

Pratique réussie #2 : Gérer des salles itinérantes

Le défi

La Slague du Carrefour francophone ne dispose pas d'une salle permanente lui permettant de présenter sa saison complète en un seul endroit. Plutôt, le diffuseur présente des spectacles dans plusieurs salles à Sudbury.

Depuis quelques années, l'organisme s'attarde afin d'arrimer le choix des spectacles avec les salles que l'on diffuse afin de créer des expériences mémorables pour le public et les artistes et d'optimiser les conditions de diffusion.

Pistes de solutions

Chacune des salles auxquelles La Slague a accès permet de créer des ambiances particulières. Certaines se prêtent davantage à des spectacles intimistes, d'autres à des prestations à grand déploiement. Certaines salles ont des limites techniques, alors que d'autres favorisent la participation d'un public plutôt qu'un autre. Depuis un certain temps, la Slague a ajouté le choix de salle à ses considérations lors du choix d'artistes à diffuser au cours de la prochaine saison.

En décembre 2014, La Slague présentait le spectacle plateau double des Hay Babies et des Sœurs Boulay, dans le cadre d'une tournée Coup de cœur francophone. Le spectacle, mettant en vedette deux groupes entièrement féminins donnant tous les deux dans la musique country-grunge, a été présenté à la salle Moose Hall. Cette salle, d'habitude réservée à des rencontres de clubs sociaux ou à des rassemblements familiaux, était plutôt inusitée pour la diffusion d'artistes professionnels de la chanson francophone. La salle ne dispose pas de loges, et La Slague a dû fournir un service de navette pour les artistes avant le spectacle. Moose Hall n'a pas non plus de sièges permanents, sinon quelques banquettes de bois qui longent les murs. Il s'agit d'une salle qui favorisait une ambiance familiale, chaleureuse et unique.

La Slague mise beaucoup sur les médias sociaux pour la promotion de ses spectacles, et tente de favoriser une ambiance de « happening » autour de chaque soirée. Vu la capacité limitée de la salle, on prévoyait que le spectacle afficherait complet à près d'un mois de la date de l'événement. Cela a permis à la salle d'entamer un décompte et de mousser la vente des billets en signalant au public combien de billets il restait de disponibles d'un jour à l'autre. À quelques jours de l'événement, La Slague a contacté ceux qui avaient acheté des billets pour les informer de la disposition de la salle, de la disponibilité du stationnement, et d'autres détails qui pourraient affecter leur appréciation de la soirée.

Dans le cadre de La Nuit Émergente, La Slague diffuse neuf (9) groupes émergents, en un seul soir, sur un seul lieu, avec de multiples scènes officielles et officieuses qui opèrent simultanément. La soirée se déroule dans les locaux, voire aussi les aires d'accueils, coulisses, etc., du Collège Boréal qui compte une salle de spectacle à la fine pointe, un studio d'enregistrement et de nombreux airs d'accueils et espaces de diffusion alternatifs (p.ex. : la cafétéria). Dès leur arrivée sur les lieux du Collège, chaque membre de l'auditoire reçoit un programme détaillé et une carte leur permettant de se déplacer d'une scène à l'autre.

L'activité mise beaucoup sur la participation d'un jeune public et d'un public à la recherche de découvertes artistiques. On évalue la participation annuelle à environ 350 personnes, dont plusieurs qui ne fréquentent pas les autres activités du diffuseur. La Slague déploie beaucoup d'efforts de promotion dans les écoles

secondaires de la région, notamment à l'aide d'ateliers musicaux par des artistes de la région. La formule inusitée et *flyée* de l'événement se prête aussi bien à des démarches de promotion inusitées (p.ex. : présentation d'une pinata lors de Contact Ontarais, production d'une bière « émergente », etc.) La formule, les lieux, les multiples scènes et la stratégie de communication prêtent un air de carnaval à cet événement.

L'événement s'avère très complexe au plan logistique et technique : festival multi-sites en un soir. Il s'agit d'une vitrine pour des artistes hors des normes, ou qui ne seraient pas en mesure d'offrir un spectacle complet dans le cadre de la saison régulière de La Slogue.

Facteurs à succès

- Un public averti, qui comprend d'avance l'environnement dans lequel il se trouvera pendant la prestation;
- Ententes de partenariats qui explicitent clairement les rôles et responsabilités des partenaires, de part et d'autre;
- Une approche des communications dynamique et souple, permettant de privilégier différents moyens pour effectuer la promotion de différents spectacles.

Outils

- *Plan de promotion pour un spectacle*
- [Page Facebook](#)
- [Vidéos YouTube de promotion des spectacles](#)