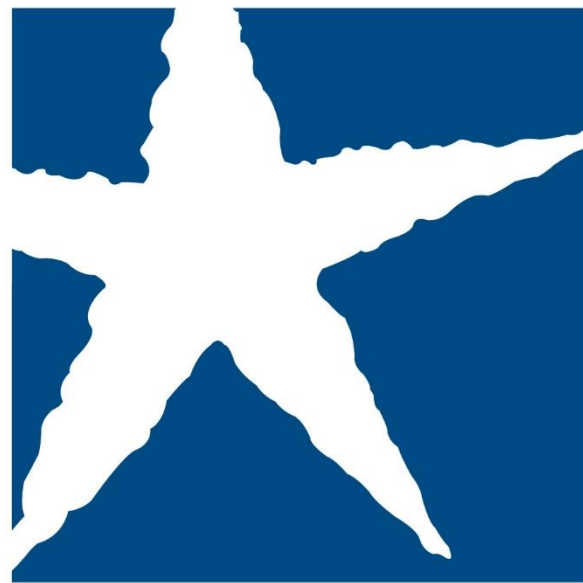


T H É Â T R E



A C T I O N

© Théâtre action, 2020

6. LA MISE EN LECTURE

1. LA PLANIFICATION GÉNÉRALE

La mise en lecture : Activité consistant à présenter un texte dramatique dans le minimum de dispositifs que requiert une lecture publique.

La planification générale d'une mise en lecture ou (d'une lecture publique) est plutôt simple. En général, il n'y aura qu'une seule représentation publique de la lecture et le nombre d'heures de répétition n'excédera pas le nombre d'heures prévu par l'UDA pour une mise en lecture. Les mises en lecture sont souvent organisées par un organisme établi qui gèrera tout ce concerne la mise en marché. Voici tout de même quelques conseils utiles à suivre si vous produisez vous-même une mise en lecture. La planification de votre mise en lecture dépendra des réponses, entre autres, aux questions suivantes :

- Est-ce que je désire travailler à temps plein sur mon projet pendant une période déterminée?
- Quels sont les aspects du projet que je désire particulièrement entendre?
- Est-ce que je désire moi-même faire la mise en lecture ou je désire travailler avec un metteur en scène?
- Ai-je besoin d'aide financière?

Les réponses à ces questions vous permettront de placer, dans un calendrier général, quelques dates importantes qui vous aideront à déterminer le moment idéal pour la réalisation de votre projet. Voici quelques éléments importants à considérer:

- Les dates de tombée des demandes de financement;
- L'annonce des réponses de financement;
- La réception des fonds;
- L'obtention des droits d'auteurs;
- Les événements de réseautage;
- Les dates de présentation de rapport(s).

ATTENTION: Si votre mise en lecture repose sur un texte d'un auteur autre que vous-même, vous devrez faire une demande de droit auprès de l'auteur. Cette étape peut être laborieuse et longue si l'auteur recherché n'est inscrit à aucun organisme régissant des droits d'auteur.

Consultez la fiche pratique « *Les aspects légaux* » de la trousse de départ pour en savoir plus sur les droits d'auteurs et la propriété intellectuelle,

ATTENTION : Si vous ambitionnez de produire et de diffuser éventuellement votre projet, songez à inscrire les dates des activités de réseautage et de vente dans votre planification. Des occasions sont faites sur mesure pour ce type de projets, notamment *Les Feuilles Vives*, un événement organisé par Théâtre Action tous les deux ans. Les [Fenêtres de la création théâtrale](#), organisées par le Théâtre de la Ville à Longueuil (QC) mettent en lumière des projets en cours de création. D'habitude, la manifestation a lieu à la fin de novembre ou au début de décembre.

2. LA DÉTERMINATION DES BESOINS ET DES EXIGENCES

La préparation du budget de votre projet et la rédaction de vos demandes de subventions seront facilitées par une juste détermination de vos besoins, tant matériels qu'humains. Lorsque vous pensez au projet que vous voulez faire, considérez les aspects déterminants ci-dessous :

A. Les ressources humaines

Dressez la liste des personnes dont vous aurez besoin pour votre mise en lecture (metteur en scène, nombre de comédiens, lecteur unique pour les didascalies, etc.). Assurez-vous de connaître et satisfaire les exigences des ententes collectives pour une mise en lecture.

Les ententes collectives qui ont compétence en Ontario :

- L'Union des artistes et l'Association des compagnies de théâtre (UDA/ACT) : [entente](#) et [tarifs majorés](#)
- L'Union des artistes et Théâtres Unis Enfance Jeunesse (UDA/TUEJ) : [entente](#)
- L'Association des compagnies de théâtre et l'Association québécoise des auteurs dramatiques (ACT/AQAD) : [entente](#) et [tarifs](#)
- Théâtres Unis Enfance Jeunesse et l'Association québécoise des auteurs dramatiques (TUEJ/AQAD) : [entente](#)

Consultez la fiche pratique « *Les associations d'artistes et de producteurs* » de notre trousse de départ pour plus de détails.

B. Les ressources matérielles

Généralement, une mise en lecture requiert peu de ressources matérielles. Par contre, dans certains cas, vous voudrez peut-être utiliser quelques accessoires importants. Vous devrez également prévoir un lieu pour les répétitions. Est-ce que ces besoins nécessitent des achats, de la location ou pourrez-vous en faire l'emprunt? Est-ce que vous aurez besoin de louer un espace de répétitions, aurez-vous des photocopies à faire, etc.?

3. LA RECHERCHE DE FINANCEMENT

Si votre mise en lecture est l'aboutissement d'un travail d'exploration, d'une période d'écriture ou d'une résidence d'écriture, vous devriez inclure les dépenses associées à la mise en lecture dans vos demandes de financement initiales, le cas échéant. En général, les programmes de financement n'appuient pas la représentation publique d'une mise en lecture à moins que ça ne soit dans le cadre d'un événement public.

Consultez la fiche pratique « *Financement* » de la *Trousse de départ* pour plus de détails.

Si votre mise en lecture fait partie d'un projet d'exploration ou d'écriture, voici les programmes qui pourraient vous accorder un appui :

A. Le financement fédéral

[La composante Recherche et création du programme Explorer et créer du Conseil des arts du Canada](#)

B. Le financement provincial

[Les volets Création/Exploration ou Développement du programme Théâtre – Projets francophones du Conseil des arts de l'Ontario](#)

C. Le financement municipal

Plusieurs villes offrent des subventions aux arts soit par leur conseil des arts, soit par le biais d'un département « art et culture ». Consultez le site Internet de votre ville pour trouver, le cas échéant, des renseignements au sujet du programme d'appui aux arts. Les montants disponibles varient d'une ville à l'autre. Souvent, les sommes versées sont destinées uniquement à des activités qui se déroulent dans les limites géographiques de la ville.

D. Fondation pour l'avancement du théâtre francophone au Canada

Annuellement, cette fondation accorde des prix d'excellence à des artistes qui œuvrent pour la plupart dans le milieu théâtral franco-canadien. Des bourses sont associées à ces prix et les montants, dans le cas des bourses de création, sont de 5 000 \$ à 10 000 \$. L'appel de candidatures est lancé au printemps chaque année.

4. LE BUDGET

Afin de bien préparer votre budget de mise en lecture, revoyez vos réponses aux questions des sections « La planification générale » et « La détermination des besoins et des exigences ». Votre budget doit être le reflet direct des besoins précis de votre projet. Les prévisions budgétaires d'une mise en lecture sont plutôt simples à établir. La marge de manœuvre est restreinte si le financement obtenu n'est pas à la hauteur des sommes demandées.

ATTENTION : Si vous êtes travailleur autonome et que vous réclamez certains frais comme déductions d'impôt (frais de téléphone, par exemple), sachez que vous ne pouvez pas être crédité deux fois pour les mêmes dépenses.

CONSULTEZ ET ADAPTEZ LES MODÈLES SUIVANTS :

[Budget pour un projet public](#)

[Le tableau de calcul des retenues sur un cachet de comédiens ayant un numéro de TVH](#)

[Le tableau de calcul des retenues sur un cachet de comédiens sans numéro de TVH](#)

5. LES CONTRATS

La section « *Ententes et contrats* » de la *Trousse de départ* traite précisément des éléments essentiels à inclure dans un contrat ou une lettre d'entente. Ce qu'il faut retenir, c'est qu'une entente écrite, sous forme de lettre ou de contrat, vous protégera ainsi que vos collaborateurs dans tous les aspects du projet.

Dans le cas d'un projet de mise en lecture, vous pourriez avoir besoin de rédiger des ententes pour :

- l'embauche d'un metteur en scène;
- la location de salle de répétition;
- l'embauche de comédiens professionnels (contrat UDA);
- etc.

CONSULTEZ ET ADAPTEZ LE MODÈLE SUIVANT :

[Entente de mise en scène](#)

6. L'ÉCHÉANCIER DE PRODUCTION DÉTAILLÉ

Un échéancier détaillé vous aidera à gérer des échéances précises et à vous fixer des objectifs de réalisation dans le temps. La période de travail pour une mise en lecture est généralement de courte

durée puisque le nombre d'heures de répétition minimum établi par l'UDA est de quinze (15) à vingt (20) heures. Votre échéancier devrait inclure les éléments ci-dessous :

- la préproduction : embauche de l'équipe et préparation des contrats, horaire de répétition, etc.;
- la période de répétition;
- la période de répétition technique, le cas échéant : entrée en salle, répétition effet à effet (*cue to cue*), la générale, etc.;
- la promotion, le cas échéant : contact avec les médias traditionnels, mise en ligne de la promotion sur les médias sociaux, début de la vente des billets, etc.;
- l'horaire des représentations, si plus d'une représentation sont prévues;
- l'analyse des résultats : dates de rapports de subvention, etc.

Reportez-vous aux ententes syndicales pour régler certains aspects de l'échéancier, entre autres pour la préparation de l'horaire de répétition des comédiens et de l'horaire technique (si le spectacle est présenté dans une salle régie par un syndicat).

Les ententes UDA/ACT (spectacles grand public) et ACT/TUEJ (spectacles pour les jeunes publics) énumèrent les règles associées au nombre maximum d'heures de répétition par jour, au temps de repos minimum à accorder entre les blocs de répétition, au nombre maximum de jours de travail par semaine, aux jours fériés, etc. Lisez bien toutes les clauses se rapportant aux répétitions et aux représentations avant de préparer l'horaire.

7. LA MISE EN MARCHÉ

Si votre lecture publique fait partie d'une programmation ou d'une manifestation, la mise en marché sera probablement assurée par l'organisme hôte. Si vous êtes vous-même responsable de la mise en marché de votre lecture, optez pour des outils simples et peu coûteux.

A. Le plan de communication

Le plan de communication est un outil qui permet de planifier les actions de communication sur une certaine période. Dans le cas d'une lecture publique, vous avez probablement déterminé votre public cible. Planifiez simplement les bons moments pour rencontrer ces personnes et les meilleurs moyens de les joindre.

B. Les outils de communication

Dans le cas d'une mise en lecture, choisissez des moyens simples et peu coûteux pour contacter votre public cible, comme des courriels à des groupes ciblés de personnes, des événements Facebook, des messages Twitter ou des lettres personnalisées. Votre plan de communication ressemblera probablement à un échéancier.

C. La billetterie

Si vous êtes vous-même responsable de la mise en marché de votre lecture, la méthode maison sera peut-être votre meilleure option. Par contre, sachez qu'il existe d'autres moyens de gérer la vente de billets.

La méthode maison

La méthode maison reste la solution la moins coûteuse, mais elle requiert un investissement important de ressources temporelles et des suivis soutenus auprès des acheteurs. Vous devrez vous assurer de :

- respecter l'ordre de commande des billets, particulièrement s'il s'agit d'une salle où les places sont réservées ou dont le nombre est limité;
- obtenir les coordonnées des acheteurs afin de pouvoir les prévenir si une situation hors de l'ordinaire survenait;
- déterminer une méthode de paiement à l'avance, si vous voulez vous assurer de la présence des spectateurs;
- être en mesure de remettre des reçus aux personnes qui en font la demande;
- pouvoir vendre des billets à la porte, ce qui requiert la présence d'une personne responsable de la billetterie.

Les services de billetterie des diffuseurs

Plusieurs diffuseurs peuvent vous offrir leur service de billetterie, même si vous ne présentez pas votre spectacle dans leur salle. C'est le cas, entre autres, de La Nouvelle Scène à Ottawa et du Théâtre du Nouvel-Ontario à Sudbury. Les frais d'utilisation varient d'un diffuseur à l'autre.

Les services de billetterie sur Internet

Il existe également des services de billetterie en ligne. Les coûts d'utilisation, la langue de service et les types de services varient selon les plateformes. Quelques services sont particulièrement populaires :

- Eventbrite
- LePointdevente.com
- Brownpapertickets

POUR EN SAVOIR PLUS :

[Social Compare pour une analyse de diverses plateformes de services de billetterie](#)

[La billetterie en ligne Eventbrite](#)

[La billetterie en ligne LePointdevente.com](#)

[La billetterie en ligne Weezevent](#)

[La billetterie en ligne Brownpapertickets](#)



Conseil des Arts
du Canada

Canada Council
for the Arts