

Communiqué de presse
Pour diffusion immédiate



FSTVL HAHAHA : une première expérience convaincante

Commentaires du forum de discussion

«Merci FSTVL !!! Fait un bien fou cette dose de légèreté !!!»

«C'était très bon !! Je réécouterai n'importe quand !»

«Merci beaucoup pour cette soirée d'une grande qualité»

«Merci à Juste pour rire pour cette magnifique idée de festival. Merci à tous les humoristes de nous avoir fait du bien.»

Montréal, le 3 juin 2020 – Le premier festival 100% numérique d'humour francophone au monde, le **FSTVL HAHAHA**, s'est terminé dimanche soir après la diffusion de 18 spectacles mettant en vedette plus de 60 artistes, humoristes et invités spéciaux. Une première édition concluante qui permet aujourd'hui d'annoncer que le **Groupe Juste pour rire** entend certainement répéter l'expérience à nouveau.

On estime à plus de 24 000 le nombre de personnes ayant participé à ce tout nouvel événement. D'ailleurs, un vaste questionnaire envoyé aux festivaliers et l'important taux de participation permettent de conclure que cette nouvelle formule en ligne interpelle le public, en plus de démontrer un engouement certain de leur part.

UNE PROGRAMMATION ÉCLECTIQUE POUR TOUS LES GOÛTS

En laissant libre cours à l'inspiration des artistes, la riche programmation du **FSTVL HAHAHA** aura permis l'éclosion de spectacles qui pourraient même dépasser le cadre de l'événement. *«C'était formidable, alors que nous étions figés depuis des semaines, d'avoir la chance de développer des concepts capotés avec l'aide et l'expertise de Juste pour rire»*, souligne **Laurent Paquin**. *«La structure que nous offrait le FSTVL HAHAHA nous donnait envie de plonger dans le vide et c'est ce qu'on a pas mal tous fait.»*

«C'était risqué, on pouvait se planter, mais c'était le meilleur moment pour le faire», ajoute **Ève Côté** du duo **Les Grandes Crues**. Même son de cloche du côté de **Virginie Fortin**, *«C'est une idée folle qu'on a eue et on a réussi à faire quelque chose de pas mal intéressant.»*

UNE CAMPAGNE NUMÉRIQUE SANS PRÉCÉDENT

À travers sa campagne marketing, le **FSTVL HAAAAHA** aura généré plus de 210 000 visites sur le site web du géant de l'humour et tout le matériel graphique et publicitaire produit en un temps record par les équipes du Groupe aura été vu plus de 2 millions de fois.

«Pour une première édition, nous sommes extrêmement fiers des résultats du FSTVL HAAAAHA», souligne Anne Belliveau, chef de la direction du marketing du Groupe Juste pour rire. «L'expérience client que nous avons réussi à développer et livrer, autant technologique qu'artistique, a été de grande qualité. En ce sens, la satisfaction des spectateurs est palpable ainsi que celle des artistes. Plus de 18 000 commentaires ont été échangés dans le fil de discussion en direct lors de la diffusion, entre les festivaliers et les artistes, ce qui a maintenu l'expérience très vivante et engagée. Mais il faut également souligner l'immense adaptabilité de nos employés qui ont su réagir aussi rapidement et à effectif réduit en plus!» conclut-elle.

DES RETOURS POUR TOUTE L'INDUSTRIE

Cet événement aura permis au **Groupe Juste pour rire** de donner la chance à plus de 60 artistes de recevoir un salaire durant une période où toute l'industrie est en crise. *«Malgré des contraintes évidentes dues à la pandémie, nous avons ficelé ce festival en un temps record et ce faisant, développé une nouvelle plateforme de diffusion de l'humour. C'est tout un exploit!»* avance **Patrick Rozon**, vice-président au contenu francophone du **Groupe Juste pour rire**. *«Mais c'était clair pour moi que nous n'allions pas rester assis et ne rien faire et à voir la quantité d'artistes qui ont répondu présents et à la qualité des spectacles qu'ils nous ont présentés, on ne peut que constater que nous avons pris la bonne décision»* ajoute-t-il.

UNE NOUVELLE FORMULE ÉPROUVÉE

Suite au succès de cette première expérience, le **Groupe Juste pour rire** projette de produire à nouveau un événement 100% numérique semblable au **FSTVL HAAAAHA**. *«Cette première expérience nous servait de prototype et nous avons été à l'écoute de tous les commentaires émis par le public. Nous avons maintenant tout en main pour optimiser une prochaine édition»* assure **Charles Décarie**, Président-directeur général du **Groupe Juste pour rire**. *«Il faut d'ailleurs mentionner que plusieurs concepts novateurs ont vu le jour durant ce festival, des concepts qui aboutiront peut-être un jour à la télé. C'est une grande fierté pour le Groupe d'avoir donné l'occasion à ces idées de voir le jour et à des artistes de s'exprimer en toute liberté.»*

LE FSTVL HAAAA EN CHIFFRES

62 artistes

18 spectacles

12 000 liens de visionnement émis

Plus de 24 000 personnes devant leur écran et dans leur salon

18 000 commentaires dans les forums de discussion en direct

35 employés de l'équipe permanente de Juste pour rire

MERCI À NOS PARTENAIRES

Le **Groupe Juste pour rire** tient également à remercier tous ses partenaires qui ont décidé de se lancer avec lui dans cette aventure. Soulignons d'abord le soutien précieux de **Bell** et **Loto-Québec**, présents tout au long du processus. Merci également à **3/4 oz**, **Boutique Cheers**, **Matera Brasseurs**, **Cook It**, **Floramaille** et **Couche-Tard** qui ont tous participé à agrémenter l'expérience des festivaliers. Les partenaires médias **Urbania**, **Radio-Canada**, **Nightlife** et **La Presse** ont grandement apporté à la visibilité de l'événement. Finalement, merci à nos partenaires publics la **Ville de Montréal**, la **SODEC** et le **Gouvernement du Canada**. Merci à l'équipe de **OBOX Studio** pour sa grande créativité, agilité ainsi que l'accompagnement dans la mise sur pied de nombreux spectacles.

À propos de Groupe Juste pour rire

Fondé en 1983, le Groupe Juste pour rire est le plus important joueur mondial de l'industrie de l'humour. Sous la gestion du Groupe CH, de Bell Média et d'ICM Partners, l'entreprise se positionne comme une puissance internationale de création de contenu humoristique multiplateforme. Chaque année, elle divertit des millions de spectateurs avec ses festivals sur les scènes canadiennes et internationales, de Montréal — le plus grand événement d'humour au monde — ainsi que de Toronto, Vancouver, Sydney et des Bermudes. Le Groupe programme des milliers d'humoristes originaires du Canada et de l'étranger, incluant des artistes bien établis et de la relève; met sur pied ses propres spectacles d'humour et comédies musicales; produit des tournées de spectacles; diffuse du contenu numérique et télévisé (notamment Les Gags, programmés dans 150 pays et suivis par 10 millions d'internautes sur YouTube); gère des créateurs talentueux et est à l'origine des rassemblements professionnels ComedyPRO et JPR Pro. hahaha.com



Relations de presse



Joëlle Mauffette
514-942-5778
joelle@rugicomm.ca