



Bilan du Chantier sur la diffusion des arts de la scène pour les jeunes publics

Organisé avec le soutien de Théâtres Unis Enfance Jeunesse (TUEJ) le 4 octobre 2017

Diffusion complète: <https://youtu.be/iOs39ObYM2U>

** Ce résumé comprend uniquement les présentations des principaux comités et ne tient pas compte des périodes de questions et d'échanges.*

Ce bilan permet de faire l'état de la situation sur la diffusion des arts de la scène pour les jeunes publics. Les trois comités avaient comme mandat de faire l'état des enjeux, de déterminer les objectifs et stratégies à adopter pour le milieu, tout en identifiant les forces et les faiblesses, afin de proposer une série d'actions et solutions à leur portée.

1. Valorisation des arts vivants en jeune public

Pierre Labbé, représentant musique.

Constat: à l'extérieur du milieu, les arts vivants pour le jeune public n'existent pas. Pour le public général, quand on dit théâtre pour enfant on parle de variété, pas d'une œuvre professionnelle destinée aux enfants.

3 objectifs :

1. identifier les moyens de capter des nouveaux publics et élargir l'accès aux œuvres,
2. trouver des nouvelles opérations de promotion des arts de la scène pour le jeune public,
3. créer des modèles d'organisation plus solidaires (nouvelles façons pour les diffuseurs et producteurs de travailler ensemble).

Que peut-on faire ici et maintenant?

Capsules vidéo pour vendre différemment : chaque spectacle requiert une approche qui lui ressemble, ex. la vraie vie des vedettes (personnages des œuvres), rejoindre les gens qui ne sont pas en contact avec la promo du diffuseur (comment évaluer??), recueillir les commentaires des enfants à la sortie par exemple. Le comité souhaite établir un partenariat avec l'école des médias de l'UQAM, pour qu'un producteur par année puisse concevoir une capsule promotionnelle (stage pour l'étudiant).

Création d'un **#jeunepublic** pour générer une meilleure autopromotion.

La **couverture médiatique** n'est pas une priorité des médias : la création jeunesse est souvent regardée de haut par les arts pour adultes. Est-il possible de former des critiques, rencontrer les médias...?

Le **matériel promotionnel** fourni par les producteurs n'est pas toujours en adéquation avec le besoin du diffuseur. Création d'un comité d'agents de communication?

Création d'une page Facebook pour que les diffuseurs et producteurs puissent partager leurs bons coups.

2. Médiation culturelle

Objectifs :

1. reformuler l'importance de la médiation, ses tenants et aboutissants,
2. identifier des initiatives exemplaires et dérivées possibles afin de mieux cerner les défis
3. renouveler les approches et pratiques.

La médiation culturelle c'est l'affaire de qui?

Qui est responsable, le producteur ou le diffuseur? La MC devrait être pensée et offerte en collaboration. Mais peut-elle se faire sans les créateurs? La MC joue un rôle d'éducation artistique et de développement de public. Les mieux positionnés sont les diffuseurs car ils sont en lien avec les artistes et le public. Le rôle de l'agent culturel devrait inclure la diffusion et le service au citoyen, tout en étant en lien avec le milieu de l'éducation.

Quel est le rôle de l'artiste : si l'artiste n'est pas à l'aise, il faut faire appel à un médiateur. La MC ne doit pas être une obligation mais un choix. Les producteurs doivent tout de même être impliqués dans le processus.

À quoi ça sert? (Intentions, fonctions)

Producteurs : développer le projet artistique, nourrir la création en allant à la rencontre du public,

Diffuseurs : améliorer la réception de l'œuvre,

Développement de public : sensibiliser et valoriser la pratique, le développement continu du spectateur, inciter le public à fréquenter la création des arts de la scène.

Disciplinaire: démystifier la pratique et éveiller à la découverte des arts vivants

La MC est un lien privilégié entre l'œuvre, l'artiste et le public. Il s'agit d'un élément essentiel pour développer le public, accroître l'accessibilité aux arts des citoyens. On remarque une structuration progressive de la MC, qui est en voie de professionnalisation. Par contre, il y a absence de programmes de soutien dans les régions.

2 approches :

1. médiation de l'art (accessibilité à l'art)
2. médiation par l'art (accroissement de la participation citoyenne)

Impacts : c'est un moyen de contrer l'isolement culturel, donne des acquis d'éducation aux arts, permet de découvrir les infrastructures de l'offre culturelle et communautaire.

Recommandations : nouveaux investissements alloués à la MC, réaliser et partager un lexique et un organigramme de l'action culturelle, partager les bons coups et informations, consolider les liens entre la diffusion et le scolaire, développer des actions auprès des enseignants pour les sensibiliser à l'art et les former, engager un dialogue avec l'éducation pour discuter des enjeux des arts de la scène, développer des projets tels que le programme Culture à l'école qui n'existe plus, établir des liens avec la Fédération des comités de parents.

3. Relations producteur-diffuseur

Marie-Hélène Da Silva, représentante musique

Objectif : Trouver des solutions pour améliorer les relations producteur-diffuseur.

Rédaction d'un guide de bonnes pratiques pour refléter les réalités de chacun.

Rappeler le fonctionnement des ententes collectives des différentes disciplines à respecter par les producteurs (conditions de travail, salaires, etc.). Comprendre les ententes envers le personnel technique et d'accueil des diffuseurs, les enjeux de disponibilité de la salle.

Par exemple, pour l'aide financière à la tournée : 3 représentations min, déposé 3 mois avant la 1ere date.

Contrat de représentation : le nombre de représentations garanties devrait être plus élevé que le nombre d'options.

Date de signature : plus tôt le producteur peut signer avec ses artistes, plus tôt il peut s'assurer de leur disponibilité. Sinon, il doit les remplacer, ce qui occasionne des coûts supplémentaires (répétitions, etc.).

Devis technique : les directeurs techniques doivent de parler pour confirmer l'accessibilité de la salle à accueillir le spectacle.

Entrée en salle : le temps de montage est devenu un enjeu (applicable en musique?), qualité d'accueil de la salle.

Jauge : déterminer une stratégie, ex. débordement de jauge pour une école.

Groupes d'âge : famille de tous âges, parfois les enfants sont trop jeunes mais parents insistent. Un mauvais groupe d'âge peut nuire à l'écoute du spectacle.

Promotion : outils fournis par le producteur représentent la vision et l'esthétique du créateur. Par contre, les outils requis par le diffuseur pas toujours les mêmes.

Offre scolaire vs familiale : Difficulté de jongler avec l'horaire des représentations (autobus scolaires, double représentation en matinée, heure des représentations familiale en pm pendant l'heure de la sieste).

4. Bonnes pratiques

Exemple de Mélanie Brisebois, Corporation du développement culturel de Trois-Rivières

Entente de développement culturel de 3 ans avec le Ministère de la Culture et la municipalité où chacun investit 60% (municipalité) et 40%(MCC) pour mettre sur pied différents projets. Partenaires signataires : Université, CEGEP, commission scolaire (investissement \$).

Commission scolaire : les bonnes relations entretenues permettent de développer plusieurs projets. Un représentant fait partie du CA de la Corporation et la commission scolaire a invité le diffuseur au comité culture. Elle donne également accès au conseiller pédagogique pour développer des projets, l'invite aux rencontres de direction pour parler des projets et de l'offre culturelle, peut les sonder sur comment mieux accompagner les enseignants à mieux participer à la vie culturelle, etc. Il y a un grand besoin de formation qui est donnée lors des journées pédagogiques des enseignants. Accès au courrier interne des enseignants pour distribuer la programmation de la Corporation.

La Corporation a établi des collaborations pour faire des ateliers préparatoires avec la Maison théâtre et Rencontre théâtre ado, qui lui fournissent des animateurs.

Pour le parent : accompagner via des coupons pour outiller le parent (3 questions sur le spectacle) à discuter avec son enfant lorsqu'il assiste à des spectacles.

Projet pilote régional : Famille tout inclus (voir mom-art.org) pour découvrir l'art en famille et adapter l'accessibilité des lieux de diffusion aux familles, outiller les familles, les citoyens.

La Corporation diffuse le guide pédagogique du spectacle aux familles et annonce les représentations scolaires sur son site web. Elle a développé des ateliers de bricolage parent-enfant qui suivent le thème du spectacle. Cela permet au parent de ne pas avoir à se casser la tête, tout en préparant les deux à la pièce à laquelle ils vont assister.

Plusieurs échanges ont suivi les présentations des comités et sur les bonnes pratiques. Nous vous invitons à regarder la vidéo au complet afin de prendre connaissance des commentaires et recommandations de vos pairs.