L'Auguste Théâtre

FESTIVAL NOËL DANS LE PARC
BILAN DE L'ÉDITION 2020

PRÉSENTÉ AU

SERVICE DE LA CULTURE
VILLE DE MONTRÉAL

M. Ivan Filion
Directeur
Yves Saindon
Greffier de la Ville de Montréal

Le 15 mars 2021

Table des matières

1. La mission et les objectifs de l'Auguste Théâtre et du Festival Noël dans le Parc ... 3

2. Bilan critique de l'édition 2020 du Festival Noël dans le Parc ... 3

2.1. Concept et objectifs ... 3

2.2. Étapes de réalisation ... 5

2.3. Données réelles du projet ... 6

2.3.1. Programmation et horaire de diffusion ... 6
2.3.2. Partenaires ... 8
2.3.3. Activités promotionnelles ... 9

2.4. Statistiques de fréquentation ... 10

3. Évaluation de l'atteinte des objectifs et retombées réelles ... 11

4. Visibilité accordée à la ville de Montréal ... 12

5. Liste des annexes ... 13

1. La mission et les objectifs de l'Auguste Théâtre et du *Festival Noël* dans le Parc

L'Auguste Théâtre est un organisme à but non lucratif (OBNL) dont la mission est de stimuler l'économie culturelle et touristique québécoise tout en favorisant l'émergence d'un esprit de partage et d'inclusion sociale au sein de la population riveraine. L'organisme poursuit sa mission par l'entremise de la production d'événements d'envergures en milieu urbain, notamment, le *Festival Noël dans le Parc* (1994 -). Ces événements sont produits en vue de l'atteinte des objectifs suivants :

- Offrir aux artistes établis et de la relève une occasion de se produire dans un contexte professionnel;
- Offrir un accès non discriminatoire à ses activités en maintenant la gratuité;
- Démocratiser l'art et faire découvrir au grand public des arts peu connus et moins accessibles tels que les arts visuels, l'art littéraire, la poésie, le conte et les arts du cirque et de la rue;
- Faire le pont entre la société québécoise et les autres cultures par le biais de l'art;
- Créer de l'emploi pour plusieurs professionnels du milieu de la culture et des communications;
- Stimuler directement l'économie québécoise : conception locale des infrastructures, distribution de produits locaux;
- Contribuer à l'offre touristique de la métropole.

2. Bilan critique de l'édition 2020 du *Festival Noël dans le Parc*

2.1. Concept et objectifs

L'Auguste Théâtre, fort de plus de 25 ans d'expérience en production événementielle, a su faire du *Festival Noël dans le Parc* un événement majeur et essentiel dans le paysage culturel hivernal de la métropole. Le Festival permet à une multitude d'artistes d'offrir des prestations dans un décor enchanteur et un contexte professionnel. Ainsi, musiciens, conteurs, poètes, amuseurs publics, marionnettistes et artistes pyrotechniques sont au rendez-vous chaque année.

L'édition 2020 s'est déroulée durant la pandémie de COVID-19 et l'imposition de strictes normes sanitaires a exigé que les organisateurs de Noël dans le Parc modifient et adaptent le concept à la situation particulière. Les règles en vigueur ne permettant pas de rassemblements, même extérieurs, le Festival a eu lieu en format virtuel pour la toute 1re fois.

Cette édition du *Festival Noël dans le Parc* fut élaborée dans le respect d'objectifs adaptés au contexte pandémique :

- Soutenir les artistes locaux en leur permettant d'offrir des prestations en lignes;
- Générer de l'emploi pour les travailleurs des industries culturelles et événementielles afin de contribuer à amortir l'impact de la pandémie sur le marché de l'emploi de ces secteurs;
- Favoriser le rayonnement de la culture québécoise à l'échelle nationale par la diffusion en ligne des activités et, ce faisant, engendrer des retombées pour l'industrie touristique locale;
- S'assurer du maintien de l'accès à la culture pour les citoyens et ce dans un contexte sécuritaire;
- Favoriser le rayonnement de ses partenaires à plus grande échelle et hors des frontières physiques normalement imposés par la tenue d'un événement conventionnel;
- Offrir de la visibilité à différents commerces montréalais en captant certaines prestations à même leurs locaux.

Ainsi, le producteur du *Festival Noël dans le Parc*, l'Auguste Théâtre, a offert une série de spectacles virtuels intitulée les « Concerts sous le Sapin », dès le 18 décembre. Malgré la pandémie, les amateurs de musique ont pu vivre la 27e édition du Festival avec leurs artistes préférés, en toute sécurité. La programmation de cette édition virtuelle fût élaborée selon les standards habituels de professionnalisme, de diversité et d'accessibilité. Les spectacles ont été diffusés sur la chaîne YouTube de l'organisation du jour de leur diffusion originale jusqu'au 4 janvier 2021.

2.2. Étapes de réalisation

En raison de l'imprévisibilité des mesures sanitaires, outre les étapes de planification habituelles, le projet fût réalisé dans de courts délais et selon les étapes suivantes :

Septembre **Octobre** **Novembre**	**Pré production** Démarches auprès des partenaires; Rédaction pour approbation des plans de sécurité sanitaire; Élaboration de la direction artistique et de l'image de marque de la série de concerts virtuels; Élaboration de la stratégie de promotion des concerts et des outils de visibilités; Élaboration de la programmation artistique; Élaboration des horaires de diffusion; Montage de l'équipe technique de captation; Élaboration des horaires des tournages; Choix des lieux de tournage et repérage;
Novembre **Décembre**	**Production** Mise en œuvre de la stratégie de promotion; Captation des concerts destinés à la diffusion en ligne.
Décembre	**Post production** Montage vidéo; Mise en ligne et diffusion des concerts;

2.3. Données réelles du projet

2.3.1. Programmation et horaire de diffusion

	VENDREDI LE 18 DÉCEMBRE	SAMEDI LE 19 DÉCEMBRE	DIMANCHE LE 20 DÉCEMBRE	LUNDI LE 21 DÉCEMBRE
13H00	-	Ari Cui Cui	Henri Godon	-
19H30	Damien Robitaille	Félix Dyotte	Cindy Bédard	Naya Ali
20H30	Bleu Jeans Bleu	Élisapie	Émile Bilodeau	Les Louanges
	MARDI LE 22 DÉCEMBRE	**MERCREDI LE 23 DÉCEMBRE**	**JEUDI LE 24 DÉCEMBRE**	**VENDREDI LE 25 DÉCEMBRE**
13H00	Maria Cannelloni	Kattam et ses Tams-Tams	Atchoum	-
19H30	LaF	Lavabo	Gab Bouchard	Damien le Père-Noël
20H30	Milk and Bone	Mononc' Serge	Florence K	-
23H30	-	-	-	**Messe de minuit**

Les spectacles ont été diffusés sur la chaîne YouTube de l'organisation du jour de leur diffusion originale jusqu'au 4 janvier 2021. La fonction YouTube Premiere a permis aux spectateurs d'interagir entre eux via une fenêtre de clavardage accessible lors de la diffusion initiale des concerts. Les discussions furent animées par un membre de l'équipe de Noël dans le Parc.

Pour sa 27e édition, le *Festival Noël dans le Parc*, produit par l'Auguste Théâtre, a invité le public à profiter de plusieurs concerts virtuels gratuits diffusés sur la chaîne YouTube de l'événement. Cette série de concerts fut présentée sous le nom des ***« Concerts sous le sapin*** » La programmation artistique et musicale de l'événement était constituée de :

Prestations d'artistes populaires et confirmés : Bleu Jeans Bleu, Émile Bilodeau, Élisapie, Damien Robitaille, Florence K, Les Louanges, Milk & Bone, Cindy Bédard, Mononc' Serge;

Prestations d'artistes de la relève : Gab Bouchard, Naya Ali et Félix Dyotte;

Prestations pour enfants : Ari Cui Cui, Atchoum, Kattam et ses tamtams, Maria Cannelloni et Henri Godon;

Une Messe de minuit diffusée le 24 décembre et célébrée par le Père Grenon accompagné de Damien Robitaille et du Quatuor Caxtonnien.

Les prestations ont été préalablement enregistrées dans les lieux suivants :

- Le Théâtre Paradoxe
- L'entrepôt de Location Chez Turbo
- L'entrepôt de la brasserie Dieu du Ciel!
- La Quincaillerie de Lorimier
- La boutique le Placard
- La boutique Des Enfantillages
- L'atelier de soudure Samson
- Le garage de la culture
- L'église de Saint-Élie-de-Caxton
- Le camping Bivouak

Le choix des locations hors-studio avait pour but d'offrir de la visibilité à nos partenaires de longues dates ainsi que de supporter la SDC l'Avenue dans sa mission de faire rayonner les commerces du tronçon est de l'avenue Mont-Royal.

2.3.2. Partenaires

Le *Festival Noël dans le Parc* est produit avec le soutien de nombreux partenaires. Leurs contributions se mesurent en termes de soutien financier, de soutien logistique ainsi qu'en services offerts. C'est grâce à ses partenariats durables que le *Festival Noël dans le Parc* existe depuis maintenant plus de 25 ans.

Le festival Noël dans le Parc est soutenu par :

- **Le gouvernement du Canada** par l'entremise de Patrimoine canadien;
- **Le gouvernement du Québec** par l'entremise du Fonds d'initiative et de rayonnement de la métropole et du Ministère du Tourisme;
- **La ville de Montréal** par l'entremise de la Division festivals et événements;
- **L'arrondissement Ville-Marie** par l'entremise du Fonds de soutien aux organismes culturels;
- **L'arrondissement du Plateau Mont-Royal;**
- **Le Partenariat du Quartier des spectacles;**
- **PME Montréal**
- **La SDC l'Avenue**

Le festival dans le parc bénéficie également de **plus d'une vingtaine** de partenaires privés dont les **Caisses Desjardins** qui agissent à titre de partenaire présentateur.

Il est également associé à de nombreux médias incluant : **CHOQ, CISM, Rythme FM et NOOVO**.

Parmi ses partenaires de productions, l'organisme a pu compter sur le support de :

- Location Turbo;
- Techni-Production;
- Kiroule;
- La brasserie Dieu du Ciel!;
- Express Mondor;
- La Quincaillerie DeLorimier;
- New Milano;
- C4 Communications;
- Et plusieurs autres.

2.3.3. Activités promotionnelles

- Embauche d'une directrice relations publiques afin d'assurer les relations de presse et les relations publiques de l'événement;
- Nombreuses mentions dans différents médias (Sorstu.ca, HollywoodPQ, TVA nouvelles, Le Nouvelliste, Journal de Montréal et de Québec, Le Devoir, Journal Métro, Ici Musique, Rythme FM, 7 jours);
- Visibilité à la télévision - partenariat avec Noovo télé et messages d'intérêts publics à Radio-Canada;
- Distribution de flyers dans nos 2 sites de ventes et lors de nos livraisons de sapins;
- Installation d'affiches dans nos 3 parcs – Affiche programmation;
- Partenariat avec le Magazine Fugues (achat de publicités et publireportage);
- Achat de publicités commanditées sur Facebook;
- Achats de publicités sur Les PACS;
- Achats de publicités sur La Presse+, La Presse.ca/Mobile;
- Organisation de concours en ligne;
- Important partenariat avec la radio CHOQ.CA;
- Partenariat avec la radio CISM;
- Embauche de photographe et de vidéaste professionnels afin d'avoir des images de l'édition 2020 pour la promotion de la prochaine édition;
- Présence accrue sur les différents médias sociaux: Instagram, Facebook, et YouTube;
- Collaboration avec un porte-parole: Damien Robitaille, porte-parole de l'édition 2020, pour une 2^{e} année;
- Le Festival Noël dans le Parc est membre de Festival et Événements Québec et de la Société des Attractions touristiques du Québec.
- Vitrine importante sur les plates-formes promotionnelles du Quartier des spectacles.
- Membre et inscription à Tourisme Québec / ATR.

2.4. Statistiques de fréquentation

Vidéo	Visionnements ↓	Durée de visionnement (heures)	Abonnés	Impressions	Taux de clics des impressions
Total	**73 015**	**14 198,6**	**987**	**429 131**	**3,6 %**
Damien Robitaille - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts sous...	18 296 25,1 %	3 887,7 27,4 %	296 30,0 %	61 382	4,3 %
Bleu Jeans Bleu - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts sous l...	15 877 21,7 %	3 534,6 24,9 %	126 12,8 %	75 514	4,6 %
Émile Bilodeau - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts sous le ...	5 057 6,9 %	1 302,9 9,2 %	53 5,4 %	34 240	4,2 %
Mononc' Serge - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts sous le ...	4 575 6,3 %	881,8 6,2 %	93 9,4 %	6 264	10,4 %
Les Louanges - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts sous le ...	3 325 4,6 %	658,3 4,6 %	16 1,6 %	28 259	4,0 %
Florence K - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts sous le sapin	2 964 4,1 %	626,0 4,4 %	17 1,7 %	31 484	2,4 %
Ari Cui Cui - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts sous le sapin	2 684 3,7 %	340,4 2,4 %	21 2,1 %	23 038	3,4 %
Milk & Bone - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts sous le sa...	2 558 3,5 %	486,9 3,4 %	8 0,8 %	21 036	3,2 %
Elisapie - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts sous le sapin	2 270 3,1 %	556,3 3,9 %	15 1,5 %	20 164	2,6 %
Damien le Père Noël - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts s...	1 928 2,6 %	184,0 1,3 %	20 2,0 %	12 707	3,0 %
Messe de Minuit - Noël dans le Parc 2020	1 627 2,2 %	272,7 1,9 %	26 2,6 %	11 504	2,8 %
Félix Dyotte - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts sous le sa...	1 567 2,2 %	238,2 1,7 %	8 0,8 %	14 259	2,6 %
Cindy Bédard - Festival Noël dans le Parc 2020 - Concerts sous le s...	1 214 1,7 %	190,9 1,3 %	8 0,8 %	10 823	2,2 %

Tableau inclus dans le rapport de visibilité en annexe C

Les concerts virtuels de la 27e édition ont été transmis sur la plateforme YouTube, dont les capacités techniques nous ont permis de comptabiliser les vues. Les organisateurs du Festival estiment que la portée des concerts doit être évaluée bien au-delà des simples vues enregistrées par YouTube (**73 015 vues au total**). Ils estiment que les concerts ont été écoutés par au moins 2 personnes dans chaque domicile, ce qui les amène à considérer que c'est **plus de 150 000 personnes** qui ont visionné les 21 concerts virtuels gratuits entre le 18 décembre et le 4 janvier 2021.

À partir de la date du dévoilement de la programmation et jusqu'au 4 janvier 2021, les intéressés pouvaient s'inscrire à une liste d'envoi élaborée par l'entremise de l'application *Mail Chimp.* Les abonnés recevaient par courriel un lien vers les concerts virtuels au moment de leurs mise en ligne. L'analyse des données de provenance des 12 183 abonnés à la liste d'envoi révèle les données suivantes :

- **92,5 % des abonnés** proviennent de la province de Québec
- **39,4 % des abonnés** provenant de la province de Québec résident **à l'extérieur de la région de Montréal**

Ces données permettent de déterminer que l'événement a bénéficié d'un fort rayonnement à l'échelle provinciale est hors des frontières physiques établies par la tenue d'un événement conventionnel.

De plus, l'analyse des données de provenance des visionnements issus de l'outil YouTube Analytiques (voir tableau ici-bas) font état d'un certain rayonnement à échelle internationale, notamment, en France (5,6 % du total des visionnements).

Géographie	Visionnements	
Total	**73 221**	
Canada	66 074	90,2 %
France	4 127	5,6 %
États-Unis	360	0,5 %
Belgique	426	0,6 %
Suisse	147	0,2 %
la Réunion	10	0,0 %

3. Évaluation de l'atteinte des objectifs et retombées réelles

La direction de l'Auguste Théâtre considère que sa première édition virtuelle du *Festival Noël dans le Parc* fut un franc succès et qu'elle fut produite dans le respect de ses objectifs. Plus d'une centaine de professionnels des secteurs de la culture, de l'événementiel et de la production audiovisuelle ont été mis à l'emploi dans le cadre du projet. Ainsi, l'Auguste Théâtre a contribué à amortir l'impact de la pandémie sur des secteurs de l'économie grandement fragilisés en raison du contexte actuel. La formule de diffusion a permis aux festivaliers de profiter de la culture québécoise au sein d'une ambiance festive et dans le confort et la sécurité de leur logement. Les statistiques de visionnement démontrent que le public était au rendez-vous. Ayant cumulés plus de 150 000 visionnements, la série des *Concerts sous le sapin* fut un des événements en ligne les plus achalandé de 2020. Ainsi, tous les partis impliqués ont bénéficié d'une visibilité importante. Ce succès porte à croire que la diffusion de concerts en ligne permet de rejoindre un créneau de clientèle auparavant inexploité, en plus de favoriser le rayonnement de l'événement et de ses partenaires en dehors de ses frontières physiques.

4. Visibilité accordée à la ville de Montréal

Dans le cadre du soutien de la ville de Montréal, son logo fut affiché aux endroits suivants :

- Sur le flyer promotionnel de l'événement;
- Sur la page d'accueil du site internet « noeldansleparc.com »;
- La section « partenaires » du site internet « noeldansleparc.com »;
- Panneaux géants de la programmation de l'événement 4'x8', 4'x6', et 4'x3' à l'entrée de nos trois sites;
- L'affiche promotionnelle sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram);
- L'affiche promotionnelle sur la colonne Morris – Avenue du Mont-Royal;
- Les communiqués de presse aux médias via notre directrice des relations publiques;
- Les panneaux géants des partenaires (à l'entrée principale de nos deux sites de vente);
- La vidéo promotionnelle diffusée sur Noovo télé, Radio-Canada, et sur Internet (site Internet, YouTube et réseaux sociaux);
- Lors du segment d'introduction de chacun des 21 concerts diffusés sur la chaîne YouTube de l'événement.

5. Liste des annexes

ANNEXE A : VISIBILITÉ OFFERTE À LA VILLE DE MONTRÉAL

ANNEXE B : BUDGET NDLP 2020

ANNEXE C : RAPPORT DE VISIBILITÉ NDLP 2020