

## Nomenclature de l'inventaire

Programme de spectacle - dépliant de quelques pages, qui comporte des informations sur une mise en scène (lieu de représentation, distribution, équipe de création, éventuels résumés et illustrations).

Programme - brochure qui sert spécifiquement aux institutions culturelles (théâtres, festivals, centres culturels à l'international) à donner un vue panoramique des événements prévus pour la saison suivante.

Coupures de presse - fragments extraits de la presse, qui font la critique de spectacles de théâtre pour l'enfance et la jeunesse ou donnent un compte rendu d'événements scientifiques ou culturels. Ces coupures de presse peuvent avoir été collectées par les équipes de la SHT (années 1930-années 1970) ou faire l'objet d'envois spontanés de la part de compagnies, d'institution ou de festivals, qui cherchent alors à faire la promotion de leurs événements par le biais de critiques journalistiques positives. Parfois, les articles n'ont pas été extraits des journaux sous la forme de fragments. Les expéditeurs joignent alors le numéro dans son intégralité et indiquent l'article en question au stylo et en l'ouvrant à la bonne page.

Catalogue - liste raisonnée de spectacles ou d'œuvres littéraires mis en avant par une institution culturelle pour leur qualité (artistique, littéraire, pédagogique) ou pour en faire une promotion commerciale.

Brochure - un dépliant de petit format, composé de quelques pages agrafées ou rassemblées en dos collé, sur un sujet unique. Elle est produite par une entité (institution, compagnie, ) pour condenser des informations à destination d'un public cible.

Dossier de presse - un ensemble de plusieurs pages libres, rassemblées le plus souvent dans une enveloppe de papier cartonné de grand format, qui vise à faire la promotion spontanée d'une compagnie, d'un spectacle, d'un festival ou d'un colloque auprès de Léon Chancerel, de la SHT ou de l'ASSITEJ France. L'argumentaire s'accompagne souvent d'un programme (de spectacle, de saison, d'édition), de coupures de presse et de supports publicitaires (des photographies, des flyers, des autocollants).

Le communiqué de presse est plus concis : il se compose seulement d'un argumentaire, présenté le plus souvent sous la forme d'un courrier plus générique et moins adressé que celui qui accompagne le dossier de presse. document publicitaire - document visant à faire la promotion spontanée d'une compagnie, d'un spectacle, d'un festival ou d'un colloque auprès de Léon Chancerel, de la SHT ou de l'ASSITEJ France. Contrairement au dossier de presse, c'est un document unique (dépliant, brochure, affiche), qui ne s'intègre pas à un dossier.

Manuscrit - plusieurs pages tapuscrites portant sur un même sujet. Il s'agit le plus souvent d'un article à dimension scientifique, destiné à Léon Chancerel dans le but de se voir publié dans ses diverses publications. En général, l'auteur ou l'autrice propose une traduction en français d'un article ou d'une communication déjà publié ailleurs. En termes de thématiques, les contributeurs et contributrices font le plus souvent un état des lieux du théâtre pour les enfants et la jeunesse dans leur pays.

Rapport - document de plusieurs pages visant à faire le résumé d'un événement scientifique ou culturel à destination d'acteurs du réseau qui n'ont pas pu y assister. Dans le cas des rapports d'activité, il s'agit généralement d'antennes nationales de l'ASSITEJ qui font état des événements et programmes mis en place lors d'une saison.

Photographies de mise en scène - photographies représentant des instants de spectacles pour l'enfance et la jeunesse. Le cadrage exclut quasiment systématiquement le public, pour se concentrer sur la cage de scène. La grande majorité sont légendées au dos, mais les informations sont très parcellaires (on trouve rarement le nom du photographe, le spectacle photographié et l'année de la prise de vue).

Invitation - adressées le plus souvent à Rose-Marie Moudouès en sa qualité de Secrétaire générale de l'ASSITEJ (1965-1989), elles proviennent de compagnies internationales en tournée en France ou d'institutions culturelles internationales (Ministères, ambassades, festivals, antenne ASSITEJ...). Ces cartons d'invitation délivrent des informations sur les lieux et les dates de rassemblements, sur le degré de prestige associé à la destinataire et à l'événement par les pouvoirs publics du territoire hôte.

Affiche-programme - documents publicitaires hybrides : au verso, une affiche (généralement A3) qui présente un spectacle, au recto et une fois replié, quelques pages présentent le programme de l'année de la compagnie ou, plus rarement, constituent un programme du spectacle en question.