

Étude sur le théâtre

Du bon et du mauvais pour les troupes franco-ontariennes

Marie-Claire Howard

Numéro 57, mai 1990

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/42672ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (imprimé)

1923-2381 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Howard, M.-C. (1990). Étude sur le théâtre : du bon et du mauvais pour les troupes franco-ontariennes. *Liaison*, (57), 7–7.

Étude sur le théâtre

Du bon et du mauvais pour les troupes franco-ontariennes

par Marie-Claire Howard

Le Conseil des arts de l'Ontario vient de publier une étude qui, si elle est mise en œuvre, va quelque peu modifier ses rapports avec les compagnies de théâtre professionnel à but non lucratif qu'il subventionne, notamment en permettant des structures administratives plus souples, d'une part, et en exigeant une plus grande responsabilité financière, d'autre part.

Fruit d'un an de travail, cette étude a été menée par un groupe de travail indépendant composé de Walter Leaming, directeur artistique du Charlottetown Festival, de John MacFarlane, éditeur et rédacteur en chef du Financial Times of Canada, et de David MacNaughton, président et chef de la direction de Hill et Knowlton (Canada).

Le groupe de travail demande d'abord au Conseil des arts de l'Ontario d'étudier la possibilité de créer d'autres structures administratives servant les intérêts des petites compagnies ou des compagnies autogérées qui pourraient ne pas avoir de structures permanentes ni de conseil d'administration au lieu de les obliger à reproduire le modèle d'organisation de Stratford.

Il ne suffit plus d'avoir un bon administrateur ou directeur artistique, il faut une grande qualité et un grand engagement dans l'ensemble du conseil d'administration, explique John van Burek, directeur artistique du Théâtre français de Toronto. Il est d'ailleurs encouragé par cette étude dans la mesure où elle va dans la direction que Tft a choisie depuis sa crise financière de l'automne dernier. De son côté, Yves-Gérard Benoît, directeur administratif du Théâtre du Nouvel-Ontario, souligne qu'une structure de travail anglophone ne peut pas servir les francophones, que le TNO a mis sur pied des conseils et qu'il ne va pas revenir en arrière maintenant.

L'étude traite longuement de marketing et recommande d'ajouter « une évaluation des plans de marketing dans l'analyse générale des objectifs financiers énoncés par les théâtres ontariens qui présentent une demande de subvention ». M. Benoît reconnaît l'importance du marketing pour rejoindre le public, *mais c'est plus complexe en milieu francophone qu'en milieu majoritaire car le public est parsemé*. Il se demande par ailleurs comment le marketing sera défini. *Le Conseil des arts de l'Ontario ne*

reconnaît pas le travail de développement communautaire, précise-t-il, même si c'est du marketing. Et le TNO fait énormément de marketing par son réseau de tournées. Quant à John van Burek, il remarque que le marketing conduit un peu à un cercle vicieux. Le Conseil veut que l'on consacre plus d'argent à faire de la mise en marché, mais on a ni les moyens financiers ni les moyens techniques pour le faire.

Au chapitre de la responsabilité financière, Yves-Gérard Benoît n'apprécie pas que l'étude exige davantage des théâtres, notamment qu'ils se redéfinissent à tous les trois ans pour obtenir des subventions. Il estime que les déficits des théâtres ontariens ne sont pas le résultat d'irresponsabilité. *Si on avait choisi de ne pas faire de déficit, on aurait aussi choisi de ne rien faire!*

Le Théâtre du Nouvel-Ontario a choisi d'agir; il caresse d'ailleurs un projet de théâtre d'été. À cet égard, l'étude du Conseil des arts de l'Ontario recommande que le ministère du Tourisme et des Loisirs reconnaisse mieux l'apport des théâtres aux ressources touristiques de la province. L'idée est intéressante... dans la mesure où cela n'accroît pas le fardeau déjà lourd des troupes.

