

PROFESSION ARTISTE

Guide pratique à l'intention des artistes en arts visuels

LE REGROUPEMENT
DES ARTISTES EN ARTS VISUELS
DU QUEBEC

www.RAAV.org | raav@raav.org

Remerciements

Le Regroupement des artistes en arts visuels du Québec souhaite remercier le Conseil des arts et lettres du Québec (CALQ) ainsi que le Conseil québécois des ressources humaines en culture (CQRHC) pour leur support financier.

Le RAAV souhaite également remercier tous les artistes membres en règle de leur association professionnelle qui, grâce à leur cotisation, la soutiennent dans ses activités. C'est pourquoi ce guide leur est dédié.

Ont contribué à l'élaboration de ce Guide :

Me Georges Azzaria, avocat
Christian Bédard, directeur général - RAAV
Éric Dufresne-Arbique, Coordonnateur au développement professionnel - RAAV
Sylvain Faucher, adjoint à la direction - RAAV
Julie Legault, agente de développement culturel – Ville de Montréal
Lise Létourneau, artiste et présidente du RAAV
Yves Louis-Seize, artiste
Joanna Piro, chargée de projet - RAAV
Me Normand Tamaro, avocat
Sylvie Tourangeau, artiste

Introduction

Tout au long de sa carrière, un artiste en arts visuels doit porter une foule de chapeaux : surtout celui du créateur et parfois celui d'un entrepreneur; à certains moments, il se fera un peu comptable, à d'autres il gèrera et négociera l'utilisation de ses droits d'auteur; il rédigera son texte de démarche artistique pour ensuite actualiser son site Internet; il négociera la tenue d'une exposition avec son galeriste pour ensuite gérer la réalisation d'un projet d'art public. Ainsi, tout au long de sa carrière, un artiste peut être appelé à transiger avec une foule d'intervenants en plus de ses pairs : galeristes, collectionneurs, avocats, architectes, directeurs de centres d'exposition, conservateurs de musée...

En somme, un artiste oeuvrant dans le domaine des arts visuels sera appelé à maîtriser une foule de connaissances et de compétences en plus d'apprendre à évoluer dans différents milieux. C'est pourquoi, soucieux de participer activement à leur développement professionnel, le RAAV propose ce *Guide pratique* aux artistes, jeunes et moins jeunes.

La conception et la rédaction de ce guide reposent sur le postulat principal de la Politique de formation continue du RAAV. Nonobstant le talent, mieux les artistes, jeunes et moins jeunes, seront informés-es des conditions de pratiques professionnelles, et mieux ils seront outillés pour bien gérer leur carrière, meilleures seront leurs chances d'améliorer leurs revenus et de s'épanouir dans la carrière qu'ils ont choisie.

Tant pour les artistes qui débutent, que pour les artistes à mi-carrière qui ont appris, parfois à leurs dépens, à évoluer dans ce milieu, le RAAV propose ici une foule d'informations qui, souhaitons-le, les aideront à se familiariser avec la profession d'artiste, mais aussi avec le milieu québécois des arts visuels, ses rouages, ses lois, afin de mieux y cheminer.

La publication du guide en version électronique permettra éventuellement de lui ajouter de nouveaux chapitres et, au besoin, d'y apporter des correctifs ou des modifications.

Bonne lecture!

Éric Dufresne-Arbique
Coordonnateur au développement professionnel
Regroupement des artistes en arts visuels du Québec

Chapitre 4

S'orienter, chercher sa voie, trouver sa place

Au Québec, on retrouve près d'une cinquantaine de musées qui exposent des oeuvres d'art, plus d'une soixantaine de centres d'artistes autogérés, de multiples événements en arts visuels chaque année (biennales, symposiums, événements ponctuels), une trentaine de galeries privées diffusant de l'art actuel, mais aussi une cinquantaine de centres d'exposition, plusieurs galeries municipales, plus d'une vingtaine de centres de production et des dizaines de centres culturels, de maisons de la culture, de galeries associées à des institutions d'enseignement. Tous ces diffuseurs n'ont pas les mêmes mandats, les mêmes orientations artistiques, ni les mêmes ressources. Certains exposent les oeuvres d'art à des fins de diffusion, d'autres en présentent à des fins de vente.

Tous ces lieux ayant leurs identités propres (et ne correspondent donc pas à toutes les démarches artistiques), comment trouver le ou les bons diffuseurs pour présenter ses oeuvres? Comment faire sa place ? Comment choisir le mode de diffusion qui convient à sa production?

Où chercher ?

Pour les artistes comme pour tout entrepreneur, s'informer sur son environnement professionnel est primordial. Ces recherches indiquent aux artistes où présenter leurs projets et quels diffuseurs sont susceptibles de s'intéresser à leur travail. L'artiste multiplie ainsi ses chances d'exposer ses œuvres chez les diffuseurs où il est pertinent de le faire.

Il en va du développement futur de votre carrière de multiplier les démarches d'information, les visites auprès des galeries et autres diffuseurs, les prises de contact, le réseautage, etc. Pour entreprendre ses recherches, Internet est l'outil par excellence pour s'informer de tout ce qui passe dans le domaine des arts visuels. Les sites Internet de la Société des musées québécois, du Regroupement des centres d'artistes autogérées du Québec, de l'Association des galeries d'art contemporain, du réseau Accès Culture de la Ville de Montréal constituent d'inestimables sources d'information pour qui voudrait exposer ses œuvres chez un de ces organismes. On pourra aisément y obtenir des informations sur le mandat et la spécificité de ces diffuseurs à qu'on s'apprête à envoyer un dossier.

Il importe de souligner qu'au Québec, de nombreux événements en arts actuels se tiennent à chaque année et qui sont généralement mis sur pied par des organismes oeuvrant dans ce domaine. Il s'agira de symposiums, biennales, triennales, foires et autres événements à caractère thématique et/ou disciplinaire et qui seront de nature commerciale ou qui visent essentiellement la diffusion.

Mis à part ces associations et regroupements de diffuseurs, on ne peut passer outre l'importance des 14 conseils régionaux de la culture qui ont été créés pour doter chacune de ces régions d'une structure régionale représentative de leur de leur milieu. Ils participent activement au développement et au rayonnement culturels de leur région d'appartenance en offrant une foule de services et d'informations destinés aux artistes et aux travailleurs culturels (toutes disciplines confondues) : conférences, activités de formation, représentation, promotion des activités culturelles ayant cours sur leur territoire, diffusion d'appels de dossier et d'offres d'emploi, etc. Toutes ces régions québécoises disposent d'un conseil régional de la culture : Abitibi-Témiscamingue, Arrimage (Îles de la Madeleine), Bas-Saint-Laurent, Centre-du-Québec, Côte-Nord, Estrie, Gaspésie, Lanaudière, Laurentides, Mauricie, Montérégie, Outaouais, Québec et Chaudière-Appalaches et enfin Saguenay-Lac-Saint-Jean.

Outre le Répertoire des centres d'artistes autogérés, actuellement, il n'existe toujours pas de publication ou de sites Internet qui dresserait la liste exhaustive de tous les lieux de diffusion et les dates de tombées pour proposer son dossier. Cette information est vivante et change constamment. Un autre moyen efficace pour s'informer de l'actualité du domaine des arts visuels est de s'inscrire à la liste d'envois courriel d'organismes oeuvrant dans le secteur des arts visuels, au Québec, au Canada ou ailleurs dans le Monde.

Au Québec, il existe deux créneaux de diffusion : la diffusion à des fins de présentation publique (centre d'expositions, musées, centres d'artistes, maisons de la culture, etc.) et la diffusion commerciale (galeries d'art, galeries touristiques). Aussi, quel que soit le lieu où ses oeuvres seront présentées, l'artiste ne doit pas perdre de vue qu'il construira sa réputation, en fonction des lieux où il exposera son travail. Néanmoins, il ne faut pas y voir de contradiction dans le fait d'être représenté par une galerie commerciale et exposer ses recherches artistiques dans un centre d'artistes ou une maison de la culture.

Quoi chercher ?

Alors qu'une majorité de diffuseurs en arts visuels du Québec privilégient une orientation artistique s'appuyant sur une discipline particulière, des groupes d'artistes (femmes artistes, la relève, artistes à mi-carrière et seniors, etc.), ou une thématique particulière, on ne saurait trop insister sur la nécessité pour l'artiste de s'informer sur le ou les diffuseurs à qui il proposera son projet d'exposition. Visiter les expositions que présentent les diffuseurs, assister aux vernissages, discuter avec les membres du conseil d'administration ou la direction générale du lieu de diffusion, visiter leur site Internet, etc. sont les principales activités de recherche qu'un artiste peut entreprendre.

Quand on a visité plusieurs lieux de diffusion et vu défiler plusieurs oeuvres différentes dans ces mêmes espaces, on finit par connaître les mandats et les orientations esthétiques, relatives à chaque diffuseur à partir de leur programmation. Les sites Internet peuvent s'avérer riches en information, si on cherche à connaître l'orientation artistique d'un diffuseur, le plan de ses salles d'exposition, les équipements disponibles, les dates de tombée des appels de dossiers, etc.

Afin de rejoindre les diffuseurs susceptibles de présenter son travail, il est impératif de s'informer du mandat et de l'orientation artistique de l'espace de diffusion. Si ces informations ne sont pas disponibles sur leurs sites Internet, consulter la programmation de l'année en cours et celle de l'année passée pourrait donner quelques indications sur les orientations privilégiées du diffuseur. On cherchera aussi à connaître quelles sont les modalités de présentation de dossiers et les dates de tombée pour proposer un projet, ainsi que les critères de sélection propres à ce diffuseur.

Ces recherches préliminaires évitent de soumettre des projets là où il est certain qu'ils ne seront pas retenus. Afin d'avoir une idée plus précise, il peut être utile de se poser un certain nombre de questions : chez tel ou tel diffuseur, quel est l'intérêt manifesté spécifiquement pour les arts visuels et pour l'art contemporain? Ce diffuseur est-il soutenu au fonctionnement? Annonce-t-il des expositions d'artistes connus? Fait-il une place aux artistes en début de carrière? Dispose-t-il des services d'un conservateur, d'un coordonnateur aux expositions ou d'un chargé de projets aux expositions? Les réponses à ces questions sont autant d'indications qui pourront confirmer ou infirmer si on s'apprête à frapper à la bonne porte.

Les appels de dossiers

L'appel de dossiers constitue bien souvent le moyen privilégié des diffuseurs pour développer leur programmation d'exposition. Généralement, les diffuseurs indiquent clairement les paramètres de présentation de dossiers. Avant de répondre à un appel de dossiers, il est primordial de s'assurer que votre pratique artistique correspond bel et bien au mandat et aux orientations artistiques et thématiques du diffuseur; c'est aussi une façon de mesurer vos chances de présenter votre travail tout en démontrant que vous comprenez le mandat du diffuseur. Pour éviter de perdre du temps et de l'argent, informez-vous aux paramètres de présentation de dossiers exigés par le diffuseur pour mieux vous y conformer.

Il faut savoir que certains diffuseurs exigeront un projet inédit, alors que d'autres accepteront volontiers d'exposer un projet qui a déjà fait l'objet d'une exposition. Dans certains cas, vous pourrez espérer un accusé de réception; dans d'autres, vous recevrez une lettre vous informant que votre projet aura été retenu... ou non. Dans l'affirmative, le responsable des expositions communiquera avec vous pour discuter des différentes modalités d'exposition : dates de l'exposition, contrats, calendrier de travail, conditions d'exposition, redevances de droits d'auteur, activités éducatives, etc.

Créer ce que l'on cherche – l'autodiffusion

Toute une pléthore d'espaces de présentation de son travail s'offre aux artistes que ceux-ci investissent. Qu'il s'agisse d'un parc, un appartement, le bitume, un espace plus ou moins abandonné, les vitrines d'une boutique, des panneaux publicitaires détournés de leur fonction, une piscine publique, le métro, un espace de stationnement, une forêt, etc., qui sont en quelque sorte les « non-lieux » de l'art contemporain. En toute légalité ou non, des artistes investissent de plus en plus ces espaces pour y présenter le fruit de leurs recherches : œuvres, projections, manœuvres, performances, happenings spontanés, pratiques infiltrantes, etc.

Évidemment, on pourra « créer» soi-même son lieu de diffusion ou louer un espace pour présenter ses œuvres à une clientèle connue et stable sans passer par la diffusion institutionnelle ou publique. Néanmoins, cela requiert un remarquable carnet d'adresses et les résultats sont parfois incertains! Qui n'a pas entendu parler de ces artistes qui se réunissent, de façon ponctuelle (ou non), qui louent à leurs frais un espace pour y exposer ses œuvres? Plusieurs espaces ouverts, rénovés ou non, se louent au mois, pour ce genre d'activités. De plus, on pourra toujours louer un espace d'exposition dans une galerie de location. Peu importe le lieu, si le but est de vendre ses œuvres, il faut savoir que la somme de travail peut s'avérer énorme et les coûts d'une telle opération sont généralement plus élevés que le produit des ventes.

Une formule moins onéreuse que la location d'un espace consistera à ouvrir son atelier pour une période donnée. Moyennant quelques frais et un peu de travail de promotion, ce sera l'occasion, par exemple, de présenter sa production récente à un groupe d'individus invités pour l'occasion. Cela dit, on peut toujours présenter ses œuvres sans espérer vendre, mais pour en évaluer la réception.

Ces activités de diffusion demanderont assurément un minimum d'organisation et parfois, l'obtention de permis et/ou de dérogations aux règlements municipaux constituera un passage obligé pour tenir l'activité de diffusion. Cela dit, pour obtenir certaines retombées, les organisateurs devront planifier l'activité (proportionnellement à l'ampleur de l'événement) et veiller à la réalisation de ses multiples aspects : développement du concept, direction artistique, recherche de financement, logistique et technique, transport d'œuvres, activités de promotion, relations de presse, obtention (s'il y a lieu) des permis, gestion des ressources humaines et matérielles, contrats, administration, assurances, etc. Ce sera aussi l'occasion de découvrir la face cachée du travail des diffuseurs en arts visuels.

Aide-mémoire de l'exposant

Une foule de choses sont à planifier, à vérifier et à organiser lorsqu'on expose ses œuvres. En voici quelques-unes :

Contrat. Avez-vous signé un contrat d'exposition? Sachez que la Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs - L.R.Q.c.S-32.01 (ci-après nommée Loi S-32.01) exige qu'un contrat (d'exposition, de consignation, de reproduction, etc.) soit signé en double exemplaire entre l'artiste et un diffuseur (galerie, musée, centre d'artistes autogérés, etc.). De plus, conformément à l'Article 32 de cette même loi, « L'artiste n'est tenu à l'exécution de ses obligations qu'à compter du moment où il est en possession d'un exemplaire du contrat ». Ainsi, l'artiste et le diffuseur doivent signer un contrat avant d'engager quelques frais que ce soit (et non le soir même du vernissage, comme c'est parfois le cas). Au besoin, n'hésitez pas à utiliser celui que propose le RAAV sur son site Internet.

Droit d'exposition. Le mandat général d'un diffuseur en arts visuels est de présenter au public des oeuvres d'art. Ces organismes rémunèrent leurs employés pour qu'ils accomplissent ce mandat. Or, il ne faut jamais oublier que, sans les artistes, les diffuseurs ne peuvent remplir ce mandat. Il est donc raisonnable que le diffuseur rémunère les artistes pour la présentation de leurs œuvres, alors que l'artiste permet au diffuseur de remplir son mandat. En principe, les redevances pour droit d'exposition que reçoit l'artiste ne devraient pas comprendre les honoraires professionnels. Or, il est courant qu'un diffuseur inclue dans ces redevances le temps de montage et de démontage, mais aussi les frais de transport des œuvres.

Droit d'exposition VS cachet d'exposition : Certains diffuseurs versent ce qu'ils appellent à tort, des « cachets d'exposition ». Il nous faut préciser que l'usage de cette expression est erroné dans le domaine des arts visuels puisque ces termes indiquent aux autorités fiscales qu'il ne s'agit pas de droit d'auteur, mais plutôt d'honoraires. Or, les honoraires sont imposables; sous certaines conditions, les redevances de droits d'auteurs (droit d'exposition, droit de reproduction, droit de télédiffusion, etc.) ne le sont pas. En 2010, si un artiste gagne moins de 15 000 \$ en redevances de droit d'auteur, ces revenus sont non imposables au niveau provincial, mais le sont au niveau fédéral. Ainsi, il faut plutôt utiliser « droits d'exposition » ou « redevances pour droits d'exposition ».

Droit de reproduction. Un diffuseur souhaitera certainement utiliser des photographies de vos oeuvres, pour promouvoir votre exposition. En principe, il devrait vous rémunérer, mais aussi mentionner votre nom et le nom du photographe (selon l'entente prise avec le photographe). Notez que la négociation des droits de reproduction peut faire l'objet d'un contrat spécifique ou figuré dans le contrat d'exposition que vous aurez signé avec le diffuseur.

Assurances. Il est impératif que le diffuseur dispose d'une police d'assurance dite « tout risque » qui reconnaisse la valeur artistique et marchande des oeuvres que vous exposerez. Si la police d'assurance d'un diffuseur ne reconnaît que la valeur matérielle des oeuvres exposées (par exemple : pigments, toile, bois, pinceaux...), en cas de problèmes, vous risquez d'avoir de très mauvaises surprises. On devrait donc vous demander de fournir une liste descriptive des oeuvres à être exposées, comprenant la valeur monétaire de celles-ci. Cette liste fera partie intégrante du contrat.

Transport. Qui assurera le transport des oeuvres? Et si vous devez transporter vos oeuvres, le diffuseur peut-il vous rembourser vos frais? Certains diffuseurs verseront un montant forfaitaire aux artistes pour que ces derniers veillent au transport de leurs oeuvres. D'autres diffuseurs géreront tous les aspects du transport de vos oeuvres. Faute de budget, certains diffuseurs ne pourront assumer les frais de transport qui en définitive seront à votre charge. Peu importe la situation, tout cela devra être discuté avec le diffuseur où vous exposerez vos oeuvres.

Pour une promotion responsable. Demandez un droit de regard sur tous les outils qui serviront à la promotion de l'exposition (carton d'invitation, textes d'exposition, communiqués de presse, etc.). Si vous le pouvez, faites-en autant pour toutes autres publications sur votre travail. Après tout, c'est de votre démarche artistique et de votre oeuvre qu'il s'agit!

Autopromotion. Pensez à transmettre le communiqué de presse et l'invitation à votre exposition à vos amis, votre famille, mais aussi à tous les acheteurs potentiels, aux autres diffuseurs chez qui vous aimeriez présenter votre travail.