

**Liaison**

**Liaison**  
La revue des arts | Acadie | Ontario | Ouest

## **Théâtre** **Les maux de tête de Brigitte Haentjens**

Denis St-Jules

---

Numéro 40, automne 1986

Les arts, les artistes et l'économie

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/43434ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

---

Éditeur(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (imprimé)

1923-2381 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

---

Citer cet article

St-Jules, D. (1986). Théâtre : les maux de tête de Brigitte Haentjens. *Liaison*, (40), 29–29.

## Les arts, les artistes et l'économie

### Théâtre

# Les maux de tête de Brigitte Haentjens

par Denis St-Jules

« Je suis contente que tu m'amènes à parler de ça; j'y ai beaucoup réfléchi ». Après cinq ans comme directrice artistique du Théâtre du Nouvel-Ontario (TNO), période pendant laquelle elle a littéralement eu à rebâtir la compagnie, Brigitte Haentjens en a long à dire sur l'économie de la culture. Cette année le TNO fête son 15<sup>e</sup> anniversaire, et c'est en grande partie grâce au dévouement de Brigitte.

Nous amorçons notre discussion en abordant le sujet du marketing du produit théâtral. La réponse est immédiate et lapidaire : « C'est la catastrophe ». Les troupes en milieu majoritaire ont déjà d'énormes difficultés à attirer un public nombreux. En milieu minoritaire, le problème prend une toute autre dimension.

Les organismes tels que les Conseils des arts proposent des solutions axées sur un développement plus agressif du marché, mais Brigitte Haentjens n'accepte plus ce type d'argument, qu'elle juge gratuit. Si un développement du marché est encore très marginalement possible, dans les écoles d'immersion par exemple, la directrice du TNO s'empresse d'ajouter que ce ne sont pas tous les genres de productions qui conviennent à ce marché plutôt limité. Le marché scolaire francophone, par contre, achète une bonne partie des productions du TNO, mais seulement si le prix lui convient. Quant au marché des spectacles pour adultes, le théâtre de langue française attire une part plus importante du marché adulte francophone que ne le fait le théâtre de langue anglaise dans son propre marché. Toute proportion gardée, un développement plus agressif du marché francophone ontarien ne donnera pas nécessairement de meilleurs résultats.



Brigitte Haentjens: « Nous avons maintenant les outils...qu'on nous donne maintenant les moyens. (Photo: Jules Villemain) »

« Prends-le comme tu veux, y a pas moyen de rentabiliser. » À titre d'exemple, Brigitte Haentjens propose la saison 1985-1986 du TNO, une saison qui a pourtant donné à cette compagnie et au théâtre franco-ontarien une bien meilleure diffusion qu'auparavant : au total cinq productions, deux pièces pour enfants dont une en tournée dans l'Ouest canadien, une production communautaire qui a attiré près de mille personnes, le show de poésie **Entre deux** présenté dans toute la province et **Les Rogers** qui a pris l'affiche à Montréal et à Toronto après avoir effectué une tournée en Ontario. Comptons deux cents représentations, une saison qui a assuré au TNO, selon Brigitte, « un taux de revenu propre, très supérieur à la moyenne nationale », et ce, grâce surtout au fait que les coûts de pro-

duction pour trois des cinq spectacles avaient été assumés au sein de l'exercice financier de l'année précédente. Malgré cette bonne fortune, la directrice et l'administrateur doivent accepter des salaires à temps partiel pour éviter d'encourir un déficit.

« C'est complètement cul-de-sac! »

Voilà un résumé pour le moins éloquent de la situation. On envisage des remèdes, vite écartés. Parmi ceux-ci : cesser les tournées, sacrifier le théâtre de création pour du répertoire, et éliminer toutes fonctions administratives. Accepter les deux premiers serait trahir la raison d'être même du TNO.

Brigitte estime que les gouvernements doivent prendre leurs responsabilités : « Nous avons les outils, qu'on nous donne maintenant les moyens ». L'ère de **La parole et la loi** est révolue, l'époque où cinq comédiens acceptaient de s'entasser dans une même chambre d'hôtel aussi.

Malgré une campagne de souscription qui a rapporté dans les 18 000 \$, la directrice du TNO ne voit pas comment elle pourrait éviter un important déficit la saison prochaine.

Pour Brigitte Haentjens, « en termes artistiques, les seules choses qui ont une valeur marchande, ce sont les choses qui te sont les plus essentielles ». Ça ne laisse aucun doute sur son engagement, peu importe les conditions économiques difficiles du théâtre français en Ontario. □

---

Denis St-Jules est animateur radio-phonique au poste CBON de Radio Canada, à Sudbury

---