

T H É Â T R E



A C T I O N

© Théâtre action, 2023

5. LE LABORATOIRE

1. LA PLANIFICATION GÉNÉRALE

Le laboratoire : Le projet de laboratoire implique un certain travail de mise en place dans l'espace afin de tester les possibilités d'un texte ou d'explorer différents concepts scéniques (utilisation de l'espace, intégration de la vidéo, etc.). Il peut mener ou non à une représentation publique.

Votre planification générale 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 approfondir ou tester?
- Est-ce que je désire travailler seul ou avec d'autres personnes?
- Ai-je besoin d'une aide financière?
- Est-ce que je désire présenter le fruit de mon travail? Si oui, publiquement ou en privé?

RÉFLEXION : Avant de prendre la décision de faire une ou des représentations publiques, demandez-vous quel est le but premier de votre projet. Si vous faites des représentations publiques, vous devrez vous conformer aux ententes syndicales pour régler certains aspects du projet. Si votre laboratoire a pour objectif d'expérimenter certains aspects de la création et d'obtenir des commentaires ou des conseils de personnes triées sur le volet, choisissez plutôt de présenter votre travail en privé à des personnes que vous aurez invitées.

Les réponses aux questions ci-dessus vous permettront de placer, dans un calendrier général, quelques dates importantes qui vous aideront à déterminer le moment idéal pour réaliser votre projet. Voici quelques autres 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).

Si vous ambitionnez de produire et de diffuser éventuellement votre projet, songez à inscrire les dates des activités de réseautage et de vente dans la planification de votre projet. Dans ce cas, vous devrez considérer faire une présentation publique de votre projet. Des occasions sont faites sur mesure pour les projets au stade de laboratoire comme les [Fenêtres de la création théâtrale](#), organisées chaque année par le Théâtre de la Ville à Longueuil (QC), qui mettent en lumière des projets au stade de laboratoire ou en cours de création. À [Contact ontariois](#), organisé par Réseau Ontario, vous pouvez présenter une vitrine devant les diffuseurs. Cette manifestation se tient annuellement à la mi-janvier.

ATTENTION : Si votre projet de laboratoire repose sur le texte d'un auteur autre que vous-même, et que vous envisagez des représentations publiques, vous devrez obtenir les droits 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.

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

Un projet de laboratoire implique habituellement plusieurs personnes. Par exemple, si vous voulez tester des aspects comme l'utilisation de l'espace ou de percussions, ou l'intégration de vidéo, vous aurez sans doute besoin de conseillers dans ces domaines.

Dressez la liste des personnes avec lesquelles vous voulez travailler et tentez de déterminer leur degré d'engagement (œil extérieur, conseiller occasionnel, acteur toujours en travail avec vous, etc.).

Si vous désirez faire une représentation publique de votre travail et que vous embauchez des comédiens professionnels, vous aurez des exigences à satisfaire. Vous devrez, entre autres, répondre aux exigences de base contenues dans les ententes collectives comme celles de l'UDA/ACT ou l'UDA/TUEJ.

Les ententes collectives en vigueur en Ontario

- L'Union des artistes et l'Association des compagnies de théâtre (UDA/ACT) : [entente INTERPRÈTES et tarifs majorés](#)
- L'Union des artistes et l'Association des compagnies de théâtre (UDA/ACT) : [entente METTEURS EN SCÈNE et CHORÉGRAPHERS et tarifs](#)
- L'Union des artistes et Théâtres Unis Enfance Jeunesse (UDA/TUEJ) : [entente INTERPRÈTES et tarifs majorés](#).
- 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

Dressez une liste des ressources matérielles qu'il vous faut. Devrez-vous acheter, louer, emprunter pour satisfaire vos besoins? Par exemple, aurez-vous besoin d'une salle de répétition ou devrez-vous faire des photocopies?

3. LA RECHERCHE DE FINANCEMENT

Si vous croyez avoir besoin d'une aide financière pour réaliser votre projet, sachez qu'il existe quelques programmes de subvention qui appuient les projets de laboratoire.

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

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

Le budget est un document en constante évolution. Au moment de préparer le premier budget de votre projet, n'ayez pas peur de rêver, mais soyez conscient de la réalité. 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.

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 non public](#)

[Budget pour un projet public](#)

[Le tableau de calcul des per diems selon l'entente UDA/ACT](#)

[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 laboratoire, selon votre choix de faire ou non une représentation publique, vous pourriez entre autres avoir besoin de rédiger des ententes pour :

- l'embauche de conseillers spécialisés;
- l'embauche de concepteurs;
- la location de salle de répétition;
- l'embauche de comédiens professionnels.

CONSULTEZ ET ADAPTEZ LES MODÈLES SUIVANTS :

[Contrat de conception](#)

[Contrat 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. En général, selon l'ampleur et la nature du projet et selon votre choix de faire ou non une représentation publique, vous devriez y inclure les éléments ci-dessous :

- la préproduction : embauche de l'équipe et préparation des contrats, horaire de répétition, rencontres avec les conseillers et concepteurs, etc.;
- la période de production : échéances des étapes de travail, répétitions, etc.;
- la période de répétition technique, le cas échéant : entrée en salle, répétition effet à effet (*cue to cue*), les enchaînements techniques, 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;
- l'analyse des résultats : dates de rapports de subvention, etc.

Si vous choisissez de faire des représentations publiques, vous devrez vous reporter aux ententes syndicales pour régler certains aspects de l'échéancier, entre autres pour la préparation de l'horaire de répétition des comédiens et 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 vous avez choisi de faire des représentations publiques de votre laboratoire, vous voudrez sans doute faire quelques efforts de mise en marché pour attirer un bon nombre de spectateurs.

A. Le plan de communication

Le plan de communication est un outil qui permet de planifier les actions de communication sur une certaine période. Vous pouvez y inclure vos publics cibles, et déterminer la stratégie et les outils à utiliser pour les rejoindre. Vous pouvez également y inclure les outils privilégiés, les dates de vos actions et les personnes responsables. La mise en marché peut commencer pratiquement en même temps que les aspects créatifs du projet.

B. Les outils de communication

Les médias traditionnels sont de bons outils de communication : les entrevues à la radio, les extraits à la télévision, les articles dans les journaux sont des outils efficaces et peu coûteux. Le truc, c'est de trouver le petit quelque chose qui saura retenir l'attention des journalistes et des chroniqueurs.

Les médias sociaux sont des outils peu coûteux, viraux et interactifs. Vos actions de mise en marché y sont diffusées en différé ou en direct. Laissez libre cours à votre imagination sur :

- votre page Facebook;
- YouTube, Vimeo et d'autres sites de visionnement;
- X (anciennement Twitter);
- Instagram;
- d'autres médias qui existent déjà ou qui viendront à coup sûr!

C. La billetterie

Si vous présentez votre laboratoire publiquement, vous devrez choisir un système de gestion de billetterie.

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. 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