



The Canadian Network of Dance Presenters
CanDance / CanDanse
Le réseau canadien des diffuseurs de danse

Outils de négociations pour artistes

La négociation est un important dialogue entre le diffuseur et l'artiste pour régler tous les détails d'un spectacle. Le but de la négociation : produire un contrat qui protège les deux partis de façon égale et qui stipule expressément toute attente des deux côtés. La plupart des détails sont abordés dans les discussions préliminaires, mais la négociation finalise l'accord et touche à tous les aspects afin que rien ne soit changé ou omis.

Détails du spectacle

Lieu, date(s) et heure(s) de la (des) présentation(s)

Confirmez que le lieu est en bonne condition et qu'il est adéquatement chauffé ou climatisé. S'il y a un seuil minimum pour la température de l'air dans le lieu de présentation, stipulez-le dans le contrat. N'oubliez pas de négocier un horaire pour le montage et le spectacle si votre production ne peut être montée et présentée le même jour.

Cachet

Ne soyez pas mal à l'aise de demander votre cachet. Vous savez l'argent qu'il vous faut afin de respecter vos projections de revenus pour la tournée. De la même façon, le diffuseur connaît ses dépenses et le prix qu'il peut demander pour un billet. Il a aussi une idée du nombre de billets qu'il s'attend à vendre pour votre spectacle. Vous devez chacun trouver une entente financière convenable ; une discussion ouverte est le meilleur moyen de le faire. N'oubliez pas la TPS et la TVP !

Explorer toutes les options pour financer une tournée, y compris les sources fédérales et provinciales.

Modalités de paiement

Il se peut que vous vouliez une partie de votre cachet en espèces plutôt que par chèque, afin de payer vos dépenses de déplacement sans chercher une banque pour encaisser un chèque. Avisez le diffuseur dans un délai raisonnable si vous désirez recevoir une partie du paiement en espèces. Faites attention et demandez seulement le montant nécessaire ; il est imprudent de se promener avec beaucoup d'argent comptant.

Spécifiez quand et comment vous voulez recevoir votre cachet. (Chèque certifié versus chèque ordinaire, le soir du spectacle versus lors de votre arrivée dans la communauté.)

Hébergement et frais de déplacement

Le diffuseur peut proposer de vous héberger dans un hôtel dans le contrat de diffusion. Certains diffuseurs ont des liens avec des propriétaires d'hôtel dans leur communauté qui leur fournissent des chambres pour usage dans un forfait de commanditaire de diffuseur. Vous pouvez parfois négocier des chambres d'hôtel dans le contrat. Si c'est le cas, attendez-vous à ce que le diffuseur veuille réduire votre cachet pour compenser l'offre des chambres d'hôtel.

D'habitude, l'artiste est responsable du déplacement mais à l'occasion, le déplacement est compris dans les dépenses du diffuseur. Si le diffuseur fournit l'hébergement, demandez la distance entre l'hôtel et le théâtre. Si l'un est loin de l'autre, négocier l'organisation et le coût du déplacement. Si vous transportez un décor, assurez-vous de l'inclure dans votre planification.

Services additionnels

Certains services additionnels peuvent faire partie du contrat : classe de maître, causerie avant le spectacle, réception après le spectacle, etc. Certains services sont payants, tandis que le diffuseur s'attend à ce que vous en fournissiez d'autres sans compensation additionnelle, comme une causerie ou votre présence à une réception.

Activités promotionnelles

Bien que les détails ne soient pas toujours précis à l'avance, le diffuseur peut vous demander de participer à des interviews téléphoniques avec les médias locaux ou d'inviter une équipe de télévision locale à venir à une répétition. Il est utile de mentionner pendant la négociation que vous souhaitez participer à des activités promotionnelles mais qu'elles exigent une planification. Si vous ne permettez pas aux médias de venir aux répétitions en tournée, avisez le diffuseur. Si vous avez des contacts particuliers dans les médias ou si vous engagez un relationniste, discutez de la coordination des efforts de promotions avec le diffuseur. Assurez-vous de ne pas empiéter sur leurs relations aux médias locaux puisque celles-ci sont prioritaires aux vôtres.

Droits de licence

Lorsque vous préparez votre budget, assurez-vous de compter les droits de licence pour votre équipe artistique. C'est un détail souvent oublié et il incombe à l'artiste de procurer les droits et de les payer. Certains diffuseurs paient les frais SOCAN et d'autres demandent à l'artiste de les payer. Assurez-vous de connaître les dispositions à cet égard.

Billets de faveur

Vous pouvez réserver des billets. Précisez le délai dans lequel vous les remettez au diffuseur si vous ne vous en servez pas. Il est raisonnable pour le diffuseur de s'attendre à avoir les billets inutilisés au moins une semaine avant le spectacle. À la dernière minute, s'il vous manque de billets, ne présumez pas qu'ils seront automatiquement disponibles et n'allez pas les demander directement à la billetterie. La gestion des billets incombe au diffuseur ; adressez-vous à lui pour toute demande ou modification.

Assurance

Le diffuseur est responsable de l'assurance responsabilité civile. Afin de vous protéger, vous devez vous assurer qu'il y a bel et bien un contrat d'assurance. En plus, il est maintenant courant pour certains diffuseurs d'exiger que l'artiste fournisse aussi une assurance responsabilité civile. Discutez-en avec le diffuseur pour trouver des solutions ensemble ; l'achat de police d'assurance coûteuse n'est pas toujours nécessaire. Vous devez aussi avoir des assurances maladie et responsabilité pour vos interprètes et une assurance automobile pour tout véhicule dont vous vous servez.

Courtoisie

De la simple courtoisie, comme de l'eau en bouteille ou peut-être quelques fruits, est à propos. N'attendez pas que le diffuseur accommode des besoins alimentaires complexes.

Loges

Précisez le nombre de loges dont vous avez besoin et demandez qu'elles soient propres et chauffées ou climatisées à une température convenable. Confirmez qu'il y a des toilettes privées auxquelles le public n'a pas accès.

Horaire de montage, de répétition et de démontage

Le diffuseur n'a pas forcément un accès illimité à la salle. Ainsi, précisez l'heure d'arrivée pour le montage, le temps de préparation de la scène, le temps nécessaire de répétition, et le temps de démontage. Soyez respectueux dans vos demandes et assurez-vous d'utiliser le temps que vous demandez. Le temps en salle est une dépense du diffuseur. Il n'est pas professionnel de demander du temps et de ne pas l'utiliser.

Équipement et équipe technique

Quels sont vos besoins en équipements de son et d'éclairage ? Combien de techniciens sont nécessaires pour le montage, la répétition, le spectacle et le démontage ? Tout comme pour les horaires dans la salle, soyez respectueux dans vos demandes et assurez-vous d'utiliser les ressources à votre disposition ! Reprenez tous les détails de votre fiche technique lors de la négociation et joignez au contrat une fiche technique complète pour le spectacle que vous tournez.

Prévisions particulières

Vous avez des accessoires ou des exigences techniques particulières ? Ne présumez pas qu'ils seront à votre disposition. Confirmez toute demande spéciale auprès du diffuseur bien à l'avance.

Enregistrement ou documentation

Si vous planifiez enregistrer le spectacle pour le vendre antérieurement ou pour des documents d'archives, assurez-vous de l'inclure dans la négociation du contrat. Précisez le(s) spectacle(s) que vous allez documenter et l'endroit que vous prévoyez placer la caméra. Si le diffuseur travaille dans un théâtre syndiqué, la documentation peut occasionner des coûts supplémentaires considérables en personnel. Le diffuseur peut vous demander de signer une renonciation stipulant que l'enregistrement est uniquement aux fins d'archivage. Si l'enregistrement occasionne des dépenses supplémentaires, le diffuseur peut vous demander de les assumer.

Planification de la négociation

Fixez des échéances pour la conclusion du processus de négociation. Sans des dates fixes, vous ou le diffuseur risquez de perdre des engagements à la dernière minute, lorsqu'il est trop tard pour trouver un remplacement.

Livraison du contrat

Tant que les deux parties n'ont pas signé le contrat, l'entente n'est pas officielle. Si vous fournissez le contrat, précisez auprès du diffuseur une échéance pour qu'il signe le contrat et vous le remette.

Détails du contrat

Il y a plusieurs dispositions qui doivent figurer dans tout contrat. Ces clauses ne font pas l'objet de négociation mais sont comprises dans l'entente finale, comme suit :

Clause de force majeure ou de catastrophe naturelle

La clause stipule qu'aucune partie ne sera tenue responsable si un spectacle est annulé en raison d'une épidémie, d'une insurrection civile, d'une maladie grave de l'artiste ou des artistes, de conflit de travail ou de grève, d'inondation, de famine, de conditions météorologiques ou de toute autre force majeure. D'habitude, cette clause prévoit que le spectacle sera reporté et que des dispositions seront prises pour honorer l'intention du contrat originale dans un délai raisonnable.

Clause d'avis

Autre clause de base, elle énonce l'adresse à laquelle les contrats seront livrés pour le diffuseur et l'artiste, et le mode de livraison.

Droits de cession

Cette clause empêche chacune des deux parties du contrat de vendre leur part de l'entente à une tierce partie sans le consentement de l'autre.

Dressez une liste avant de discuter avec le diffuseur. Écrivez les détails de chaque disposition lorsqu'ils sont confirmés. Notamment si vous négociez plusieurs ententes à la fois, il est utile d'avoir une méthode pour noter les particularités de chaque situation.

Lettre d'intention

Souvent, après la négociation et avant la production d'un contrat, chacune des parties peut fournir à l'autre une lettre d'intention pour obtenir une signature. La lettre, qui décrit les grandes lignes de l'entente, est parfois nécessaire pour les demandes de subvention.

Contrat

Le contrat est l'énoncé de l'entente conclue par l'entremise de la négociation. Les conditions devraient être simples et limpides. Vous voulez peut-être produire votre propre contrat. Les festivals, orchestres et promoteurs ont souvent un contrat courant. Cependant, le contrat courant présente souvent les conditions générales et ne reflète pas les détails précis d'une entente. Si vous produisez votre propre contrat, il est conseillé de le faire approuver par un avocat. Chaque

article d'un contrat peut être remis en question et négocié à nouveau avant la signature. Lorsqu'un article est négocié à nouveau ou biffé avant la signature, les deux parties devraient parapher l'article modifié.

Fiche technique

Si vous séparez votre fiche technique du contrat, assurez-vous de stipuler que la fiche technique doit être signée aussi.

Signatures

Lorsque le contrat est finalisé, la première partie l'envoie en deux exemplaires à la deuxième partie. Lorsque toutes les conditions sont réglées et toutes les modifications datées et paraphées, la deuxième partie retourne les contrats signés à la première partie. La première partie paraphe les modifications, signe les deux exemplaires et retourne un exemplaire à la deuxième partie ; elle garde l'autre pour ses dossiers.

Changements tardifs

À l'occasion, des questions surgissent après la signature du contrat. Une fois les modifications négociées, vous ou le diffuseur devriez rédiger une lettre d'entente à être signée par les deux parties, qui indique une entente mutuelle par rapport aux modifications.

Détails de promotion

Nous vivons dans un monde numérique. Autant que possible, assurez-vous d'avoir votre matériel en format électronique. Cela peut comprendre un bon site Web, un site Facebook, des clips YouTube, etc.

Vidéo

Une vidéo ou un DVD apte à la diffusion génère l'intérêt de diffuseurs potentiels. Ils sont aussi des outils de promotion importants auprès du public. Fournissez un montage, qui présente deux ou trois courts extraits (de deux ou trois minutes chacun) bien montés pour l'usage du poste de télévision locale. Aussi, certains diffuseurs présentent un DVD de vente (une boucle d'un extrait de dix minutes est recommandée) dans leur salle lors d'événements spéciaux ou de spectacles qui précèdent le vôtre.

Photographie

Sur demande, vous devriez fournir au diffuseur des photographies couleur d'excellente qualité. Les formats acceptables sont : (i) format numérique haute résolution (600 ppp) sur disque ; et (ii) format numérique haute résolution (600 ppp) par courriel.

Textes de promotion

Fournissez deux versions de votre description de programme : (i) une ou deux lignes destinées à la promotion ; et (ii) un paragraphe destiné au dépliant de la saison (entre 50 et 150 mots). Si vous en avez, fournissez quelques citations de critiques favorables de différentes longueurs et identifiées comme il le faut avec le nom du média et la date de publication.

Dossier de presse

Fournissez un dossier de presse qui compte les éléments suivants :

- un communiqué de presse type (qui peut être intégré au matériel du diffuseur et distribué aux médias de la région) ;
- un parcours (une description accrocheuse de votre compagnie d'une page ou deux, pour usage possible dans le programme de la soirée ou dans les journaux locaux, qui détaille le style du spectacle, les grands moments artistiques, l'information sur la forme d'art, etc.) ;
- les biographies des artistes ;
- des critiques élogieuses d'autres communautés ;
- l'itinéraire de la tournée et possiblement, la programmation de la saison entière ;

- un CD avec des photographies haute résolution et une ou deux impressions photographiques de qualité supérieure.

Extraits de musique pour la radio

S'il y a de la musique dans le spectacle, le diffuseur peut utiliser des extraits de musique (fichiers MP3 ou CD) de 30 et de 60 secondes pour de la publicité à la radio. Toutefois, peu de diffuseurs achètent du temps d'antenne sur des postes de radio privés alors les extraits de musique pour la radio ne sont pas toujours nécessaires.

Dépliant et affiche

Le diffuseur a parfois besoin d'illustrations prêtes à photographier pour des dépliants et des cartons promotionnels. Laissez de la place sur l'image pour l'ajout d'information locale (par exemple, date, heure, salle, prix des billets, numéro de téléphone de la billetterie et logo du diffuseur).

Accessoire

Certains diffuseurs demandent des dépliants ou des cartons promotionnels aux fins de promotion dans la communauté. Attendez-vous à imprimer et à fournir une quantité déterminée à l'avance (entre 200 et 500 unités). Si le diffuseur en veut plus, vous pouvez lui facturer les dépenses additionnelles. Attendez-vous aussi à fournir entre 25 et 50 affiches à chaque diffuseur. Encore, si un diffuseur en veut davantage, vous pouvez lui facturer les dépenses additionnelles. Laissez de la place sur les dépliants, cartons promotionnels et affiches pour l'ajout d'information locale (par exemple, date, heure, salle, prix des billets, numéro de téléphone de la billetterie et logo du diffuseur).

Présence auprès des médias

Participez à des interviews téléphoniques avec des journalistes locaux avant votre événement. Prévenez le diffuseur que vous aurez sans doute besoin de préavis pour planifier les interviews dans votre horaire ; ils devraient être planifiés le plus tôt possible. Si vous avez un relationniste ou si vous en engagez un pour la tournée, assurez-vous que les appels aux médias locaux sont coordonnés à l'avance avec le diffuseur local.

Feuille d'information

Le directeur de tournée (ou vous-même, si vous êtes votre propre directeur de tournée) devrait préparer un dossier avec la documentation et l'information suivante :

- documentation d'autobus/de train/d'avion ;
- numéros de téléphone, lieux et réservations ;
- numéros de réservation et de téléphone des réservations de voiture.

En plus, pour chaque communauté de la tournée, il devrait y avoir une feuille séparée avec l'information suivante :

- Diffuseur : nom et numéros de téléphone (bureau et cellulaire) ;
- Deuxième personne ressource au bureau du diffuseur : nom et numéros de téléphone (bureau et cellulaire) ;
- Lieu : nom, adresse et numéro de téléphone (bureau et accueil) ;
- Directeur de production/technique : nom et numéros de téléphone (bureau et cellulaire) ;
- Hôtel : nom, adresse, numéro de confirmation de réservation et numéro de téléphone ;
- Détails du programme (si vous voyagez avec plus d'un programme, indiquez quel programme est présenté dans la communauté) ;
- Varia : Y a-t-il une réception ? Y a-t-il un restaurant ouvert tard le soir dans la communauté ? etc.

Classe de maître/rayonnement

Si vous êtes prêts à offrir des classes de maître, expliquez la nature des classes ou des activités de sensibilisation que vous pouvez offrir et le niveau de participant auxquelles elles s'adressent, par exemple :

- introduction à la danse contemporaine ou à la contact improvisation
- atelier de création
- travail de partenaire pour des interprètes professionnels ou des élèves préprofessionnels
- mouvement créatif pour enfants (5 à 12 ans)
- d'autres disciplines comme les arts martiaux

Aide-mémoire : contrat

Voici un aide-mémoire pour la négociation de détails de présentation avec le diffuseur.

Ville/province : _____
Nom du diffuseur : _____
Adresse : _____
Téléphone : _____
Meilleur moment pour le joindre : _____
Nom de la salle : _____
Date(s) du (des) spectacle(s) : _____
Heure(s) : _____

Billets et public

Nombre de fauteuils dans la salle : _____
Prix des billets : _____
Il y a-t-il une base d'abonnés ? oui : _____ non : _____

Cachet

Nature du cachet : garanti : _____ divisé : _____
Montant du cachet : _____
Détails de la division : _____

Modalités de paiement

Montant à la signature : _____
Montant à la première : _____

Nature du paiement

Espèces : _____ Chèque : _____

Services additionnels

Ateliers : _____
Classes de maître : _____
Matinée scolaire : _____
Causerie avant le spectacle : _____
Causerie après le spectacle : _____
Réception : _____

Matériaux de promotion

Date de remise : _____
Interviews avec les médias : _____
Paiements des droits de licence : _____
Billets de faveur : _____
Marchandise de tournée : _____