

Programme de spectacle

Programme, déf. : Écrit annonçant et décrivant les diverses parties d'un congrès, d'une fête, d'un spectacle, etc. (endroit, date, heures des séances, personnes invitées, grandes lignes du déroulement de l'activité...).

Un programme est nécessaire pour tout événement avec lequel les participants ou spectateurs ne sont pas à 100% familiers.

C'est un outil de développement de public pour les artistes peu connus.

Contenu du programme

Le programme de spectacle devrait inclure, dans l'ordre ...

Sur la page couverture

- **Identification de l'événement**

Quoi, Quand, Où, Par Qui? Le nom de l'artiste, le titre du spectacle, la date, l'heure, le lieu et le nom du diffuseur devraient être les premières informations communiquées par votre programme de spectacle. Elles apparaissent donc généralement sur la page couverture ou dans les premières pages du programme. Ne négligez pas la date, l'heure et le lieu : certains spectateurs, gens des médias ou bailleurs de fonds peuvent avoir besoin de ces informations pour leur travail ou garder votre programme en souvenir. Ils voudront alors pouvoir retracer facilement la date, l'heure et le lieu du spectacle.

- **Ligne ou outils promotionnels**

Si une ligne ou phrase promotionnelle a été créée pour la mise en marché d'un spectacle ou d'une tournée – comme c'est le cas pour toutes les tournées de Réseau Ontario – celle-ci devrait être mise en évidence, afin d'appuyer la stratégie de marketing et de permettre au spectateur d'établir, si ce n'est déjà fait, le lien avec la publicité qu'il aura vue ou entendue dans les journaux, à la radio ou à la télévision.

Si la tournée ou le spectacle a été mis en marché avec une stratégie particulière, faites-le savoir. Par exemple, mentionnez qu'il s'agit du Coup de foudre RO et mettez le logo du Coup de foudre sur la page couverture, indiquez que le spectacle est « 100% garanti » ou parlez de votre stratégie locale de mise en marché (soirée porto et chocolat, soirée d'Halloween en déguisements, soirée parents-ados, etc.). De tels outils peuvent devenir des images de marque qui attireront le public si ils sont utilisés fréquemment et si ils sont mis en évidence...

- **Logos des bailleurs de fonds, commanditaires et partenaires**
Très important. Soit sur la page couverture ou à l'endos du programme

À l'intérieur du programme

- **Message du diffuseur**
Facultatif. Il est assez fréquent, surtout chez les diffuseurs spécialisés en théâtre, que le directeur artistique ou la personne responsable de la programmation rédige un mot pour parler de son choix de programmation. Cela peut être une occasion d'exprimer sa fierté d'accueillir un artiste ou un spectacle de renom, ou encore d'avertir le spectateur qu'il doit s'apprêter à voir quelque chose qui sortira de l'ordinaire ou un jeune artiste prometteur qui sera bientôt une étoile.
- **Messages de dignitaires**
Facultatif. Seulement si le spectacle constitue un événement important dans la saison et si des bailleurs de fonds y ont participé. Ces messages sont l'occasion pour un dignitaire (maire, député, ministre) d'obtenir une reconnaissance de la participation financière de son organisme (municipalité, agence ou ministère) et, pour le diffuseur, d'ajouter du prestige à l'événement. Prenez note que les messages doivent être demandés aux bailleurs de fonds plusieurs mois avant la production du programme.
- **Informations sur l'artiste**
 - Biographie
 - Indentification du genre d'artiste ou de la discipline (auteur-compositeur-interprète vs. interprète, genre nouveau, spectacle multidisciplinaire, etc.)
 - Prix gagnés
 - Citations de critiques
- **Photo de l'artiste**
Facultatif. À éviter si une impression ou une photocopie de bonne qualité n'est pas disponible.
- **Contenu du spectacle**
 - Liste des chansons ou description de la démarche artistique
 - Dans le cas du théâtre, mot sur le texte, mot de l'auteur, mot du metteur en scène.
N.B. Les compagnies de théâtre ont toutes des programmes complets qu'elles peuvent vous donner lorsque vous accueillez leurs productions.

À l'intérieur et/ou à l'endos du programme

- **Activités de sensibilisation**
Le cas échéant, mentionnez qu'il y aura une rencontre avec l'artiste après le spectacle ou parlez de l'atelier qu'il aura donné dans les écoles la veille du spectacle.

- **Publicités**
Espaces pour vendre des publicités.
- **Informations sur le diffuseur**
Facultatif. Mandat, mission, vision et/ou historique.
- **Annonce de votre prochain spectacle**
Votre public cible est là, dans votre salle. Ne ratez surtout pas la chance de lui annoncer votre prochain spectacle, à même le programme ou sous forme d'encart.

Conception et production du programme

Pour la conception du programme, vous pouvez utiliser le gabarit de Réseau Ontario, avec le logiciel de traitement de texte Word. Vous pouvez aussi utiliser des logiciels plus spécialisés comme Publisher, Photoshop, QuarkExpress, etc.

Le format le plus standard est un livret fait de papier format lettre (ou A-4) plié en deux. Les feuilles non pliées sont à éviter car elles sont moins faciles à manipuler que les livrets et plus embarrassantes.

Le papier devrait être blanc ou d'une couleur neutre. Cela le rend plus facile à lire dans un éclairage tamisé. Un papier épais et rigide est préférable lorsque le programme ne compte qu'une feuille mais cela n'est pas absolument nécessaire.

Idéalement, l'impression du programme devrait être confiée à un imprimeur professionnel ou à une entreprise offrant un service de photocopies de haute qualité.. Cela assure la qualité du produit (surtout pour les photos) et vous évite d'avoir à tout plier vous-même. L'impression professionnelle en couleur peut être dispendieuse, par contre l'impression en noir peut parfois être étonnement abordable. Cela dit, lorsque la quantité est limitée (ou que les fonds sont limités), le programme peut très bien être imprimé et photocopié maison.

L'impression couleur est une option dispendieuse qui n'est pas recommandée, sauf pour les programmes d'événements importants ou pour une page couverture.

Astuce intéressante ...

Certaines compagnies de théâtre franco-ontariennes ont commencé à utiliser des petites pochettes dans lesquelles elles glissent leurs programmes et leurs encarts, un peu à l'instar des grandes salles de spectacle qui utilisent un programme général à l'intérieur duquel s'ajoute un programme spécifique à la soirée. Ces pochettes cartonnées et glacées, arborant le logo de la compagnie sont produites en grande quantité par un imprimeur, ce qui permet d'offrir au spectateur un programme avec une belle couverture et de projeter une image professionnelle. Un autre avantage de ces pochettes, c'est qu'elles sont réutilisables : plus nécessaire de tout jeter au recyclage après le spectacle, on ne se débarrasse que des programmes excédentaires et on garde les pochettes pour le prochain spectacle.