

T H É Â T R E



A C T I O N

7. LA PRODUCTION ET LA COPRODUCTION

1. LA PLANIFICATION GÉNÉRALE

La production et la coproduction : Œuvre théâtrale portée à la scène par des comédiens et comportant tous les éléments d'un spectacle ou presque, selon les choix de mise en scène : costumes, éclairages, décors, accessoires, vidéo et autres. Une production est présentée devant public.

La coproduction est une production menée à terme par plus d'un producteur (compagnies, festivals, manifestations, etc.). Elle implique généralement un partage de revenus et de dépenses entre les coproducteurs, qui prennent aussi ensemble les décisions artistiques selon les conditions de l'entente intervenue entre eux.

Une bonne entente écrite entre les coproducteurs permettra, entre autres, de déterminer les tâches, l'engagement financier, le degré de responsabilité, le partage des ressources humaines et matérielles de chaque producteur. L'entente devrait également désigner le producteur délégué parmi tous les coproducteurs.

Afin de bien la planifier et de la mener à terme, voici des dates importantes qui vous aideront à déterminer le moment idéal pour réaliser votre production :

- Les dates de tombée des demandes de financement;
- L'annonce des réponses de financement;
- La réception des fonds;
- L'obtention des droits d'auteurs;
- La tenue de Contact ontariois et d'autres marchés du spectacle, si vous désirez poursuivre la diffusion de la production;
- Les dates de présentation de rapport(s).

La planification générale d'une coproduction diffère très peu de celle d'une production normale. Il y aura quelques étapes de validation entre coproducteurs à ajouter aux échéanciers.

2. LA DÉTERMINATION DES BESOINS ET 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 spectacle que vous voulez produire, considérez les aspects déterminants ci-dessous :

A. Les ressources humaines

- Combien me faut-il d'acteurs?
- De quels concepteurs ai-je besoin (décor, costumes, éclairage, son, vidéo, accessoires, etc.)?
- Me faut-il d'autres contractuels (pour la construction du décor, la confection des costumes, le montage et le démontage, etc.)?
- Me faut-il un metteur en scène et un assistant metteur en scène?
- Ai-je besoin d'une régie et d'une direction de production?
- Ai-je besoin d'un expert du domaine des communications ou des relations publiques?
- Mon projet comporte-t-il des particularités qui exigent d'autres types de spécialistes?

- Pour bien encadrer la gestion de mon projet (cachets, heures de travail, etc.), quelles ententes collectives devrais-je utiliser?

Les ententes collectives qui ont compétence 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

- Quels sont les éléments essentiels à la production (matériaux pour le décor, costumes, accessoires, maquillages, perruques, etc.)?
- Quels sont les éléments techniques essentiels à la production (location d'éclairage et de microphones, équipement vidéo et sonore pour produire des effets spéciaux, etc.)
- Ai-je besoin de matériel ou d'accessoires périssables (nourriture consommée pendant le spectacle par exemple)?
- Ai-je besoin d'une salle de répétition? Si oui, estimez le nombre de journées ou de semaines (voir horaire de production)
- Devrai-je louer un véhicule pour transporter les éléments du décor?
- Mon projet comporte-t-il des particularités qui requièrent d'autres éléments matériels ou ressources?

3. LA RECHERCHE DE FINANCEMENT

Selon l'ampleur de votre projet, vous pourrez faire une ou plusieurs demandes de financement. Dans le cas d'une production, vous avez plusieurs possibilités :

- le financement public du Conseil des arts du Canada et du Conseil des arts de l'Ontario, de même que le financement offert par les municipalités par le biais de leur conseil des arts ou leur programme de financement culturel;
- le financement privé de fondations comme la Fondation franco-ontarienne, la Fondation communautaire de votre région, la Fondation Trillium;
- dans le cadre d'un projet autogéré, le financement dépend des recettes de billetterie et de vente qui sont partagées entre les partenaires du groupe;
- selon son ampleur, un projet peut être financé en tout ou en partie par une collecte de fonds.

ATTENTION : Assurez-vous de répondre aux critères d'admissibilité de chacun des bailleurs de fonds avant de déposer votre demande.

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

A. Le financement fédéral

[La composante Du concept à la réalisation du programme Explorer et créer du Conseil des arts du Canada](#)

B. Le financement provincial

[Le Programme Théâtre – projets francophones du Conseil des arts de l’Ontario](#)

[Le Programme Arts du Nord - projets du Conseil des arts de l’Ontario](#)

[Le Programme Arts autochtones - projets du Conseil des arts de l’Ontario](#)

[Les programmes de subvention du Conseil des arts de l’Ontario](#)

[Les programmes et bourses en théâtre au Conseil des arts et des lettres du Québec](#)

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.

E. Le financement privé

Plusieurs fondations privées encadrent des programmes de subvention. La plupart s’adressent aux organismes sans but lucratif ou aux organismes de bienfaisance. Si la fondation ne finance que les organismes de bienfaisance, il est souvent possible de déposer une demande en étant parrainé par un organisme de bienfaisance enregistré. Théâtre Action et plusieurs compagnies de théâtre ontariennes offrent ce type d’appui. L’organisme de bienfaisance reçoit alors le financement et s’engage à verser l’argent à l’organisme parrainé. Il vous faudra le numéro de bienfaisance de l’organisme, une lettre ou la signature originale de votre parrain afin de déposer votre demande.

[La Fondation Trillium de l’Ontario](#)

La Fondation Trillium subventionne des organismes selon une stratégie d’investissement dans six domaines d’action. Il est primordial de visiter le site Internet de la Fondation pour connaître les critères d’admissibilité, les types de projets subventionnés et les dates limite de dépôt des demandes. La durée des projets peut varier selon le programme de subvention auquel vous soumettez une demande.

[La Fondation Franco-Ontarienne](#)

La Fondation appuie des « projets d’envergure provinciale qui aident au maintien de la vitalité franco-ontarienne ». Les montants accordés sont d’un maximum de 5 000 \$.

[Les Fondations communautaires de l’Ontario](#)

Plusieurs fondations financent des initiatives de nature régionale en Ontario.

F. L'autofinancement

L'autofinancement est une option si vous ne recevez aucun financement public ou s'il vous faut un revenu d'appoint pour compléter le financement déjà reçu. Il comprend toutes les stratégies de collecte de fonds comme l'organisation d'une activité-bénéfice et les campagnes de [financement participatif](#). Même si vous avez reçu un financement public pour votre projet, tous les efforts que vous déploierez pour augmenter vos ressources budgétaires ne passeront pas inaperçus aux yeux des bailleurs de fonds.

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 de la section « Besoins et exigences ». Dans le cas d'une coproduction, assurez-vous de respecter l'entente établie entre les coproducteurs au moment d'élaborer votre budget. Celui-ci doit être le reflet direct des besoins précis de votre projet. Par contre, le cas échéant, vous devez tenir compte de certains postes budgétaires supplémentaires, notamment :

- les frais associés à l'utilisation des ententes collectives;
- les redevances à payer sur les cachets (UDA, ACT, TUEJ, etc.);
- les taxes à payer sur les cachets des artistes qui ont un numéro de taxe;
- les droits d'auteurs;
- les frais SOCAN ou Ré:Sonne;
- les frais administratifs (téléphone, photocopies, assurances, frais bancaires, commande de chèques, etc.);
- l'assurance responsabilité civile;
- la Commission de la sécurité professionnelle et de l'assurance contre les accidents du travail (CSPAAT);

Quelques conseils

- Inscrivez tous vos revenus possibles : subventions, dons (en argent, services, nature), activités de collecte de fonds, revenus de billetterie, revenus de la vente de spectacles, commandites, financement participatif, votre propre contribution (le cas échéant), etc.;
- Ajoutez un fonds de prévoyance à vos dépenses (généralement entre 5 % et 10 % du budget total) pour pallier les imprévus;
- Avant d'établir le budget de votre projet, vérifiez les postes budgétaires contenus dans les formats de budget des bailleurs de fonds. Ainsi, vous pourrez déjà inclure des sous-totaux qui vous seront utiles au moment de transférer vos chiffres dans les formats demandés.
- Assurez-vous de connaître le montant du salaire minimum en Ontario. C'est celui que vous devrez utiliser (à moins de pouvoir offrir des cachets plus élevés) et non le salaire minimum québécois qui est utilisé dans les ententes collectives.
- Apprenez à vous servir du programme Excel : il pourrait bien devenir votre meilleur ami!

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

Budget pour une coproduction

Le tableau de calcul des per diem 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

Tableau de calcul des droits de suite pour un concepteur ayant un numéro de TVH

Tableau de calcul des droits de suite pour un concepteur 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'une production, vous pourriez avoir besoin de rédiger des ententes pour :

- l'embauche des comédiens;
- l'embauche du metteur en scène, du régisseur, du directeur de production;
- l'embauche des concepteurs;
- l'embauche du constructeur du décor et du confectionneur de costumes;
- la location des salles de répétition et de représentation;
- les ententes de dons en service ou en nature;
- les ententes de commandites;
- les ententes de billetterie (voir section « La billetterie »);
- les ventes de spectacles ou de matinées scolaires;
- les ententes avec des agences de vente et de représentation;
- l'entente de coproduction le cas échéant.

L'entente entre coproducteurs peut être très simple, c'est-à-dire que les revenus et les dépenses seront également distribués. Toutefois, selon le contexte, une entente plus étoffée pourrait être de rigueur. Par exemple, si les coproducteurs se trouvent dans deux villes différentes et que des représentations ont lieu dans chacune des villes, les coproducteurs pourraient effectuer eux-mêmes la promotion du spectacle dans leur ville, conserver les recettes des représentations à domicile tout en assumant les coûts qui leur sont associés.

Dans une entente de coproduction, on trouve généralement certaines annexes supplémentaires telles que le budget initial du projet, une liste des noms et titres exacts des personnes engagées dans le projet (pour simplifier l'élaboration des programmes de soirée), l'échéancier général du projet, les dates des représentations dans chacune des villes, etc.

CONSULTEZ ET ADAPTEZ LES MODÈLES SUIVANTS :

Contrat de concepteur

Contrat de régisseur

Contrat de metteur en scène

Contrat de vente de matinée scolaire

Entente de coproduction

6. L'ÉCHÉANCIER DE PRODUCTION DÉTAILLÉ

Cet outil détaillé vous aidera à gérer les échéances précises de la production de votre spectacle. Vous pourrez tout planifier de la préproduction au démontage. Dans le cas d'une coproduction, cette tâche revient généralement au producteur délégué. En général, vous devriez y inclure les éléments ci-dessous :

- la préproduction : auditions, embauche de l'équipe et préparation des contrats, horaire de répétition, rencontres avec les concepteurs, etc. Dans le cas d'une coproduction, les partenaires se rencontreront à cette étape pour déterminer les conditions de la coproduction et la direction artistique à donner au projet;
- la période de production : échéances pour les concepteurs, répétitions, répétitions dans le décor, etc.;
- la période de répétition technique : entrée en salle, répétition effet à effet (*cue to cue*), les enchaînements techniques, la générale, etc.;
- la promotion : 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.

Vous devrez vous rapporter 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 avant de préparer l'horaire.

CONSULTEZ ET ADAPTEZ LES MODÈLES SUIVANTS :

[Horaire technique](#)
[Rapport de représentations](#)

7. LA MISE EN MARCHÉ

La mise en marché de votre spectacle sera efficace si elle est bien planifiée et préparée. Souvent, les montants alloués à la promotion sont revus à la baisse quand les subventions accordées ne sont pas à la hauteur des attentes. Heureusement que nous pouvons maintenant compter sur les médias sociaux!

Dans le cas d'une coproduction, il est possible que la mise en marché soit effectuée séparément si les coproducteurs se trouvent dans des villes différentes. Comme les publics peuvent être différents et exiger des stratégies de mise en marché distinctes, les coproducteurs pourraient assumer chacun de leur côté l'entière responsabilité de la vente des représentations dans leur ville.

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 qu'un projet, car certaines actions peuvent être mises en branle même si la création de l'œuvre est toujours en cours.

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 pré-papiers 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!

La revue de presse

Pendant la période de promotion, recueillez tout ce qui se dit et ce qui s'écrit sur votre projet : articles de journaux (versions papier ou électronique), captures d'écran de commentaires sur les médias sociaux, enregistrements ou transcriptions d'entrevues, etc. Vous pourrez ainsi monter un dossier de presse qui témoigne du succès de votre projet.

C. La billetterie

Si vous présentez vous-même votre spectacle, c'est-à-dire qu'aucun diffuseur n'a acheté vos représentations, 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;
- d'obtenir les coordonnées des acheteurs afin de pouvoir les prévenir si une situation hors de l'ordinaire survenait;
- de déterminer une méthode de paiement à l'avance, si vous voulez vous assurer de la présence des spectateurs;
- d'être en mesure de remettre des reçus aux personnes qui en font la demande;
- de 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 de la Place des Arts 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

Le rapport de billetterie

À la fin des représentations, vous voudrez obtenir sans doute un rapport de billetterie. Le rapport de billetterie comprend d'habitude le total des recettes par représentation, le nombre total de spectateurs, le nombre de spectateurs pour chaque catégorie de billets (abonnements, achats à la porte, billets pour adultes, aînés et étudiants, billets de faveur, billets à prix réduits, billets donnés aux médias, etc.). D'un point de vue statistique, ces données vous seront grandement utiles pour remplir vos rapports de subventions.

Plusieurs diffuseurs aiment recueillir des données sur l'appréciation du spectacle par le public. Les méthodes varient et se valent : livre d'or dans lequel les spectateurs peuvent laisser leurs commentaires ou système de vote par nombre d'étoiles ou de cœurs. Laissez libre cours à votre imagination!

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