival a livré :

- Une programmation moderne, ouverte et inclusive; plus féminine (afin d'être plus représentatif de la diversité en humour, deux femmes étaient en tête d'affiche des galas) et plus multiculturelle (à la fois bilingue en extérieur comme en salle, et proposant d'autres langues comme l'espagnol ou le créole permettant une grande ouverture sur le monde de l'humour);
- Une programmation unifiée (anglo + franco), avec comme but de susciter la même frénésie en salle et sur le site extérieur;
- Une programmation laissant plus de liberté de création aux artistes, notamment dans les soirées Carte Blanche;
- Une programmation présentant l'humour émergent et les artistes de renoms et travaillant en tandem avec l'École nationale de l'humour.
- Une nouvelle expérience sur le site extérieur gratuit avec un recentrage sur le rire en présentant chaque soir une création originale;
- Un festival qui a abordé des enjeux de société dans le cadre de ses activités, comme la santé mentale;
- Des productions exclusives, qui seront exportées à l'international sur des plateformes numériques et télévisuelles;
- Un tout nouveau volet professionnel francophone en complément au volet anglophone.

Enjeux de promotion : La notoriété du Festival a été ternie par la tempête médiatique, surtout au Québec francophone.

- **Solutions :**
 - Créer une campagne de notoriété conçue pour le marché montréalais et québécois afin de recréer un lien entre le Festival et l'hilarité pour regagner la confiance du public.
 - L'image de marque est aussi en repositionnement : sa nouvelle version accompagnera le thème du retour au produit de l'humour dans tous les canaux promotionnels investis par le Festival.
 - Les volets anglophones et francophones seront promus en synergie avec un message davantage unifié, pour favoriser l'attractivité touristique du Festival, et ce, tant dans les outils promotionnels et les communications que sur le site extérieur.

• **Résultats**

- Juste pour rire a procédé à une réorganisation de l'ensemble de son département de marketing afin de donner un nouvel envol à toute sa stratégie de communications corporatives, de mise en marché et numériques pour refléter la nouvelle ère dans laquelle se trouve le Festival. En 2019, Juste pour rire l'équipe a travaillé avec une firme spécialisée pour placer ses pions, peaufiner sa stratégie et de déployer son projet d'évolution de la marque Juste pour rire.
- Décloisonnement et centralisation de l'effort marketing afin de livrer un message plus cohérent entre les volets anglophones et francophones et positionner la marque pour la rendre plus unifiée.
- Le Festival s'est concentré sur des actions précises de vente de billets et de communications directement avec les publics afin de regagner la confiance de sa clientèle, notamment en associant les termes « Juste pour... » pour camper l'association entre le festival et le rire (par ex. Juste pour rire dehors, Juste pour Ados, Juste pour Séniors, etc.)

Enjeux d'achalandage : Au vu des activités publiques qui ont été réduites sur le site extérieur, les locaux et touristes ont moins fréquenté le Festival. Il faut aussi souligner que l'édition 2018 a été fortement impactée par une canicule, ce qui a découragé les visiteurs à se déplacer au centre-ville (essentiellement les locaux).

- **Solutions :** L'actualisation du Festival passe par une priorisation de la programmation extérieure gratuite et d'une occupation dynamique du site. Le but étant de favoriser le développement et la rétention de la clientèle, une offre renouvelée de rendez-vous publics et d'animation urbaine devrait faire grimper l'achalandage au nombre habituel d'environ 1,5 million d'entrées annuelles.

• **Résultats**

- Le site extérieur gratuit a mis le paquet pour être drôle en tout temps, accessibles à tous les publics, avec de nouvelles activités ludiques bonifiées (Cabanes à blagues, L'Oasis du rire, etc.);
- Des rendez-vous exclusifs et originaux étaient livrés chaque soir sur la Place des Festivals;
- La programmation du site extérieure gratuite a été condensée sur 12 jours afin de miser sur du contenu de qualité offert en continu;
- L'offre bonifiée de spectacles extérieurs gratuits anglophones tant sur la scène principale que sur la scène Loto-Québec, pour mieux divertir l'ensemble des Montréalais et des touristes.
- D'autres langues ont été présentées, dont le spectacle de Aba and Preach (Espagnol et Créole) ainsi que Haïti en Folie (Créole);
- La Zone Famille a été redéployée avec de nouvelles activités interactives.

Enjeux financiers : Les ventes de billet en salle et les ventes de produits au détail sur le site extérieur ont chuté, en corrélation avec l'achalandage à la baisse. De plus, le plus important commanditaire s'est retiré à quelques semaines de l'événement, occasionnant un déficit.

- **Solutions :** Un plan de redressement est en cours de rédaction et sera transmis à tous les partenaires publics. L'engagement des partenaires de la première heure, notamment des trois paliers de gouvernement, est crucial à la stabilité financière du Festival sur trois ans. De plus, d'ambitieuses nouvelles ententes de commandites sont en cours de négociation.

• **Résultats**

- L'entreprise La Capitale Assurance et services financiers est devenue le présentateur du Festival Juste pour rire à compter de sa 38^e édition en 2020, et ce, pour une période de 5 ans.

PROGRAMMATION EN SALLE

La programmation en salle de la 37^e édition du Festival comprenait **73 spectacles en salle** pour un total de **218 représentations** présentant **376 artistes**.

Juste pour rire

27 spectacles en salle

110 représentations

105 artistes provenant principalement du Québec et de la France

En faisant le pari de miser sur l'audace et la nouveauté lors de cette édition, jumelée à une vision soutenue par les artistes qui n'ont pas hésité à se joindre au mouvement, les partenaires et les festivaliers ont également été au rendez-vous notamment grâce au renouveau de la vision artistique du festival. À lire les critiques des médias et les commentaires sur les médias sociaux en plus d'entendre la vive appréciation des acteurs clés de l'industrie, le retour du Festival a été un succès.

Soirées Carte Blanche

Avec le virage créatif amorcé lors des galas 2018, le Festival a choisi de continuer dans cette veine avec les **Soirées Carte Blanche** et **Le Cabaret à Laurent**. Ces activités font partie de la nouvelle vision du festival, offrant davantage de liberté aux artistes dans la création de leur spectacle.

Les Soirées Carte Blanche sont le résultat d'un travail commun entre les animateurs et le Festival Juste pour rire dans le but de livrer des soirées uniques et originales avec des numéros de haut niveau. Les animateurs ont rassemblé des invités à leur image, faisant ainsi un réel « trip de gang » sur scène, et ont été des rendez-vous incontournables pour les festivaliers.

En primeur cette année, deux femmes ont animé des soirées : **Katherine Levac** et **Anne-Élisabeth Bossé**. Philippe Laprise, Adib Alkhalidey et Julien Lacroix ainsi que Jay du Temple ont animé les autres Soirées.

Laurent Paquin a eu à nouveau la liberté créative de livrer des soirées tout en humour lors du **Cabaret à Laurent**.



Le Show Intello et le Show Interdit

Dans Le Show Intello, Kim Lévesque Lizotte, Louis T et Emmanuel Bilodeau ont eu chacun 20 minutes pour développer des numéros raffinés, réfléchis et profonds, qui ont titillé les facultés mentales du public.



Par ailleurs, Le Show Interdit, a proposé un spectacle concept où Guillaume Wagner a accueilli une panoplie d'invités qui ont enfin eu l'occasion d'outrepasser et de provoquer des rires là où ça fait mal.



Extremiss

Le spectacle **Extremiss**, animé par **Anas Hassouna** et présenté avec une panoplie d'humoristes invités, dont **Louis T, Oussama Fares, Eddy King, Reda Saoui, Mélanie Ghanimé, Christine Morency** et **Rachid Badouri**. Anas et ses invités ont soulevé de manière hilarante des sujets délicats, mais dont il est nécessaire de parler : l'extrémisme, le terrorisme et la radicalisation.



Théâtre, comédie à sketches et cirque

17 représentations de la comédie musicale à succès **MAMMA MIA !** a été présentée dans le cadre du festival. Avec plus de 60 000 billets vendus et mettant en vedette plus de 30 artistes locaux, ce spectacle a été un succès retentissant pour le Festival.

En première montréalaise, **Laurel et Hardy**, avec André Robitaille et Louis Champagne ont été à la barre du spectacle, incarnant le célèbre et mythique duo hollywoodien de Stan Laurel et d'Oliver Hardy, entourés de Stéphane Archambault, Alexandre Bergeron, Bernard Fortin, Martin Héroux, Brigitte Lafleur, Alice Moreault et Marie-Ève Soulard La Ferrière.

La comédie à sketches **On va tous mourir**, mettant en vedette Laurent Paquin et Simon Boudreault et mise en scène par Serge Denoncourt, présentait une vingtaine de sketches humoristiques variant toutes sur un thème unique: celui de la mort.

Le Festival a également présenté **Le Clone est triste**, une création du Théâtre du Futur. La pièce, qui a été présentée plus tôt cette année au Théâtre Aux Écuries, a transporté les spectateurs dans un univers fantastique dans un futur proche, la fin du 21 siècle.

Pour une 3^e année, le Festival Juste pour rire fut heureux de collaborer avec **MONTRÉAL COMPLÈTEMENT CIRQUE** dans le cadre du spectacle **FINALE**. Les prodigieux casse-cous berlinois de la troupe ANALOG, inspirés par la scène musicale underground. Les cascades cinématographiques intrépides et les tours de cirque, étaient présentes pour faire vivre une expérience de cirque non conventionnelle.

Just for Laughs

46 spectacles

108 représentations

271 artistes provenant de 5 provinces canadiennes (Québec, Ontario, Alberta, Colombie-Britannique et Nouvelle-Écosse) et de 6 pays (Australie, Brésil, États-Unis, Finlande, Inde et Royaume-Uni)

La 37^e édition du Just For Laughs Festival a continué de repousser les limites de sa programmation humoristique et s'imposer comme le festival le plus dynamique de la planète.

Trevor Noah's Loud and Clear a été parmi les faits saillants, tout comme **les 7 spectacles-surprise de Kevin Hart**. En avant-première, Kevin Hart avec sa nouvelle **série de discussions Hart to Heart**, où il a échangé des histoires avec plusieurs des artistes qui se présentaient également dans les galas anglophones, soit **Wanda Sykes, Howie Mandel, Anthony Anderson et Michael Che**.

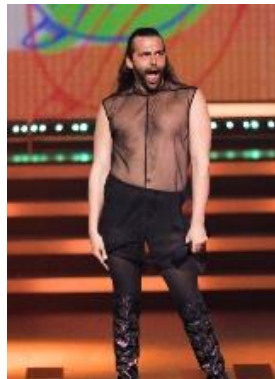


Lors des autres galas, **Jim Jefferies** a rempli la Place des Arts avec de grands rires lors de ses **2 formidables soirées**.

Certains galas ont été filmés pour les partenaires de diffusion du Festival : **Bell, CBC et The CW**, soit **Wanda Sykes, Anthony Jeselnik, Hasan Minhaj, Jonathan Van Ness, Anthony Anderson, Michael Che et Howie Mandel**.



Hasan Minhaj



Jonathan Van Ness



Anthony Anderson



Wanda Sykes

Parmi les autres favoris du festival Just For Laughs, **The Ethnic Show** et **The Nasty Show**, ont continué à ravir les festivaliers.

The Ethnic Show, une incontournable tradition de Just For Laughs, était de retour pour sa 11^e édition. Ce spectacle a présenté une foule d'humoristes venant d'un peu partout sur la planète, issus de cultures et d'horizons différents. Animé par Cristela Alonzo, avec la participation d'humoristes du Mexique, d'Italie, des États-Unis, du Liban, du Brésil et d'Israël.



The Nasty Show, l'un des spectacles les plus en vue de Just For Laughs, était de retour et animé pour la première fois par l'humoriste Bobby Lee. Avec des humoristes au style abrasif où rien n'est tabou, ce spectacle est reconnu pour ses propos crus, osés, dérangeants, voire même politiquement incorrects. Le spectacle a présenté Jimmy Carr, Andrew Schulz, Jessimae Peluso, Big Jay Oakerson, ainsi que la Canadienne Bonnie McFarlane.

Autres spectacles en salle

Certain Woman of an Age.

L'icône canadienne **Margaret Trudeau** a émerveillé la foule avec une histoire de vie unique avec son one-woman-show.

She the people



La troupe théâtrale Second City est arrivée à Montréal pour présenter une nouvelle version de *She The People* – une émission de sketch créé et réalisée entièrement par des femmes.



Comedy Night in Canada

Une soirée dédiée au talent canadien, Comedy Night in Canada a mis de l'avant les meilleurs artistes canadiens, dont DeAnne Smith, Adam Christie, Sophie Buddle, Nathan Macintosh, K. Trevor Wilson, Aba Atlas, Aisha Brown et Phil Hanley.



Brit (ish)

De retour à Just For Laughs, Brit(ish) a présenté les meilleurs humoristes du Royaume-Uni. Animé par l'un des artistes ayant vendu le plus de billets en Grande-Bretagne, **Jimmy Carr**, et mettant en vedette Sarah Millican, Jamali Maddix, Mawaan Rizwan, Fin Taylor, et Flo & Joan.

PROGRAMMATION EXTÉRIEURE GRATUITE

UN TOUT NOUVEAU SITE EXTÉRIEUR GRATUIT !

Le Festival était particulièrement fier du déploiement de son tout nouveau site extérieur gratuit en plein cœur du Quartier des spectacles.

Lors des 12 jours de programmation extérieure gratuite, du 17 au 28 juillet, la rue s'est animée avec une multitude de spectacles en plein cœur du centre-ville de Montréal. Des rendez-vous exclusifs, de l'humour, de la musique et des spectacles de variétés pour tous les goûts. Avec **une programmation extérieure bilingue, étoffée, inédite, accessible, mais surtout de grande qualité**, tous les efforts ont été mis pour que le site soit drôle en tout temps et appréciée par tous.



Le **contenu de qualité offert en continu** était bonifié d'une offre de spectacles anglophones afin de mieux divertir l'ensemble des Montréalais et des touristes.

L'offre festivalière a pu également valoriser **la rétention de la clientèle**, notamment grâce à une proposition alimentaire redéployée et accessible dès midi, avec des spectacles sur la Promenade des artistes.

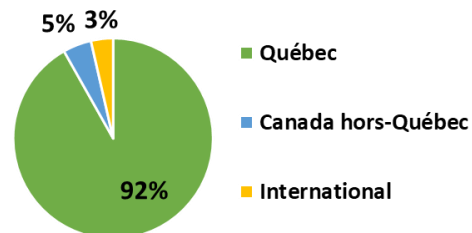
Enfin, les activités ont été conçues pour créer un réel engouement sur l'humour et ont cherché à **encourager et convertir les festivaliers aux spectacles en salle**, grâce notamment à de la promotion sur place et via une billetterie sur le site extérieur.

147 spectacles et activités

504 représentations

586 artistes

Provenance des artistes présentés sur le site extérieur gratuit



Spectacles sur la scène principale (place des Festivals)



Chaque soir à 21h30, sur la **scène principale** de la place des Festivals, les festivaliers ont pu assister à des **créations humoristiques originales, exclusives de grande qualité**. Cette toute nouvelle série de programmation 100% humour a permis de réunir des foules impressionnantes, pour le grand retour du Festival.

En ouverture le 17 juillet, le **Spécial de La Fureur**, animé par Élyse Marquis et mise en scène par Joël Legendre, avait comme invités Rosalie Vaillancourt, Anaïs Favron, Alex Perron et Arnaud Soly.



La Pédago, avec les pétillantes Julie Ringuette et Debbie Lynch-White, fût une création dédiée aux professeurs.



Jean-Philippe Wauthier, Jean-Sébastien Girard et Olivier Niquet ont animé **La (presque) 500^e de La Soirée est encore jeune**.



Plusieurs spectacles ont mis en avant le côté **multilingue** de Montréal:

Au grand plaisir des festivaliers, et notamment de la communauté haïtienne montréalaise, le spectacle **Haïti en Folie** a présenté Emeline Michel et James Germain, 2 artistes musicaux, qui ont présenté la majorité de leurs chansons en créole.

Digne d'un block party montréalais, le spectacle 100% bilingue (anglais-français) d'**Aba and Preach** présenté, entre autres, avec François Bellefeuille, Christine Morency, Eddy King, Andrew Schulz, Trixx et Gino Durante. Des artistes ont également présenté des numéros en créole et en espagnol.



Le spectacle 100% anglophone de **Craig Robinson & The Nasty Delicious** a offert au public un spectacle électrisant gratuit en plein air.

Autres spectacles sur la place des Festivals

Le Festival a présenté plusieurs autres spectacles en variétés sur la place de Festivals, dont : un DJ en résidence, DJ Dominiq Hamel, chaque jour à 16h, et dès 19h15, Pierre-Olivier Cyr - Pour une soirée hypnotique!; Les Stand Up de la francophonie; Mighty Mike ; Sainte Céline: A New, New Day; Circo Comédia et Aba and Preach avec Swing Riot.

Scène Loto-Québec

Chaque jour sur la **scène Loto-Québec sur la rue Maisonneuve**, les festivaliers pouvaient profiter d'une ambiance décontractée alors que le festival offrait pour la première fois une programmation 100% humoristique tous les après-midis, entre midi et 16h.

Avec de la magie, des humoristes de la relève (avec les diplômés de l'École nationale de l'Humour) et les fameux Gags Juste pour rire ont été présentés pour les festivaliers. Dès l'ouverture à midi, les festivaliers pouvaient également se régaler d'une offre de camions de rue, Bouffons.

À 18 h, les festivaliers ont pu voir des prestations du magicien, animateur et humoriste Martin Rozon, le spectacle Buzz Cuivres, l'humoriste Geneviève Côté, le spectacle de One Night de Maxime Charbonneau et la formation musicale Bleu Jeans Bleu.

Le spectacle Chez Max et Livia, un talk-show animé par Maxim et Livia Martin, était présenté tous les soirs, à 19h15. À 20h30, le stand-up a pris le relais avec des humoristes comme Tania Dutel et Donel Jack'sman, les séries « Le line up... » de François Boulianne, de Richardson Zéphir, de Didier Lambert et d'Arnaud Soly. Des jeunes humoristes franco-ontariens se sont démarqués lors de la dernière édition du Concours LOL !, ouvert à toute la francophonie ontarienne.



À partir de 22h, Just For Laughs présentait **un spectacle en anglais à chaque soir**, dont le Hip Hop Karaoke Montreal, le Gayme Show, le jam Chocolate Jungle, le show drag Crystal Palace, la 2^e édition du Rapp Battlez, parmi d'autres spectacles uniques et loufoques.

Juste pour ados 4 : PAS GAME !

Le populaire rassemblement jeunesse, **Juste pour ados**, était de retour pour une 4^e édition sur la place des Festivals. Plusieurs milliers de jeunes étaient présents pour participer à cette expérience extraordinaire, à ciel ouvert et 100% gratuite pour les ados et leur famille.

Animé par Pascal Morrissette et accompagné par des célébrités en demande, la thématique PAS GAME ! a mis les artistes jeunesse en vedette via des défis, des duels et des conséquences. Plusieurs invités ont monté sur scène avec l'animateur, dont : Mariana Mazza, Ludovick Bourgeois, Pascal Barriault, Marilou Morin, Jean-François Provençal, Pierre-Yves Roy-Desmarais, Matthieu Pepper, Sarah Mottet, Kevin Raphaël et la grande gagnante d'Occupation Double Grèce, Catherine Paquin.



De retour cette année, la légendaire « **allée des vedettes** » était LE moment fort où les vedettes ont pris un bain de foule, rencontré leurs plus grands fans, pris des « selfies » et signé des autographes pour le plus grand plaisir de tous.

L'événement a généré des retombées importantes sur les réseaux sociaux. Grâce aux nombreuses publications des artistes et des influenceurs, notamment l'augmentation du nombre de médias accrédités dans l'allée des vedettes, Juste pour ados a permis **d'accroître la visibilité et le rayonnement de Juste pour rire auprès des publics plus jeunes.**



Juste pour Séniors

Le Festival Juste pour rire a proposé du contenu s'adressant aux publics plus âgés. Le forfait **Juste pour séniors** s'adressait aux personnes âgées de 65 et plus et a été créé en partenariat avec l'entreprise Le Groupe Maurice. Les détenteurs de la passe ont eu droit à un traitement VIP sur une sélection de spectacles présentés dans le cadre du Festival, dont :

- Le 11^e one-man show en carrière de Michel Barrette, *Drôle de vie*;
- Daniel Lemire et Pierre Verville : *Lemire /Verville*;
- *Ben Voyons Donc !* avec Yves Corbeil, présenté dans le cadre de Zoofest;
- Le 2^e *Gala des retraités*.



Par ailleurs, la loge Groupe Maurice, située sur le site extérieur gratuit, a accueilli, dans le confort, des festivaliers de plus de 65 ans durant les 12 jours du festival extérieur. Les séniors ont également eu un rabais de 10% sur toute la programmation du Festival ainsi qu'une rencontre avec prise de photo avec leurs humoristes préférés.

Le **2^e gala des retraités** a mis en scène 10 apprentis humoristes des résidences du Groupe Maurice, formés par l'École National de l'humour. Ces artistes d'un soir ont proposé leurs toutes premières créations à vie.

Nouvelles activités sur le site extérieur gratuit

La refonte du site extérieur gratuit, amorcée à la fin de 2018, a été présentée aux festivaliers en 2019. Suivant sa promesse de recentrer le site extérieur sur le rire, de nouvelles expériences immersives ont été inaugurées et ont complété l'offre artistique dans le Quartier des spectacles.



Reposant d'une part sur le développement de nouveaux produits interactifs, et d'autre part sur la réalisation de nouvelles installations scénographiques, le nouveau site extérieur a présenté une ambiance loufoque continuelle. L'objectif étant de favoriser une occupation dynamique du site, visuellement cohérente, avec des produits basés sur l'universalité du rire accessible à tous les festivaliers, locaux comme touristes.

Les grandes nouveautés du site extérieur gratuit :

La Zone podcast

Format d'émission très populaire auprès des fans d'humour, le Festival a mis sur pied un nouvel espace *podcast* qui a permis d'enregistrer des baladodiffusions en direct dans une configuration intime qui plaçait les spectateurs près de l'action. Une trentaine de podcasts ont été diffusés au cours du Festival, en français et en anglais, accessibles sur les plateformes des artistes invités et sur les plateformes numériques du Festival.



L'Oasis du Rire

Le nouvel espace de diffusion interactif, l'Oasis du Rire, était dirigé par des serveurs à l'humour déjanté a proposé des gags à tous les visiteurs venus s'attabler. Des blagues universellement drôles et accessibles à tous les publics, ainsi que des cocktails originaux et farfelus, étaient disponibles à la carte.



La Piste au sol

Ce lieu de diffusion sur la place des Festivals a permis de proposer 2 spectacles par jour : *Le mini putt urbain* et *L'ours et le chasseur*, spectacles gratuits interactifs et accessibles à tous.



Le Souper des géants

Réalisé par l'entreprise québécoise *Matières*, reconnue pour ses personnages colorés construits pour le défilé du Carnaval de Québec, *Le Souper des géants* était une installation inspirée de l'univers chimérique d'*Alice au pays des merveilles*. *Le Souper des géants* a invité les visiteurs à passer sous la table, pour écouter les conversations des géants.



Les Cabanes à blagues

Les festivaliers étaient invités à entrer au sein de ces minuscules lieux de diffusion, afin de s'asseoir quelques instants pour écouter des prestations éclair d'humoristes mystère. Une fois apparu, l'artiste a offert un spectacle formaté spécialement pour le petit espace. Cette expérience de divertissement complètement unique a permis aux festivaliers de faire la découverte de **20 artistes de la relève** issus de l'École nationale de l'humour.



Blague à part

Une série d'humoristes arpentaient le site extérieur gratuit et offraient une vingtaine de numéros improvisés et hilarants chaque soir dans la foule.

Bouffons

L'offre alimentaire de camions de rue, Bouffons, était de retour, cette-fois-ci sur la promenade des Artistes, et offrait aux festivaliers un vaste choix d'expériences gourmandes.



La nouvelle Zone famille

La zone famille a été repensée et redéployée avec de **nouveaux éléments scénographiques interactifs et distinctifs**. Véritable havre de détente pour toute la famille, la zone famille a occupé l'esplanade de la place des Arts avec succès, déployant un visuel attrayant et proposant des activités interactives de qualité incitant les familles à s'y poser. Plusieurs nouveaux éléments de décors ont été créés pour implanter un esprit amusant et bigarré dans toute la zone ainsi qu'une nouvelle identité visuelle unifiée pour l'ensemble des activités. Parmi les activités, La zone famille a mis de l'avant:



- Le petit musée Juste pour rire

Composé de 3 modules distincts, le Petit musée Juste pour rire a présenté une série de portes amusantes à ouvrir et de vitrines d'exposition absurdes. Les jeunes de toute origine ont pris plaisir à découvrir ce qui se cache dans ce musée pas sérieux.



- Le parcours rigolo

Plusieurs stations de jeux ont composé ce parcours, où les jeunes ont dû relever différents défis.



- Les tuyaux à blague

Un ensemble de tuyaux rigolos se sont croisés et ont formé une structure à la fois décorative et ludique, permettant de raconter une blague à quelqu'un à l'autre bout.

- La petite école du rire

Les jeunes festivaliers étaient invités à apprendre comment bien raconter une blague, à l'aide d'un professionnel de l'humour, puis de la présenter sur une petite scène adaptée devant une foule.



- Ça goute drôle

Ce jeu de poche géant a amusé petits et grands. Le but : lancer toutes sortes d'objets bizarres qui font éclater de rire : une tarte aux concombres, un chien-chaud, un sandwich aux araignées, un biscuit à la mousse de nombril, un gâteau aux pneus, des pâtes aux orteils, une pizza aux dentifrice...



- Un nouvel écrin pour l'activité bricolage

Un tout nouvel espace adapté au bricolage pour les tous petits a été bâti et a permis aux jeunes de réaliser des portraits rigolos et improbables exposés en une amusante mosaïque grandissant tout au long du festival.



- Bornes interactives SILO

Le Festival a installé des bornes sonores et lumineuses interactives pour offrir une activité participative à ses visiteurs. Un système interactif nommé SILO (Son Interaction Lumière Objet) a été utilisé et fut la création du collectif québécois Audiotopie. Cet ensemble a permis aux visiteurs d'explorer les notions de lieu, de temps et a aidé l'interaction sociale à travers un univers sonore improvisé.



Juste pour rire PRO et ComedyPRO

La Festival a présenté pour la toute première fois un rassemblement dédié aux professionnels francophones du rire : JPR PRO (le 19 juillet). Préfigurant un déploiement complet en 2020, cette première édition de JPR PRO a présenté des ateliers et des panels sur des enjeux de l'heure en humour aux 150 professionnels participants.

Côté anglophone, la 12^e édition du ComedyPRO, le plus grand congrès d'humour au monde, est un rassemblement de professionnels unique qui scrute et analyse les tendances de l'industrie mondiale de l'humour. À travers près de 70 activités tenues du 24 au 27 juillet, plus de 700 professionnels et 300 entreprises de l'industrie y ont pris part : Producteurs, diffuseurs, médias et professionnels de tous genres liés à l'humour. Ce congrès professionnel offre des panels, des sessions de pitch, prix, causeries, cocktails et des occasions de réseautage pour les représentants d'une foule d'entreprises de portée mondiale.

Just for Laughs ComedyPRO et JPR PRO en chiffres



12^e édition (24 au 27 juillet 2019)

701 professionnels participant
68 activités, le plus jamais programmé



1^{re} édition (19 juillet 2019)

190 participants (incluant les panellistes)
6 activités

JPR PRO - 1^{re} édition

Le 19 juillet, la 1^{re} édition de JPR Pro a été réalisée au Monument-National dans le cadre du Festival Juste pour rire. Une journée 100 % dédiée à l'industrie francophone, à ses enjeux, à ses forces, ainsi qu'à son avenir.

JPR Pro a comme objectif de pousser les projets d'avant-garde et la prise de risque artistique et économique, en plus d'outiller la relève artistique et décisionnelle afin de repenser un modèle de l'industrie digne de la place du Québec sur l'échiquier mondial de l'humour francophone. Cette 1^{re} édition s'est adressée tant à la relève qu'aux artistes établis, ainsi qu'aux professionnels et aux collaborateurs de l'industrie. **150 professionnels** de l'industrie de l'humour et des médias, provenant d'une quarantaine d'entreprises, en plus d'une vingtaine de panellistes, ont participé à cette première édition. 3 partenaires ont contribué au succès de l'événement: **l'École nationale de l'humour, l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour, et Netflix.**



Résumé des activités de programmation

5 panels de discussion et un cocktail de réseautage ont permis de créer des moments d'échanges significatifs, de partager des idées et de faire avancer l'industrie. Qu'il soit question d'avant-garde artistique, **du difficile équilibre entre santé mentale**, financière et artistique, du rôle éthique de l'industrie, l'objectif de la journée a permis d'ouvrir la discussion, de brasser les idées et de permettre de façonner l'avenir de cette industrie.

Une suite d'invités se sont relayés pour discuter des sujets de l'heure : Louise Richer, Émile Gaudreault, Benjamin Phaneuf, Jason Brokerss, Eddy King, Philippe Laprise, Silvi Tourigny, Joanne Pouliot, Michel Grenier, Sandrine Leroux, Marilou Hainault, Laurie Du Temple-Quirion, Martin Langlois, parmi d'autres. La journée s'est conclue lors d'un cocktail permettant aux professionnels de l'industrie de réseauter.

Panel A : Comment propulser l'avant-garde? Repenser les modèles artistiques et économiques de l'industrie en 2019

Panel B : Le rôle éthique de l'industrie de l'humour : diversité, équité et environnement

Panel C : Création, gestion et émotions : le difficile équilibre d'être en santé créative, financière et psychologique en humour. Présenté par l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour.

Panel D1 : Classe de maître en réalisation de comédie, en partenariat avec l'École nationale de l'humour et Netflix. Maître invité : le scénariste et réalisateur Émile Gaudreault en dialogue avec Louise Richer, directrice générale fondatrice de l'École nationale de l'humour.

Panel D2 : À quoi servent un gérant et un producteur en 2019 ?



Just for Laughs ComedyPRO - 12^e édition

Du 24 au 27 juillet, la 12^e édition de Just for Laughs ComedyPRO a été un succès au niveau de la force et de la diversité de sa programmation. Avec **68 événements uniques**, avec **de la diversité et de l'égalité du genre** plus que jamais programmé, ComedyPRO continue à produire une programmation alternative à celui du festival, ce qui a permis d'aborder des sujets pertinents et importants pour l'industrie.



Avec **701 professionnels présents provenant de plus de 330 compagnies**, ComedyPRO continue d'attirer les plus grands joueurs de l'industrie, dont les plus hauts dirigeants de films, de télévision, des plateformes de streaming, des médias numériques et de divertissement en direct. Notons la présence cette année de Netflix, Amazon, Hulu, Bell Media, CBC Comedy, Powderkeg, Project 10, WarnerMedia, truTV, BroadbandTV, Comedy Central, Adult Swim, FOX, HBO, NBC, Blue Ribbon Content, parmi d'autres.

Mettant en vedette des leaders de l'industrie de l'humour, ainsi que des humoristes et créateurs contribuant à des importantes discussions, le retour des populaires panels de créateurs et d'acteurs, un nombre record d'enregistrements de podcasts en direct (24), des sujets de l'heure « hot topic panels », et la croissance de la série de rencontres *power broker*, ont permis de développer davantage de liens et d'opportunités de réseautage que précédemment. ComedyPRO a livré plein de moments mémorables ainsi que **237 mentions de presse** incluant des entrevues, critiques et mentions, le plus jamais récolté.



Résumé des activités de programmation

Discours d'industrie

- **Louie Anderson**, récipiendaire de 3 Emmy, a livré un discours d'ouverture, intitulé "*Never Give Up*" où il a présenté 40 ans de hauts et de bas en tant qu'humoriste.
- 3^e édition du "*Oh Comedy! A Canadian Perspective*", faisant un survol de l'état de l'humour au Canada, notamment la question du besoin des humoristes canadiens de quitter pour les États-Unis afin de connaître du succès. Avec **Mark Forward** et **Courtney Gilmour** (*The Beaverton*).
- ComedyPRO offre des « State of the Industry Address », qui rappellent le « State of the Union » du Président des États-Unis: Un moment comico-réaliste où un humoriste passe en revue les événements qui ont marqué la dernière année dans l'industrie de l'humour. **Andy Kindler** était de retour pour son traditionnel discours annuel.

Sessions de « pitch » d'émissions

Cette année, ComedyPRO a reçu parmi les meilleures soumissions d'émissions de télévision pour continuer la croissance et la popularité de la série de « Pictes ». Pour la 3^e année, CBC Comedy a commandité la version canadienne, **CBC Comedy Originals Pitch Program**. Ce programme a cru au cours des 3 dernières années et a permis d'appuyer et promouvoir des créateurs et artistes canadiens. ComedyPRO a également fait un partenariat avec le studio de production American High pour la première édition du **Pitch at Your Own Risk: American High**

Film Edition. Influencé par des films cultes tels *Ferris Bueller's Day Off*, *Sixteen Candles* and *The Breakfast Club*, le fondateur de American High, l'événement a permis à 28 présentateurs de faire des « pitches » de 1 minute afin de courir la chance d'être produits par American High.

Événements spéciaux

Cette année, plusieurs événements spéciaux et panels ont été mis sur pied afin de discuter de sujets prévalents dans l'industrie de l'humour d'aujourd'hui. ***That's What She Said***, un panel comprenant plusieurs des femmes les plus influentes de l'industrie, a abordé la lutte continue des femmes pour être traitées avec respect, d'accéder à des rôles séniors historiquement dominés par des hommes, équité de salaire, parmi d'autres. ***Comedy in Canada: What's the Deal?*** A adressé le sujet des humoristes canadiens à la recherche du succès ainsi que la place du Canada sur la scène mondiale de l'humour. Enfin, ***A Serious Talk with Funny People*** a été une discussion importante sur la santé mentale dans l'industrie.

Panels de discussion et panels de créateurs et d'acteurs

Depuis 12 ans, ComedyPRO est devenu LA référence pour les créateurs, réalisateurs, écrivains, agents et gérants, qu'ils soient établis ou étant de la relève. Le succès de ComedyPRO peut s'attribuer en grande partie au haut niveau de panellistes qui apportent leur expertise sur une diversité des sujets portant sur l'industrie. Parmi les panels de cette année, notons, ***Digital First Comedy: How to Find Your Niche; A Stage in Every Country – A Guide to Touring Canada and Abroad; The Big Audition: Casting for Comedy; Comedy Club Bookers: The Gatekeepers of Comedy; Who's Laughing Now? Comedy and the Shifting TV Terrain;*** et ***Political Comedy on Political Change***. Ces panels ont permis de réunir à Montréal les meilleurs professionnels de diffusion, de streaming et multiplateforme afin de discuter des changements du paysage de l'humour.

Cette année, il y a eu trois panels de créateurs et d'acteurs : ***A Black Lady Sketch Show*** (HBO), ***Glow*** (Netflix) et ***Big Mouth*** (Netflix). Ces panels sont toujours très courus car ils permettent de comprendre la structure de création, la dynamique des équipes d'auteurs et les spécificités du casting. Ces panels permettent également aux auditoires de connaître leurs vedettes préférées à un niveau plus intime, au-delà des personnages.

Just for Laughs Eat my Shorts

Pour une 3^e année, Juste pour rire a choisi parmi les courts métrages les plus drôles du monde et les a présentés au Just For Laughs Eat My Shorts. 13 courts métrages, parmi eux des comédies, des parodies et de l'animation ont été présentés. ***Consent***, réalisée par Rebekka Johnson et Kimmy Gatewood, a été sacré gagnant.

Série 15 minutes avec un power broker

Cette série facilite les rencontres entre les délégués des conférences et les acheteurs (power brokers) provenant d'une variété de plateformes numériques, web et télé. Cette année, des acheteurs de renom tels Above Average, Powderkeg, Bell Media, Abominable Pictures, Tubefilter, WatchMojo Studios, New Form, et Snap Originals étaient présents. Les délégués de ComedyPRO ont pu s'inscrire à un maximum de 3 rencontres un-à-un avec les dirigeants de l'industrie de l'humour les plus influents et a permis un accès sans précédent à des professionnels de production et de programmation. Un total de **169 rencontres** ont eu lieu, un record pour ComedyPRO.

LA RELÈVE EN HUMOUR

Soucieux d'être une vitrine pour les talents d'ici, le Festival offre annuellement de premières expériences professionnelles d'envergure à plusieurs humoristes de la relève. Ces artistes passent de courtes prestations à de performances de plus en plus longues au fur et à mesure de leur développement professionnel. Ainsi, le Festival accompagne les artistes dans leur évolution artistique. De plus, ces offres de spectacle d'artistes de la relève font du Festival un événement de découvertes pour les festivaliers.

New Faces

Présenté été après été dans le cadre de Just For Laughs, New Faces est reconnu mondialement comme étant une vitrine incroyable pour tous ceux qui souhaitent propulser leur carrière en humour. Depuis plus de 20 ans, le Festival continue à créer des opportunités dans le but de mettre en valeur les talents de la relève. New Faces a contribué à lancer la carrière de nombreux humoristes très célèbres tels que Jimmy Fallon (1996), Kevin Hart (2001), Hannibal Buress (2006), Amy Schumer (2007), Ali Wong (2011), Pete Davidson (2013), ainsi que Michelle Wolf (2014).

En 2019, la série New Faces a continué sa croissance et a présenté parmi les spectacles les plus attendus du festival. En nouveauté cette année, **New Faces: Canada** (présenté par Netflix) s'est joint aux autres spectacles de la série, dont **New Faces 1 et 2**, **New Faces: Characters**, **New Faces: Unrepped** et **New Faces: Creators**. Au total, **12 artistes canadiens se sont présentés dans cette série.**



Les nouveaux visages de l'humour – Nouveauté !

Le Festival Juste pour rire, en partenariat avec Netflix, a présenté un spectacle d'humour novateur avec **6 étoiles montantes du milieu québécois** (le 23 juillet): **Alexandre Bisailon, Alexandre Forest, Didier Lambert, Maude Landry, Mélanie Couture et Neev** ont pris part au spectacle aux côtés de l'animatrice Korine Côté. Mettant en lumière les artistes de demain, les nouveaux visages de l'humour a permis aux humoristes de la relève de monter sur scène; une première dans l'univers humoristique québécois. Cette association avec Netflix permet non seulement le rayonnement des nouvelles tendances humoristiques, mais principalement le rayonnement des brillants humoristes qui assureront un futur grandissant à l'humour québécois.



Collaboration avec l'École nationale de l'humour

Le Festival s'est donné comme objectif de collaborer étroitement avec l'École nationale de l'humour, la crème de la relève humoristique, afin d'inclure ces étudiants dans plusieurs initiatives de programmation, dont les **Cabanes à Blagues** et la **Tournée des finissants**, où **12 finissants** de l'École se sont présentés sur scène le 17 juillet.

Les prix Victor

Le Festival Juste pour rire a remis les prix Victor à plusieurs artistes et productions qui se sont démarqués durant le Festival. Les gagnants ont été élus grâce à un jury composé d'employés de Juste pour rire. Notons que **l'humoriste québécois Anas Hassouna a remporté le Prix révélation.**

L'ACCÈS PUBLIC À L'HUMOUR

En misant sur l'universalité du rire, le Festival Juste pour rire/Just for Laughs vise à rejoindre un public varié, jeune et moins jeune, avec une diversité culturelle. Le site extérieur gratuit a été un terrain de jeu fertile pour attirer les Montréalais et les touristes de toutes origines dans un esprit rassembleur et inclusif. L'offre gratuite et diversifiée du site extérieur a également permis d'offrir un accès démocratique à la culture.



Que ce soit par la mise en place d'offres spéciales pour les aînés (forfait spécial et accès privilégié à une loge), pour les jeunes (Juste pour Ados et avec des artistes de la relève présents partout dans la programmation), pour les communautés anglophones (spectacle de Craig Robinson et la série à 22h sur la scène Loto-Québec) ou pour les communautés allophones (Spectacle Haïti en Folie et Aba & Preach), la programmation du Festival en avait

pour tous les goûts. Le Festival donne aussi la possibilité à plusieurs segments de la population de participer au Festival, que ce soit avec le spectacle Juste pour Séniors, La Petite école du rire, les animations humoristique déambulatoires, ou bien avec la présence des étudiants de l'École nationale de l'humour.

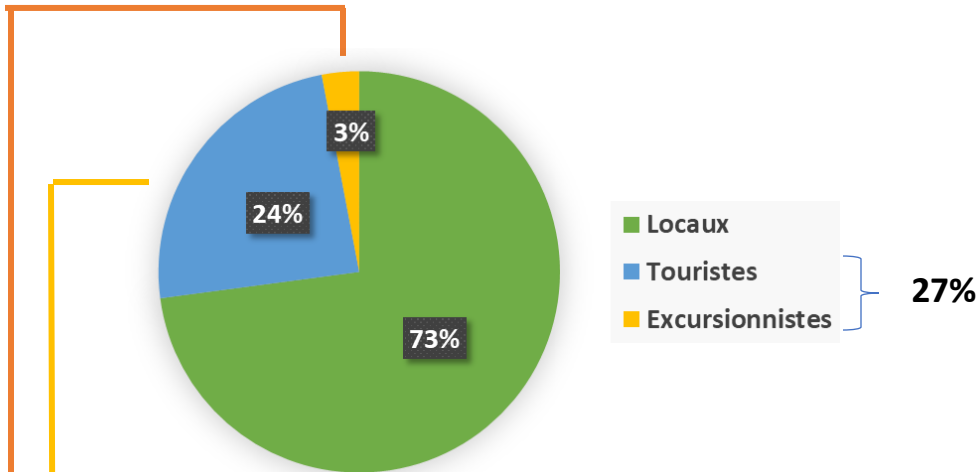


ACHALANDAGE ET PERFORMANCE TOURISTIQUE¹

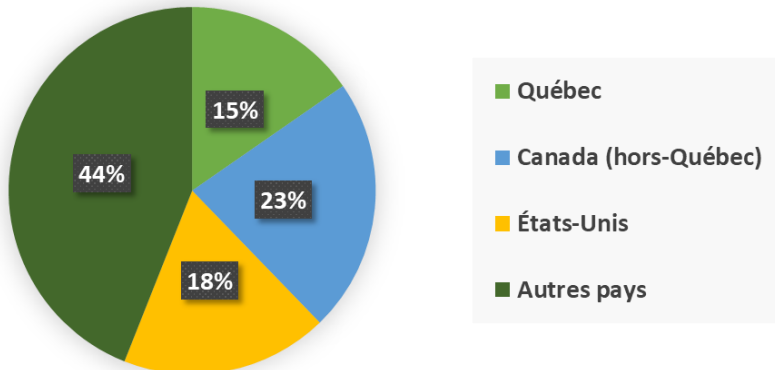
Achalandage total 865 000

Participants uniques 369 000

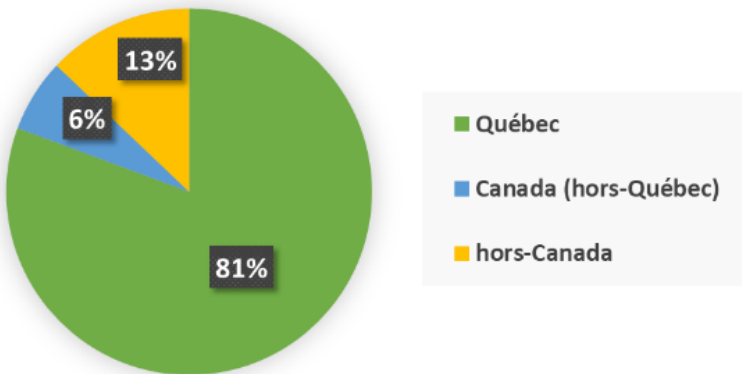
Provenance de la clientèle



Provenance des touristes, 2019

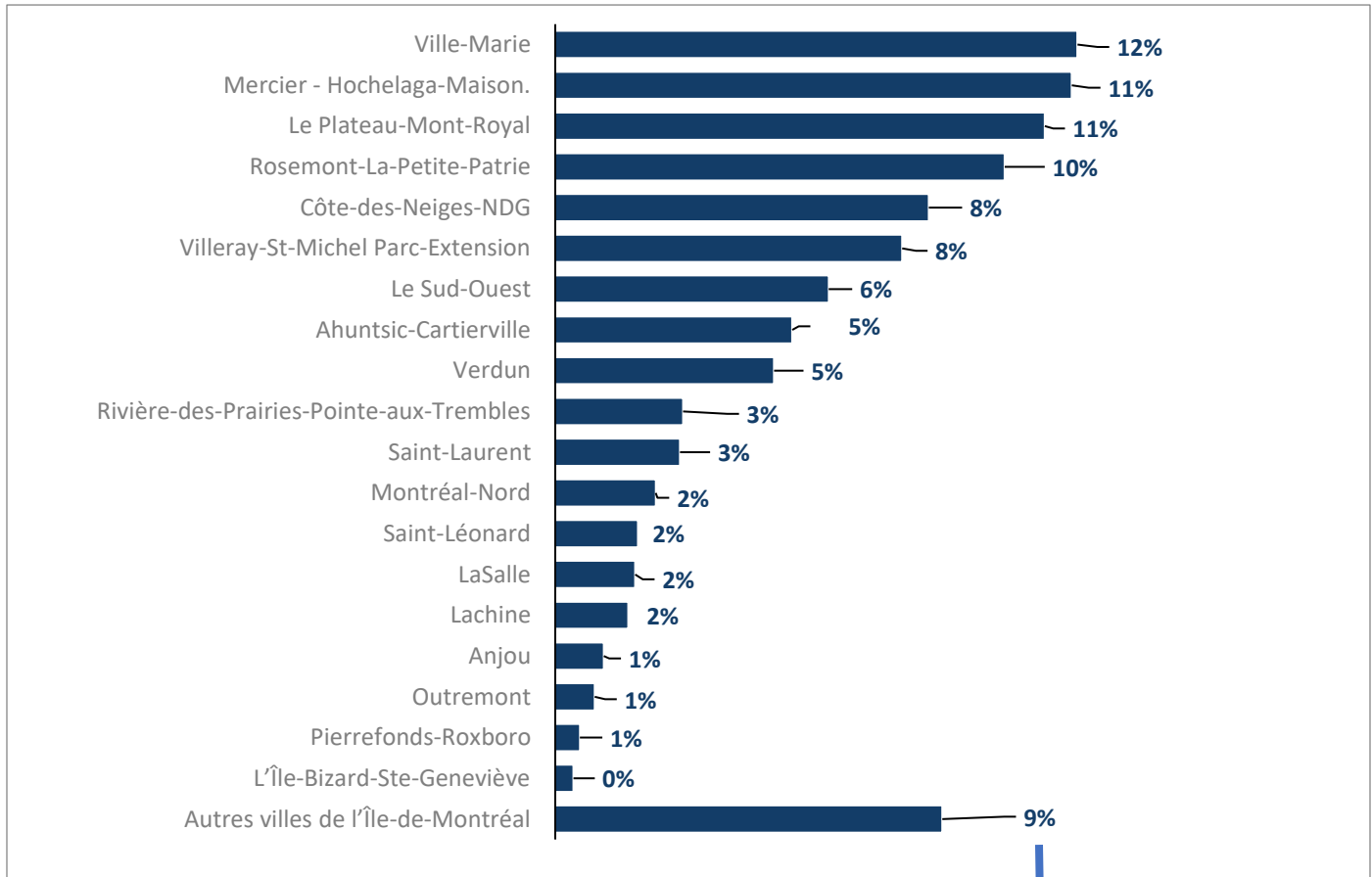


Provenance des excursionnistes, 2019



¹ Données issues du Rapport d'achalandage et de provenance 2019, Festival Juste pour rire, élevent, octobre 2019

PROVENANCE DES PARTICIPANTS DE L'ÎLE DE MONTRÉAL PAR ARRONDISSEMENT²



Hampstead : 19 %
 Côte-Saint-Luc : 18 %
 Montréal-Est 15 %
 Mont-Royal : 12 %
 Westmount : 9 %
 Dollard-Des-Ormeaux : 6 %
 Dorval : 5 %
 Beaconsfield : 4 %
 Pointe-Claire : 4 %
 Kirkland : 3 %
 Montréal-Ouest : 2 %
 Sainte-Anne-de-Bellevue : 2 %
 Senneville : 1 %

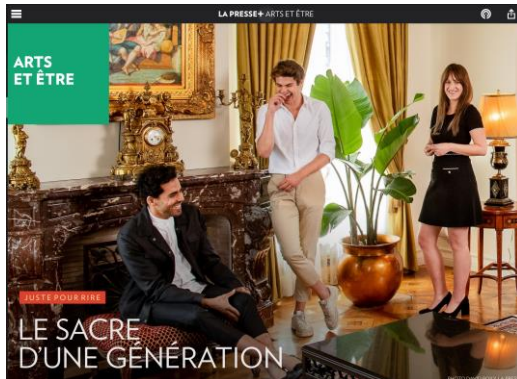
² Données issues du Rapport d'achalandage et de provenance 2019, Festival Juste pour rire, elevent, octobre 2019

RETOMBÉES MÉDIATIQUES

Journalistes et médias représentés au Festival

Au Festival Juste pour rire, **79 journalistes** ont été invités et ont généré **403 articles** ou **mentions**. Du côté anglophone, plus de **460 journalistes** ont été invités et ont généré plus de **900 articles** ou **mentions**.

Meilleures publications Juste pour rire



La Presse – Juste pour rire: le sacre d'une génération



24 Heures – Dix spectacles à ne pas manquer



Téléjournal Radio-Canada –Patrick Rozon

Meilleures publications Just for laughs



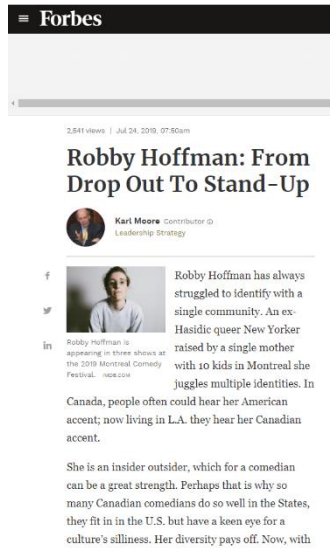
- La couverture de l'édition de juillet de **CULT Montréal** était dédiée à Just for laughs et présentait des entrevues avec Hasan Minhaj, Lucas Bros, Rachel Bloom, et Nicole Byer.
- La couverture de l'édition de juillet de **The Montrealer** était également dédiée à JFL.
- Le **Montreal Gazette** a réalisé 9 pages pleines avec des artistes de Just for laughs: Jim Jefferies, Howie Mandel, Blake Griffin, Margaret Trudeau, Hasan Minhaj, Ronny Chieng, Anthony Anderson, Anthony Anderson et Wanda Sykes.



Rayonnement hors Québec

Parmi les entrevues et mentions à l'extérieur du Québec, notons :

- L'émission matinale **Your Morning**, diffusé à travers le Canada sur le réseau CTV, a présenté des entrevues entre le 24 et 26 juillet.
- La couverture aux États-Unis inclut, entre autres **Forbes**, **The Washington Post**, **The Hollywood Reporter**, **NPR**, **Variety** et l'émission **Bring the Funny** diffusé sur **NBC**.
- À l'international, notons des articles de **The Guardian** et **Chortle**, tous deux du Royaume-Uni.



Forbes



The Washington Post

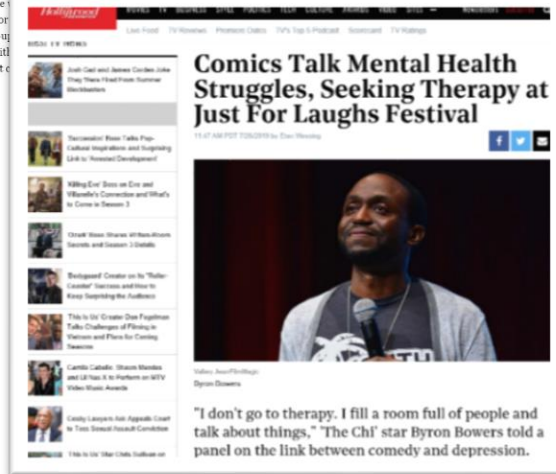


Chortle

La couverture de presse de **ComedyPRO** a connu une croissance remarquable cette année avec **237 articles, entrevues, et mentions, le plus jamais récolté**. L'équipe a invité davantage de journalistes, sans l'obligation de produire du contenu. L'objectif étant de leur faire vivre l'événement afin qu'ils soient plus enclins à y participer les années suivantes. Ce fut un succès puisque la rétroaction a été positive à cet égard.

ComedyPRO a généré des retombées médiatiques aux États-Unis:

- La série *New Faces* a généré une revue de presse sans précédent en Amérique du Nord, notamment grâce à **NPR**, qui a réalisé 7 entrevues avec des artistes de la relève qui ont été repris par plus de 50 stations de radio aux États-Unis, dont en Californie, Texas, à Seattle, au New Hampshire et en Floride.
- **The Hollywood Reporter** a réalisé 3 articles à partir de ComedyPRO : une sur le panel politique, le panel de santé mentale, et l'autre sur le JFL Awards show.
- L'édition spéciale humour de la revue **Variety** a été bien reçue, notamment grâce au Q&A (questions et réponses) avec Paul Ronca, Senior Director of Creative Development & Brand Partnerships à JFL.
- **Vulture** (division du New Yorker Magazine) avait l'exclusivité d'annoncer les New Faces 2019 et ont présenté une revue impressionnante qui a été repris par d'autres médias.



Captations et diffusions

De nombreuses captations de contenu voyageront sur les écrans dans le monde entier, grâce à des partenariats avec des acteurs télévisuels et numériques importants, dont Netflix et Bell Média.

Humoristes du monde

Netflix, le plus important service de divertissement en ligne au monde, a rassemblé 47 humoristes de partout au monde pour un rendez-vous comique sans précédent disponible à partir du 1^{er} janvier 2019. Chaque humoriste a offert un spectacle d'une demi-heure, dont une portion a été tournée lors du Festival Juste pour rire/Just For Laughs de Montréal.

Avec des artistes provenant du Québec, du Canada, des États-Unis, de l'Australie, de la Nouvelle-Zélande, de l'Afrique du Sud, du Royaume-Uni, de la France, du Moyen-Orient, du Mexique, du Brésil, des Pays-Bas de l'Allemagne et de l'Inde, cette série révolutionnaire a présenté un éventail de numéros d'humoristes



diversifiés a été enregistrée dans 8 langues. Les artistes québécois Louis-José Houde, François Bellefeuille, Katherine Levac et Adib Alkhalidey étaient présentés, tout comme les artistes canadiens Ivan Decker, DeAnne Smith, K. Trevor Wilson et Dave Merheje.

Captations télévisuelles

Les Soirées Carte Blanche et Le Cabaret à Laurent seront diffusés les samedis soirs à partir de l'hiver 2020 sur **ICI TÉLÉ**, en rattrapage sur **ICI TOU.TV** et sur **Z**.

Du côté anglophone, plusieurs captations télé pour diffusion ultérieure ont été réalisées :

- 16 captations pour diverses chaînes du réseau **Bell Media** : 5 galas, 6 spectacles de Stand-up animés par Jon Dore, 4 spéciaux pour la chaîne **CRAVE** et 1 émission **THROWBACK** animée par Wanda Sykes
- Les galas anglophones seront de retour encore une fois sur les ondes de la **CBC**, avec 4 galas diffusés au cours de la saison 2019-2020
- 2 captations de la nouvelle série de discussions **Hart to Heart** avec Kevin Hart



Baladodiffusions

Une trentaine de podcast ont été diffusés au cours du Festival, en français et en anglais, et étaient accessibles sur **Spotify**, sur les plateformes des artistes invités et sur plusieurs plateformes numériques du Festival.

9 baladodiffusions ont été enregistrées dans le cadre du ComedyPRO et diffusées ultérieurement sur diverses chaînes de **Sirius XM**, dont la chaîne Just for laughs Canada. Cette chaîne diffuse également du contenu du Festival tout au long de l'année.



Les Soirées Juste pour rire - Une première collaboration entre Juste pour rire et radio ÉNERGIE

Depuis mars 2019, et en continu durant l'année, des humoristes se joignent à l'animatrice Phil Branch du lundi au vendredi à 19h pour surprendre et faire rire les auditeurs. Ce partenariat unique avec Juste pour rire permet d'offrir du contenu exclusif. Les premiers invités de l'émission furent les humoristes Katherine Levac, Anne-Élisabeth Bossé et Laurent Paquin, accompagnés de Patrick Rozon. Ceux-ci sont venus parler de la 37^e édition du Festival, des Soirées Carte Blanche, le Cabaret à Laurent et la comédie à sketches *On va tous mourir*. Cette collaboration s'inscrit dans la lignée de projets du nouveau Juste pour rire, qui se donne comme mission de faire rire les Québécois à l'année à travers de multiples plateformes. Cette tribune a été offerte aux humoristes de passage au Festival ainsi qu'aux productions en tournée à l'année.

PROMOTION ET MISE EN MARCHÉ

Campagne publicitaire d'une valeur de plus de 4 millions de dollars (imprimé, radio, télé, internet, affichage)

Sommaire du plan média

Télévision :	800 000 \$
Imprimé :	800 000 \$
Radio :	800 000 \$
Affichage :	900 000 \$
Numérique :	1 100 000 \$
Total	4 400 000 \$

Outils promotionnels imprimés

Dépliant : **90 000** exemplaires
Programmes JFL: **25 000** exemplaires
Guide ComedyPRO: **5 000** exemplaires

Médias sociaux

Les médias sociaux visent à mettre de l'avant la programmation du Festival, en promouvant les spectacles en salle (pour assurer la vente de billets), et, lors du Festival, de promotion les spectacles extérieurs gratuits. Suivant le Festival et pour le reste de l'année allant jusqu'à l'édition suivante, les plateformes de médias sociaux publient du contenu lié aux spectacles et permettent de maintenir un contact continu avec les festivaliers.



	JFL			JPR		
	Nombre d'abonnés	Nombre de publications		Nombre d'abonnés	Nombre de publications	
		Pendant l'édition	Pendant l'année Du 01-08-2018 au 01-08-2019		Pendant l'édition	Pendant l'année Du 01-08-2018 au 01-08-2019
	396 000	112	631	33 858	13	21
	302 000	53	345	7 443	53	6
	2 359 822	78	522	271 465	104	371



Provenance des mentions 'J'aime' (Facebook) pendant le festival

	JFL	JPR
Montréal	13 433	3 203
Canada hors-Montréal	79 728	9 985
États-Unis	323 775	N/D
Autres pays	1 947 114	N/D



Nombre de visionnement des vidéos pendant le festival

JFL	JPR
5 400 000	833 197

Meilleures publications des médias sociaux de JFL

Just for Laughs is with Julia Hladkovicz.
Published by Lindsay Stockhamer-Pollock · 5 August ·

Spin class will never be the same again.

12,335,402 People reached
1,913,399 Engagements
81K reactions
29K comments 31K shares

Just for Laughs
Published by Heather Heddens · 31 May ·

chad daniels bought \$217 worth of tampons

9,971,949 People reached
1,169,959 Engagements
70K reactions
4.9K comments 24K shares

Ventes de passeports



Le passeport permet aux festivaliers de voir plusieurs spectacles à des prix très abordables. Disponibles en formats 2, 3 ou 5 spectacles, les passeports donnent droit à un billet additionnel par jour de festival, et ce gratuitement. Les passeports favorisent la découverte d'artistes par le public et sont également bénéfiques pour les artistes qui pourront se présenter devant de potentiels nouveaux auditoires.

Site internet du Festival

Site web JFL :	Site web JPR :
(toute l'année jusqu'à la fin du festival)	(toute l'année jusqu'à la fin du festival)
4 399 655 pages vues	1 933 088 pages vues
1 516 289 usagers uniques	664 883 usagers uniques

Application mobile

17 275 utilisateurs de l'application mobile

Infolettres

Just For Laughs : 380 infolettres envoyées à 49 243 abonnés. Ceci inclut les tournées, JFL Toronto, OFF-JFL et Just For Laughs Festival.

Juste pour rire: 192 infolettres envoyées à 108 000 abonnés

Conférences de presse

11 décembre : Dévoilement des Soirées carte Blanche et Le Cabaret à Laurent

20 mai : Dévoilement de la programmation extérieure gratuite

22 mai : Conférence de presse pour Just For Laughs

Agences de relations de presse externe

Thara Communications a pour objectif de permettre aux clients de bénéficier d'une belle vitrine pour faire rayonner leurs projets afin d'atteindre leur public cible et ainsi augmenter leur popularité, leur crédibilité et leur chiffre d'affaires grâce aux contacts et aux conseils stratégiques.

C2C Communications est une agence de communications et médias numériques offrant une vision et des services complets au niveau de la gestion de marque corporative, et en arts et culture appuyée par des années d'expérience en cinéma, télévision, humour, arts visuels et mode de vie, littérature et arts de la scène. C2C communications a des bureaux à Toronto, Montréal, et Vancouver, et travaille fièrement avec un éventail de clients canadiens et internationaux, à la fois en Français et en Anglais.

Partenaires médias

- La Presse
- Radio Énergie
- Rouge FM
- Radio-Canada

Tournées promotionnelles, artistiques et touristiques

Les employés du Festival participent annuellement aussi à plusieurs événements humoristiques phares qui leur permettent de repérer de nouveaux talents. Parmi ceux-ci, notons :

- Congrès RIDEAU
- TOSketchfest (Toronto)
- Festival d'Humour de Paris
- Women In Comedy Festival (Boston)
- Montreux Comedy Fest
- VIFF
- Festival du rire d'Agadir
- Festival Fantasia
- TIFF
- Bufferfest (Toronto)
- Just For Laughs Northwest
- Just For Laughs 42 (Toronto)
- Just For Laughs Sydney

INITIATIVES DE COMMERCIALISATION TOURISTIQUE ET PARTENARIATS

En 2019, le Festival a déployé une stratégie de développement touristique basée principalement sur la forfaitisation. Pour attirer cette clientèle touristique et lui offrir une expérience plus enrichissante et plus intégrée, les forfaits visaient des nuitées d’hôtel jumelées à des offres de spectacles en salle. Quatre hôtels ont participé à ces offres qui étaient taillées sur mesure pour les clientèles anglophones et francophones : Delta Hotels by Marriott, Fairmount le Reine Elizabeth, Travelodge Montréal Centre et Zéro 1.

Forfaits Just For Laughs:

THE FANATIC

- 3 Shows*
- 3 Nights**
- A Festival Gift
- Access to free shows from July 25th to July 28th
- Starting at 390\$***

WRITE US

Forfaits Juste pour rire:

FORFAIT CONNAISSEUR

- 3 à 4 nuitées
- Souper le banquet *
- 3 billets de spectacles différents de catégorie B
- À partir de 478\$ *

ÉCRIVEZ-NOUS

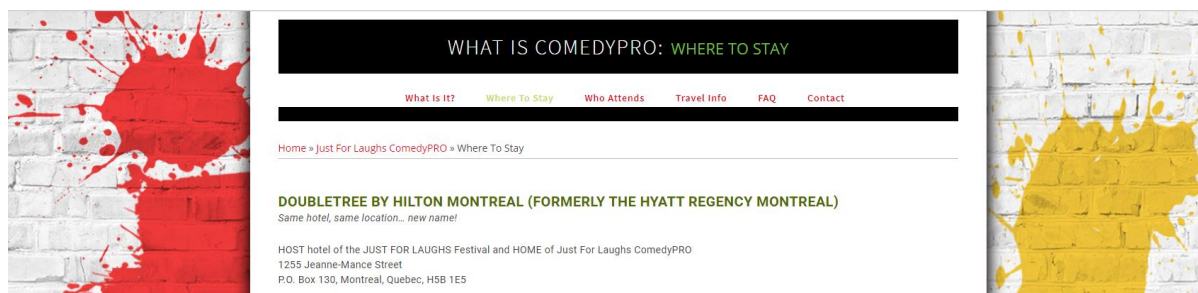
THE VIP EXPERIENCE

- 3 Shows in the VIP section*
- 4 Nights**
- A Festival Gift
- Starting at 650\$***
- Access to free shows from July 25th to July 28th

EXPÉRIENCE VIP

- 3 à 4 nuitées
- Souper le banquet *
- 3 billets de spectacles différents de catégorie VIP
- À partir de 670\$ *

ComedyPro, qui attire de nombreux touristes d’affaires, vise également à faciliter le séjour des participants à l’événement en proposant sur son site dédié des recommandations d’hôtels.



<https://comedypro.hahaha.com/what-is-jfl-comedypro/where-to-stay/>

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le Festival Juste pour rire tient à contribuer positivement au développement écoresponsable du Quartier des spectacles, de Montréal et du Québec dans son ensemble. Il s'agit là d'une valeur essentielle au rayonnement de notre événement et nous entendons redoubler d'efforts au cours des prochaines années afin de maximiser les efforts de l'organisation dans ce domaine. Ainsi, le Festival met en application le principe des **3RV**, tel que défini dans la Politique québécoise de gestion des matières résiduelles :

- Favoriser le **R**éduction à la source
- Optimiser le **R**éemploi
- Maximiser le **R**ecyclage
- Valoriser les matières organiques

D'autres gestes essentiels ont été posés afin de réaliser un événement écoresponsable :

- Élimination de toutes les pailles en plastique sur le site;
 - Compostage dans les bureaux de production, les loges d'artistes extérieures et les concessions alimentaires;
 - Suppression de tous les sacs en plastique dans les boutiques du Festival et remplacement par des sacs réutilisables à vendre;
 - Utilisation de :
 - Vaisselle recyclable ou compostable dans les concessions;
 - Produits nettoyants biodégradables;
 - Contenants 18 litres d'eau dans les loges d'artistes, la salle de presse, et les bureaux de production;
 - Eco-Cup dans les loges d'artistes intérieures et extérieures;
 - Recyclage de : Papier, carton, plastique, aluminium, bois et verre;
 - Récupération des eaux usées et des huiles usées dans les kiosques alimentaires;
 - Système d'eau potable installé pour les travailleurs, afin d'éviter la distribution de bouteilles d'eau;
 - Réutilisation des plateaux de service et les couverts; ceux-ci sont lavés et réutilisés
 - Stationnement à vélo gratuit pour les festivaliers;
 - 95% de l'éclairage temporaire du site (scènes, loges, concessions, kiosques) est composé d'ampoules à DEL basse consommation;
 - Automatisation de l'éclairage de nuit afin de réduire l'éclairage de site hors-opération et donc de minimiser la consommation d'électricité;
 - Aucune génératrice fonctionnant à l'essence sur le site;
 - Diminution considérable de l'utilisation de verres de plastique en vendant directement les cannettes de bière recyclables;
- w
- En service à la santé et au bien-être des festivaliers, les concessionnaires sont invités à afficher leurs options bio, locales, véganes, sans gluten ou les repas conçus pour personnes ayant d'autres restrictions alimentaires;

- Tous les contenants de service dans les concessions sont au minimum recyclables (obligation), sans garantir s'ils sont compostables. Les contenants en styromousse sont interdits.
- Tous les objets trouvés non réclamés qui sont en bon état sont remis à l'Écocentre, qui les redistribue dans différents organismes de Montréal.

Initiatives socio-économiques

Le Festival Juste pour rire a plusieurs engagements et impacts structurants sur le tissu social :

- Création d'expertise spécialisée et de main-d'œuvre qualifiée (technique, gestion des opérations, logistique);
- Contribution essentielle à la vitalité de l'industrie des arts de la scène, de la production télévisuelle et numérique;
- Promotion de la diversité, du bilinguisme et du mélange des cultures;
- Création d'opportunités de premier emploi ou de stage;
- Promotion des arts émergents;
- L'encouragement à la découverte et à l'éveil artistique chez les jeunes;
- Depuis plusieurs années, le Festival s'implique par le biais d'une collaboration caritative auprès de la Maison du Père dans le but de favoriser la réinsertion des itinérants. L'association avec Give-a-seat permet d'offrir des billets à rabais et dont les profits vont à l'organisme.

Bénévolat

L'apport généreux des bénévoles fait partie intégrante de la réussite du Festival Juste pour rire. Chaque année, les bénévoles réalisent une variété de responsabilités telles que : accueil, information, distribution de matériel promotionnel, aide aux départements, accompagnement d'artistes, animation, dénombrement, etc.

4 écoles secondaires ont été approchées en 2019 (École Joseph-François Perreault, École Internationale de Montréal, Collège Laval et École secondaire Mont-Royal) tandis qu'une collaboration a été établie avec le YMCA afin d'offrir des heures de bénévolat à des citoyens participant au programme de travaux compensatoires.

Plus de 700 bénévoles ont participé à l'édition 2019 du Festival Juste pour rire **et ont réalisé au moins 12 h de bénévolat chacun**. Au total, les bénévoles ont réalisé 1813 périodes de bénévolat durant l'ensemble du Festival.

Ce bénévolat leur permet de prendre de l'expérience dans divers aspects de la tenue d'un événement culturel et touristique d'envergure. La grande majorité des participants apprécie leur expérience et ce, durant tout le Festival.

Une partie de basketball caritative a eu lieu le 24 juillet dans le cadre du ComedyPRO alors que des humoristes et des professionnels-cadres de l'industrie se sont affrontés pour lever des fonds pour AMI-Québec, un organisme communautaire engagé à aider les membres de l'entourage à vivre avec les conséquences de la maladie mentale en offrant des services de soutien, de formation, d'information et d'action sociale.

SÉCURITÉ FESTIVALIÈRE ET ACCUEIL

En 2019, la sécurité des festivaliers, des artistes et des employés est un enjeu d'actualité et les festivals n'y échappent pas. Dans une récente étude, **99% des festivaliers trouvaient le site de Juste pour rire très ou assez sécuritaire**^[1].

Afin d'assurer la sécurité de ses festivaliers, des artistes ainsi que de ses employés, le Festival met en place diverses actions telles que :

- Présence des Hironnelles afin d'assurer le bien-être et la sécurité des festivalières, des membres de la communauté LGBTQ+ et de tous ceux qui peuvent se sentir vulnérables pendant nos événements;
- Installation de blocs de béton à l'entrée du site;
- Aucune cohabitation piéton-véhicule quand le site est en opération, sauf les véhicules d'urgence et ceux du transport des artistes du festival.
- Travail en partenariat avec les différents diffuseurs afin de s'assurer que la sécurité est au cœur de leurs préoccupations;
- Collaboration avec le Service de police de la Ville de Montréal ainsi qu'avec le Service de sécurité incendie de Montréal;
- Plusieurs milliers de bénévoles et des centaines d'employés de différents départements parcourant le site et assurant une présence pour aider les festivaliers, signifiant qu'une personne en situation de vulnérabilité se retrouve toujours à quelques pas d'un employé du Festival;
- 50 % de l'équipe d'accueil et de sécurité est féminine;
- Des couloirs de circulation sont mis en place dans les endroits où il y a des foules potentielles afin de permettre à toute personne de se rendre à des endroits plus tranquilles sur le site ainsi que pour faciliter son évacuation;
- Des espaces de détente permettent aux gens de se tenir à l'écart des foules lorsque le besoin s'en fait ressentir;
- Mise en place de mesures de sécurité d'urgence.
- Depuis 2018, mise en place d'un plan d'urgence canicule

De plus, sur son site extérieur gratuit, le Festival veille à l'aménagement du site pour faciliter le déplacement des personnes à mobilité réduite et offre un service d'accueil incluant le prêt de chaise roulante, la réservation d'espaces pour assister aux événements extérieurs et un plan d'accès personnalisé.

Optimisation de l'utilisation de l'espace

Tout comme dans les dernières années, le Festival doit faire face annuellement à une optimisation des espaces alloués de son site en fonction des zones de construction, de la privatisation de certains espaces, et des sorties de commerces.

^[1] Source : Festival Juste pour rire édition 2019 – Étude de provenance et d'achalandage - elevent, octobre 2019.

À la suite de la réduction de l'espace public disponible et pour assurer une bonne fluidité des mouvements de foule, le Festival a dû innover en installant pour la première fois la deuxième scène (scène Loto-Québec) au nord du site. Ces solutions sont viables à court terme, mais la perte des espaces disponibles pour le Festival reste une préoccupation majeure pour les futures éditions.

Bon voisinage

Chaque année, le Quartier des spectacles, où se déroule le Festival est sujet à des enjeux liés au bruit, notamment depuis la construction de plusieurs tours d'habitation. Le Festival étant un événement urbain diffusant des spectacles en plein air, des plaintes de riverains se présentent malgré le respect des limites fixées par l'arrondissement. Afin de respecter le voisinage immédiat, les prestations demeurent fidèles à leurs horaires prévus avec une vigie au volume des spectacles permettant de favoriser l'harmonie entre les festivaliers et les résidents vivant au cœur du Quartier des spectacles. Le Festival tient à la fois au bon voisinage, mais l'expérience festivalière demeure toujours un enjeu.

ANNEXE A – PLAN DE SITE

SCÈNES ET ACTIVITÉS

- 1 SCÈNE PRINCIPALE
- 2 SCÈNE LOTO-QUÉBEC
- 3 SCÈNE ZONE FAMILLE
- 4 LA TENTE À PODCASTS Spotify
- 5 SCÈNE BELL Bell
- 6 ÉCRAN DES GAGS Tim Hortons
- 7 NINTENDO
- 8 OASIS DU RIRE BÂREN SAMÉDI
- 9 CABANE À BLAGUES Bell
- 10 PISCINE À BALLESS Tangerine
- 11 RIRE ÇA DÉCOIFFE Tangerine
- 12 L'APERO DES ADOS
- 13 PISTE AU SOL BLEEMAN
- 14 LE SOUPER DES GÉANTS
- 15 ACTIVATION Restaurant du 25 au 28 juillet
- 16 KARAOKÉ Mamma Mia La Capitale du 19 au 21 juillet
- 17 DEVINE QUI?
- SPOT ZOOFFEST Bell
- ZONE FAMILLE Restaurant
- ALIMENTATION ET BOISSONS
- 18 JARDIN DE BIÈRE BLEEMAN
- 19 BARS BLEEMAN
- 20 BAR TIKI WYLETON ESTATE
- 22 BARS JACOBS CREEK
- 23 BARS PAPERERS
- 24 LOUNGE PAPERERS
- 25 CAMION Tim Hortons
- ZONE BOUFFONS MTL Tangerine APEROL
- 11 BOUFFE DE RUE



SERVICES

- 29 BILLETTERIE Tangerine / BOUTIQUE
- ? KIOSQUE INFO RIRE FJPR
- P STATIONNEMENT
- TOILETTES
- 30 TERRASSE / ESPACE PASSEPORT / VIP
- PDA ENTRÉE PLACE DES ARTS
- STATION BIXI
- + PREMIERS SOINS

ANNEXE B – LISTE DES PARTENAIRES

Partenaires artistiques

École nationale de l'humour
L'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH)
Productions Feedback (Just pour Ados)
Netflix
Salles de spectacle:
Centre Bell
Salle Wilfrid-Pelletier (Place des Arts)
Théâtre Maisonneuve (Place des Arts)
5^e Salle (Place des Arts)
Théâtre Jean Duceppe (Place des Arts)
Salle Claude-Léveillée (Place des Arts)
Club Soda
MTELUS
L'Astral
Gesu
Centre Phi
Centaur Theatre
L'Olympia
Salle Ludger-Duvernay (Monument-National)
Studio Hydro-Québec (Monument-National)
Le Café (Monument- National)
Cabaret (Monument- National)
Bar Parterre (Monument- National)
Théâtre Sainte-Catherine
Théâtre National
Théâtre Saint-Denis
Théâtre du Nouveau Monde
DoubleTree By Hilton Montreal

Partenaires gouvernementaux

Gouvernement du Canada :
Développement économique Canada
Ministère du Patrimoine canadien
Gouvernement du Québec :
Ministère du Tourisme
Secrétariat à la région métropolitaine
Société du développement des entreprises culturelles (SODEC)
Ministère de la Culture et des Communications
Ville de Montréal
Tourisme Montréal
Consulat Général des États-Unis à Montréal

Partenaires médias

Énergie 94.3
107.3 Rouge
La Presse +
Radio-Canada

Commanditaires

Loto-Québec
Tangerine
Bell
Sleeman
Le Gourpe Maurice
Sirius XM
Tim Horton's
La Capitale
Spotify
Nintendo
Lactantia
Jacob's Creek
SAQ
Pepito
Belgh Brasse
Cidrerie beaupré
Aperol
Appleton Estate
Tematik