

Lurelu

La seule revue québécoise exclusivement consacrée à la littérature pour la jeunesse



Défis et hasards de la diffusion internationale

Raymond Bertin

Volume 27, Number 2, Fall 2004

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/12010ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association Lurelu

ISSN

0705-6567 (print)

1923-2330 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Bertin, R. (2004). Défis et hasards de la diffusion internationale. *Lurelu*, 27(2), 79–80.



L'ogrelet

(photo : Yves Dubé)

Défis et hasards de la diffusion internationale

Raymond Bertin

79

Travailleuses de l'ombre, elles jouent un rôle clé dans l'exportation de notre théâtre de création à destination du jeune public. Elles forment une sorte de confrérie, ou d'amicale féminine : les hommes y sont l'exception. Pour dresser un petit état des lieux de la diffusion internationale du théâtre jeunes publics québécois, Lurelu a contacté les responsables de la diffusion de quatre compagnies qui tournent : Le Carrousel, le Théâtre Bouches Décousues, le Théâtre Le Clou et le Théâtre de l'Œil.

Ce n'est pas d'aujourd'hui que le théâtre québécois pour enfants et pour adolescents suscite l'intérêt au-delà de nos frontières. Quelques grands succès comme *L'Histoire de l'oie* de Michel Marc Bouchard et *L'Ogrelet* de Suzanne Lebeau ont parcouru le monde et continuent de le faire, dans les productions et avec les interprètes de la création, qui ont dû se mettre à l'apprentissage des langues étrangères. Si les textes des auteurs voyagent facilement et font l'objet de productions dans certains pays, en français ou en traduction, de grands défis attendent nos compagnies qui souhaitent faire circuler leurs spectacles. Les productions sans paroles — danse, marionnettes, théâtre acrobatique — ont la cote en Asie et dans les marchés anglophones. Quand il s'agit de théâtre de création, ça se corse.

Compter sur le hasard

Les expériences d'exportation varient d'une compagnie à l'autre. Le Théâtre de l'Œil crée des spectacles de marionnettes à destination du jeune public depuis 1973. **Jocelyne Losier** y est responsable de la diffusion depuis dix-sept ans. «Notre première visite en Europe remonte à 1977, en Belgique, mais les choses ont beaucoup changé depuis, dit-elle; à l'époque c'était presque une famille, le décor entraînait dans une voiture...» Ont suivi des voyages en

Chine (1983), en Algérie (1986), puis en France, Belgique et Suisse (1991), avant une nouvelle éclipse jusqu'en 1999 : «Ce n'était pas dans notre vocation, nous nous sommes retrouvés à l'étranger un peu par hasard, par le biais de projets particuliers, explique Jocelyne; on tournait surtout au Québec, en Gaspésie et tout ça. On jouait toujours en français, on ne faisait pas de traduction. En France, ce n'était pas évident, mais au Québec on jouait toujours cent, cent cinquante, deux cents spectacles. Puis *Le Porteur*, notre premier spectacle sans paroles, est arrivé en 1997 et nous a vraiment poussés, nous a ouvert la porte, ç'a été presque un accident de parcours, pas du tout planifié.»

Avec *Le Porteur*, le Théâtre de l'Œil a parcouru les États-Unis, le Japon et la Suisse, la France, la Corée et Hong-Kong, où il peut à présent offrir d'autres spectacles.

Pour le Théâtre Le Clou, compagnie de création pour adolescents fondée en 1989, les choses se présentent autrement. «C'est avec le projet *Les Zurbains*, qui comporte un concours d'écriture impliquant étudiants, professeurs et diffuseurs, que la compagnie a pu pénétrer le marché français, raconte **Michèle Chanonat**, chargée de la diffusion depuis un an. Nous y sommes retournés avec *Au moment de sa disparition*, notre premier spectacle à tourner en France, d'abord au Théâtre Jeune Public de Strasbourg, puis, à la suite de la présentation aux Coups de théâtre en 2002 à Montréal, on a fait trente représentations l'an dernier sur des scènes nationales et dans trois festivals, où on a eu la chance d'avoir beaucoup de programmeurs présents.» Résultat : une autre tournée du même spectacle, gagnant de trois Masques au Québec, aura lieu en 2004-2005, incluant plusieurs représentations à Paris, où on testera aussi la nouvelle création, *Romances & Karaoke*.

Nourrir son réseau de contacts

Toutes nous disent l'importance d'établir et de maintenir des relations avec les diffuseurs. **Francine Gaudreault** travaille à la diffusion des créations du Carrousel depuis onze ans. Cette compagnie a un historique d'exportation impressionnant. Fondée en 1975, elle a diffusé *Une lune entre deux maisons* en Europe et en Argentine dès le début des années 80, et ça ne s'est pas arrêté depuis : France, Belgique, Suisse, Italie, Espagne, Mexique.

Francine, qui refuse de se voir comme une «vendeuse», définit ainsi son rôle : «Je suis le lien entre la compagnie et d'éventuels programmeurs. Je les appelle pour leur dire : on est chez vous, dans votre région. J'envoie l'information, j'accompagne l'équipe afin de faire connaître le plus possible la compagnie, nos projets, susciter l'intérêt pour qu'ils viennent voir le spectacle. On doit assurer une présence dans les événements tels que les festivals ou CINARS, le marché du spectacle, où je loue un kiosque, mais il y a un travail à faire avant : dès qu'on a la liste des diffuseurs présents, on envoie un courriel, un fax pour les inviter à venir nous rencontrer, leur dire qu'on joue à tel endroit, dans tel cadre.»

Si ce travail n'est pas de tout repos, il porte ses fruits à moyen et à long terme. «Depuis quelques années, nous créons nos spectacles chez notre coproducteur à Chambéry, l'Espace Malraux, poursuit-elle. On crée le spectacle en Europe et on lance la tournée. Ces complicités artistiques se sont développées au fil des ans. Nos codirecteurs artistiques, Gervais Gaudreault et Suzanne Lebeau, sont les développeurs : ils se sont fait connaître et reconnaître, et ce pour quoi ça fonctionne si bien pour nous en Europe francophone et en Espagne tient à leur crédibilité en tant qu'artistes, qui fait en sorte que la compagnie a un nom là-bas. Ça s'est passé comme ça aussi au Mexique.



L'Arche de Noémie

(photo : Camille McMillan)



Au moment de sa disparition

(photo : Monique Gosselin)

Comme auteure et traductrice, Suzanne y a fait plusieurs séjours, y a établi des contacts. Chaque tournée sert de levier pour la prochaine. On prépare nos tournées un an à l'avance.»

Louise Renald, responsable de la diffusion au Théâtre Bouches Décousues depuis un an et demi, renchérit : «Parce qu'on a joué dans de beaux festivals, qui sont des vitrines merveilleuses, le nom de la compagnie commence à être connu par les diffuseurs. Juste le fait que certaines personnes — les têtes de réseaux, des leaders d'opinion dans leur milieu — nous connaissent, ça aide beaucoup.» Certains spectacles de la compagnie, *La Bonne Femme*, *La Mère Merle*, *L'Arche de Noémie*, *La Couturière*, des textes de la directrice artistique Jasmine Dubé, auteure et comédienne qui multiplie les rencontres lors de lectures et de festivals à l'étranger, ont connu une bonne diffusion en Europe. «Nous venons de faire une année record de 313 représentations, dont 88 en Europe et 14 dans l'Ouest canadien, lance Louise. Ça, c'est une année, ça ne veut pas dire que ce sera la même chose l'an prochain. Ce n'est pas facile, la diffusion, et je ne pense pas que ce sera plus facile dans les années qui viennent. Parce qu'en Europe ils ont les mêmes problèmes financiers qu'ailleurs. Des compagnies européennes ont de la difficulté avec leur diffusion sur leur propre territoire, alors pour les étrangers, ce n'est pas facile. Les programmeurs sont très sollicités, ils disposent d'un choix de spectacles énorme. Il faut les amener à voir le spectacle car ils n'achètent pas s'ils n'ont pas vu. Mais ils aiment le travail des Québécois, ils sont très ouverts, ils ont eu de bonnes expériences avec des spectacles qui ont beaucoup tourné. C'est agréable car on sent qu'ils nous considèrent.»

Patience et longueur de temps

Pour Michèle Chanonat, du Théâtre Le Clou, la première difficulté consiste à se faire connaître : «Il faut avoir un spectacle suffisamment solide pour se lancer dans l'aventure. Parce que c'est un travail colossal, énorme, il faut être sûr de son coup. Aller en France et se faire massacrer par les critiques, c'est du travail perdu. Nous, on est assez chanceux : on a pu montrer *Au moment de sa disparition* à deux cents, deux cent cinquante diffuseurs français. Le démarrage est difficile, on se fait une notoriété et après, avec les contacts, c'est parti.»

Il faut aussi risquer, ne pas toujours attendre des retombées immédiates, affirme Jocelyne Losier, du Théâtre de l'Œil : «On joue une première fois quelque part... À Atlanta, on s'est demandé si c'était rentable pour nous d'y aller, puis ça nous a ouvert les portes de l'Angleterre et d'autres régions des États-Unis. Pour le Japon, ce sont des gens qui ont vu le spectacle à New York, que nous ne connaissions pas. Tu sais, tu te promènes un peu et cinq ans plus tard, ça peut débloquer. Alors il faut être patient; mais entre-temps, on n'est pas assis à attendre, il faut se tenir à la fine pointe des marchés, des tendances.»

«Il faut vivre avec certaines réalités, signale Francine Gaudreault, du Carrousel; comme en France, on le voit depuis quelques années, quand il y a des élections et que la droite entre dans les mairies, ça change des choses : des têtes tombent, on a même vu des théâtres fermer, à Orange par exemple. On perd des contacts intéressants qu'on avait mis des années à développer. Et puis il ne faut pas se brûler en étant trop présents dans une région, être toujours en développement.»

«C'est très intéressant, tout ça, la diffusion, il faut être patient et ne pas se décourager, savoir entendre le mot "non", doser notre présence, ne pas être trop achalandé; mais c'est bien parce que ça s'agrandit tout le temps, il ne faut pas désespérer», conclut Louise Renald, du Théâtre Bouches Décousues.

Toutes s'entendent pour dire qu'il faut de la passion, de l'ingéniosité, de la créativité pour mener à bien ce travail exigeant. Toutes rappellent que leurs spectacles sont avant tout destinés au jeune public québécois; s'il y a une demande ailleurs, c'est un plus. Et puis il faudrait parler de la logistique : la planification, l'organisation des tournées, l'obtention des permis de travail, l'envoi du décor qui doit partir un ou deux mois avant les artistes... Du gros boulot, vraiment, pour que notre théâtre jeunes publics continue de rayonner.

(lu)



Le Porteur

(photo : Paul Fournier)