

LE REGROUPEMENT
DES **ARTISTES EN ARTS VISUELS**
DU QUEBEC

Développer la filière des arts visuels

**Pour une meilleure implication de
l'État québécois dans l'industrie des arts visuels**

**Décembre 2007
Avril 2008**

INTRODUCTION	3
1- L'ARTISTE DU DOMAINE DES ARTS VISUELS	4
1.1 DÉFINITION DU DOMAINE.....	4
1.2 SITUATION ÉCONOMIQUE DES PREMIERS ACTEURS DU DOMAINE : LES ARTISTES	4
1.3 LE CRÉATEUR-CONCEPTEUR EN ARTS VISUELS.....	5
1.4 L'ARTISTE COMME ENTREPRENEUR ET GESTIONNAIRE.....	6
1.5 L'ARTISTE COMME PROMOTEUR ET DIFFUSEUR DE SES ŒUVRES	7
2- LES ACTEURS DE LA DIFFUSION EN ARTS VISUELS ET DU MARCHÉ DE L'ART	9
2.1 LES DIFFUSEURS PUBLICS	9
2.2 LES DIFFUSEURS PRIVÉS	10
2.3 LES ACQUÉREURS	12
3- IMPORTANCE ET LACUNES DE L'INTERVENTION DE L'ÉTAT QUÉBÉCOIS DANS LE DOMAINE	14
3.1 LE CALQ ET LES BOURSES POUR ARTISTES.....	14
3.2 LE CALQ ET LE SOUTIEN AUX CENTRES D'ARTISTES.....	15
3.3 LE MCCQ ET LA POLITIQUE DITE DU 1%.....	15
3.4 LE MCCQ ET LE SOUTIEN AUX ÉTABLISSEMENTS MUSÉAUX.....	16
3.5 LA SODEC ET LES ARTS VISUELS	16
3.6 LE SOUTIEN AUX ARTISTES QUÉBÉCOIS	17
3.7 LES MESURES FISCALES	17
3.8 LE SOUTIEN À L'ACQUISITION D'ATELIERS D'ARTISTES.....	18
CONCLUSION.....	20

Développer la filière des arts visuels

Pour une meilleure implication de l'État québécois dans l'industrie des arts visuels

Introduction

Dans la foulée de l'énoncé de la Politique culturelle du Québec de 1992, puis de la création du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) et de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), le soutien au secteur des arts visuels (artistes et organismes) a été confié au CALQ, alors que le soutien au secteur des métiers d'art, auquel le secteur des arts visuels ressemble pourtant beaucoup, a été réparti entre les deux sociétés d'État.

De l'avis du Regroupement des artistes en arts visuels du Québec (RAAV), cette répartition a entraîné le sous-développement économique du secteur des arts visuels. Le RAAV considère donc qu'il est temps de réévaluer la situation de tout le secteur et d'explorer de nouvelles façons de faire.

Le présent document a pour objet de proposer une nouvelle forme d'investissement de l'État québécois dans le soutien à la pratique artistique en arts visuels qui découlerait d'un changement de vision de ce qu'est un artiste en arts visuels au Québec en 2007. Le RAAV croit que l'artiste créateur du domaine des arts visuels doit être soutenu non seulement dans son rôle de chercheur et de créateur mais aussi dans son rôle d'entrepreneur.

En fait, il faut considérer le secteur des arts visuels dans son ensemble et identifier les pistes d'intervention les plus propices à son développement dans une perspective d'amélioration durable des conditions de vie et de pratique de ses créateurs. Dans son livre intitulé *Éléments pour une économie des industries culturelles*¹, l'économiste Marc Ménard développe la notion de « filière économique » qui lui permet de décrire, entre autres, celle des métiers d'art qu'il présente comme l'une des filières des industries culturelles du Québec. Le RAAV estime que le secteur des arts visuels doit être également vu comme l'une des filières importantes des industries culturelles. C'est pourquoi, reprenant la terminologie de M. Ménard, il faut étudier la *filière* des arts visuels et lui donner les moyens de se développer de façon à ce que ses premiers intervenants, les artistes, puissent en tirer un revenu décent et contribuer davantage à l'économie québécoise.

Selon le RAAV, les conditions économiques difficiles dans lesquelles se débattent les artistes du secteur des arts visuels sont la conséquence directe du sous-développement de cette industrie culturelle. Pour que celle-ci ait des chances de se développer, il faut d'abord prendre en considération les réalités, besoins et exigences de ses principaux acteurs : les artistes, les diffuseurs publics (centres d'artistes, centres d'expositions, musées), les diffuseurs privés (agents, galeristes) et les « consommateurs » (musées, entreprises et particuliers). Il faut aussi bien comprendre le rôle que joue chacun de ces acteurs dans la filière et les interactions qui se produisent entre eux.

¹ *Éléments pour une économie des industries culturelles*, Marc Ménard, SODEC, 2004. ISBN 2-551-22591-4

1- L'artiste du domaine des arts visuels

En 1987, une publication du Ministère des affaires culturelles intitulée *Vivre des arts visuels*² estimait que le Québec ne représentait qu'un marché d'à peine quarante à soixante millions de dollars. En 2006, l'Observatoire de la culture et des communications estimait à son tour que le marché de l'art au Québec se situait, en 2001-02, autour des soixante-cinq millions de dollars³. Force est donc de conclure que, selon ces données, le marché de l'art au Québec stagnait entre 1987 et 2002. Or, rien ne nous permet de croire que cette situation a changé. Même en considérant le fait qu'une partie plus ou moins importante des transactions ne sont pas déclarées, le constat demeure sensiblement le même : le marché de l'art au Québec est sous-développé. Dans cette situation, tous sont perdants : de l'artiste à l'État québécois en passant par les galeries privées. Les artistes, parce qu'ils ne trouvent pas de revenus suffisants pour poursuivre leur carrière et continuer d'enrichir le patrimoine commun des Québécois ; l'État, parce qu'il touche moins d'impôts et de taxes; les galeries, parce qu'elles peinent à trouver des clients et finissent souvent par périlcliter ou faire faillite.

Une fois le constat établi, doit-on baisser les bras et laisser la situation se détériorer davantage? Il existe diverses solutions pourtant, qui nécessiteraient la synchronisation des actions et des investissements de tous les acteurs de la filière des arts visuels. Pour mieux vivre de leur art, les artistes en arts visuels ont besoin, outre l'aide à la création et à la recherche, d'outils pour améliorer leurs conditions de travail et promouvoir leurs œuvres, ainsi que d'un réseau de diffusion et de mise en marché couvrant l'ensemble des pratiques.

1.1 Définition du domaine

Les disciplines principales dans ce domaine sont la peinture, la sculpture, le dessin, l'illustration, la photographie, l'estampe, les arts textiles, l'installation, la performance, l'holographie et les arts médiatiques ou numériques,.

Chaque discipline comprend des sous-catégories qui peuvent être en étroite relation avec d'autres disciplines ou même avec d'autres genres artistiques (on prendra comme exemple l'installation vidéo qui a recours aux arts médiatiques ou numériques). Incidemment, les artistes en arts visuels ont des conditions et pratiques de création souvent semblables à celles des créateurs des métiers d'art. Il arrive aussi que des artistes en arts visuels aient également une pratique en métiers d'art et vice-versa.

C'est ainsi que, par la recherche sur le contenu et sur les matériaux, et par la multidisciplinarité, la créativité des artistes québécois des arts visuels s'exprime et cherche à demeurer à la fine pointe de ce qui se fait partout dans le monde.

1.2 Situation économique des premiers acteurs du domaine : les artistes

Au Québec, très peu d'artistes en arts visuels arrivent à vivre de leur activité professionnelle. D'après l'enquête effectuée pour le RAAV par l'INRS⁴ en l'an 2000, seulement 16% des artistes en arts visuels disaient tirer un revenu provenant de leur pratique artistique supérieur à 20 000\$ par année. Les revenus annuels moyens liés à la pratique des arts visuels sont d'environ 11 000\$ et les revenus médians sont de 3 500\$. Les dépenses liées à la pratique sont en moyenne de 7 800\$ et les dépenses médianes sont de 4 200\$. Autrement dit, le profit net moyen est de 3 200\$ alors qu'il n'y a pas de profit net médian mais plutôt une perte médiane annuelle de 700\$...

² Les publications du Québec, 1987, ISBN 2-551-08849-6

³ OCCQ, Les ventes des marchands d'oeuvres d'art en 2001-02, bulletin no. 20, juin 2006.

⁴ *Les conditions de pratiques des artistes en arts visuels*, INRS, Urbanisation, culture et société, 2^e édition, Janvier 2005; Guy Bellavance, Léon Bernier, Benoît Laplante.

1.3 Le créateur-concepteur en arts visuels

Tels que décrits dans la Loi S-32.01⁵, les arts visuels consistent en « la production d'œuvres originales de recherche ou d'expression, uniques ou d'un nombre limité d'exemplaires, exprimées par la peinture, la sculpture, l'estampe, le dessin, l'illustration, la photographie, les arts textiles, l'installation, la performance, la vidéo d'art ou toute autre forme d'expression de même nature. »

L'artiste, en tant que créateur-concepteur, a besoin de satisfaire trois besoins primordiaux avant de passer à l'étape de la production et de la mise à disposition (ou commercialisation) : il a besoin de temps, d'espace et de matière.

I. Le temps

L'artiste, en tant que créateur-concepteur, a besoin de temps pour imaginer et concevoir l'œuvre ; généralement la réalisation de l'œuvre suit ; mais cette étape est souvent fondue en une seule lorsque l'œuvre naît progressivement du travail exploratoire de l'artiste. Quoi qu'il en soit, le temps est une nécessité absolue et cette denrée coûte de l'argent. Les diverses sources de revenus d'un artiste lui permettent d'abord de subvenir à ses besoins primaires et de disposer de temps pour poursuivre son travail de création et sa production.

L'artiste doit donc s'assurer de trouver des sources de revenus qui lui permettront d'avoir du temps de création. Ces sources de revenus, outre le travail secondaire, comprennent la vente (ou la location) d'œuvres, les droits d'auteur, les bourses et les prix honorifiques.

II. L'espace

Pour des raisons évidentes, le studio de travail ou l'espace d'atelier est un autre besoin essentiel du créateur-concepteur en arts visuels. Cet espace de travail est parfois situé dans le logement de l'artiste ou encore dans un autre édifice. Les options varient selon divers facteurs qui vont de la discipline pratiquée par l'artiste à ses ententes avec sa famille ou un conjoint. Certains peintres peuvent produire de grandes et superbes toiles dans un espace très restreint qu'ils recyclent en chambre à coucher la nuit venue, mais cette pratique plutôt romantique n'est pas du goût de tous et ne saurait constituer un lieu de travail digne d'un professionnel surtout lorsque des matériaux toxiques sont utilisés, car la sécurité du lieu de travail ne doit pas être négligée. L'espace de travail doit aussi être éclairé et chauffé adéquatement. L'usage de certains outils ou matériaux nécessite parfois un système d'aération ainsi que le port de masques, de sarraus ou de gants appropriés. De plus, il peut arriver que faute d'espace, un artiste ait besoin de louer un lieu d'entreposage pour des œuvres qui ne sont pas encore vendues ou qui sont en attente d'exposition.

Autre aspect essentiel de la réalité des artistes en arts visuels, la faiblesse de leurs revenus les force la plupart du temps à demeurer locataires, aussi bien de leur logement que de leur atelier. Les lois du marché les obligent régulièrement de déménager dans d'autres locaux, ce qui occasionne chaque fois des coûts de réinstallation et de transport. Dans les cas où des artistes se sont regroupés dans des édifices industriels désaffectés qu'ils ont recyclés, leur présence a contribué à l'accroissement de la valeur de ces édifices sur le marché immobilier. Les propriétaires de ces édifices ont généralement agi de telle sorte que les artistes n'ont eu d'autre choix que d'abandonner des locaux dans lesquels ils avaient investi et de se réinstaller ailleurs, quittant des quartiers qu'ils avaient, par leur présence, contribué à revitaliser et perdant, de surcroît, un retour sur leurs investissements au profit des propriétaires et spéculateurs immobiliers.

⁵ 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)

Par ailleurs, l'espace de travail doit être équipé des outils de base de la ou des disciplines artistiques qu'il pratique. On ne soulignera jamais assez l'importance de ces investissements que l'artiste, dans l'état actuel des choses, est obligé d'assumer seul. Le chevalet, les pincesaux, les couteaux, les spatules, enfin tout ce dont un peintre, par exemple, a besoin pour travailler, constituent un investissement important dès le départ, investissement qu'il devra renouveler tout au long de sa carrière. Parfois, comme pour un sculpteur ou un estampier, des équipements lourds ou spécialisés sont nécessaires. Certains centres d'artistes autogérés donnent accès à divers types d'équipements moyennant un tarif de location plus ou moins élevé. Toutefois, ce ne sont pas tous les artistes qui acceptent de travailler en public ou dans des locaux qu'ils doivent partager avec d'autres créateurs. De nombreux artistes préfèrent travailler dans leur propre atelier.

Que l'artiste acquière les outils et les équipements ou qu'il les loue, il y a des coûts, et ces coûts sont onéreux pour cette catégorie d'artistes dont les revenus provenant de leur pratique sont de loin inférieurs au seuil de pauvreté. Pas étonnant, dès lors, qu'année après année et souvent pendant de longues périodes, les dépenses d'exercices excèdent les revenus professionnels lorsque vient le temps de remplir le rapport d'impôt. Pourtant, l'artiste en arts visuels n'a guère le choix : il doit se procurer un espace de travail sécuritaire ainsi que les outils et équipements liés à sa pratique.

III. La matière

Le troisième besoin essentiel d'un artiste est le matériau, ce avec quoi il produira l'œuvre. Que ce soit de la toile, du bois et des tubes de peinture, ou encore un bloc de granit, de l'acier, du plâtre, des éléments trouvés parmi les rebuts ou encore des images numérisées, l'artiste doit acquérir et stocker une certaine quantité de matériaux nécessaires à sa création. Chaque discipline a ses exigences en matière de matériau et l'investissement consenti à ce chapitre prendra un certain temps à être récupéré. Pour les artistes des nouveaux médias le matériau peut être simplement virtuel ou sous forme d'une certaine quantité d'octets représentant des images déjà créées par d'autres et repiquées sur Internet ou ailleurs. Parfois, un coût sous forme de droits d'auteur à payer est associé à ces utilisations. Le créateur-utilisateur doit donc investir une certaine somme ou obtenir l'accord des auteurs originaux avant d'intégrer ces emprunts à sa propre œuvre et pouvoir l'exploiter.

Le processus créatif nécessite souvent l'exploration et l'étude de divers matériaux qui parfois occasionneront une perte nette si l'expérience n'est pas concluante et si le produit final est irrécupérable. Contrairement à l'artisan dont le talent et l'expertise reposent sur la connaissance exacte des matériaux et une certaine maîtrise des effets recherchés, l'artiste explore constamment et tend à fuir la répétition des mêmes effets. Son but premier est d'exprimer quelque chose dans son œuvre et non simplement de produire un objet solide et durable. Dans l'industrie, la recherche et le développement sont primordiaux pour la survie des entreprises. En tant qu'entrepreneur, l'artiste en arts visuels ne fait pas exception.

Dans le cadre d'un marché plus sain, les investissements en matériaux et entreposage seraient couverts en proportion des ventes, et les excédents générés pourraient contribuer au financement des coûts d'acquisition des matériaux ou d'entreposage des œuvres, mais dans l'état actuel du marché de l'art au Québec, l'artiste doit, la plupart du temps, assumer seul ces dépenses et trouver les fonds nécessaires pour les financer en occupant un autre emploi. Il se trouve donc, de facto, à subventionner lui-même sa pratique artistique dans un contexte économique où l'espoir de profits est pour le moins incertain.

1.4 L'artiste comme entrepreneur et gestionnaire

De façon générale, l'artiste en arts visuels travaille seul ; toutefois, il peut arriver que pour parvenir à répondre à des commandes, en particulier dans le cadre d'un contrat de production d'une œuvre d'art publique, l'artiste recoure à l'expertise de spécialistes ou à des techniciens. Certains artistes, le cas est plus rare, emploient d'autres artistes ou artisans dans leur atelier de façon régulière. Dans tous ces cas,

son activité le situe comme entrepreneur dans la production de son œuvre. L'artiste, en plus d'être un créateur, est donc un acteur économique qui acquiert ou loue des biens et services pour réaliser sa production artistique.

Outre le fait qu'il doit financer lui-même, comme nous l'avons vu, l'acquisition d'outils et d'équipements, en plus des appareils nécessaires pour lui assurer un environnement de travail sain, l'artiste en arts visuels est « à son compte ». En tant que travailleur autonome, il ne peut bénéficier de l'Assurance-emploi et les prestations pour obtenir une couverture adéquate par la CSST sont réhabilitaires. L'idée même d'un filet de sécurité sociale adapté à sa réalité d'artiste et de travailleur autonome paraît utopique à plus d'un.

En termes de financement des équipements et outillages dont il a besoin, l'artiste en arts visuels se trouve lourdement défavorisé en comparaison du créateur en métiers d'art avec qui il partage l'essentiel des pratiques de création et de production. En effet, il n'existe pas actuellement pour les artistes en arts visuels de programme équivalent à celui qu'a instauré la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) pour les créateurs des métiers d'art. Fondé sur une approche entrepreneuriale, ce programme s'éloigne du système des bourses de création ou de recherche et il est particulièrement bien adapté aux besoins et aux réalités d'un travailleur autonome ou d'une très petite entreprise (TPE).

1.5 L'artiste comme promoteur et diffuseur de ses œuvres

Au Québec, le nombre élevé d'artistes en arts visuels et, inversement, le nombre relativement restreint de diffuseurs publics et privés imposent à chaque artiste de développer des outils de promotion et de participer directement à la diffusion et à la vente de ses œuvres. Même lorsqu'il fait affaire avec un diffuseur public ou privé, il arrive souvent que l'artiste ait à contribuer financièrement à la promotion et à la diffusion de son travail.

Comme dans toute entreprise, la promotion, la publicité et la présentation publique des œuvres pour fins de vente sont essentielles au succès. L'artiste doit donc apprendre à « se vendre », à « développer son marché » et à « créer la demande » pour sa production. Toutes ces expressions répugnent à bien des artistes⁶, mais une réalité incontournable demeure : pour vivre de son art de façon autonome et sans occuper un second emploi, un artiste doit vendre ses œuvres à juste prix afin d'en tirer un bénéfice.

Que ce soit pour convaincre la direction d'un centre d'expositions, un propriétaire de galerie ou un collectionneur privé, l'artiste doit développer des outils promotionnels. Parmi ces outils, mentionnons les principaux : le portfolio, la vitrine virtuelle (site Internet), les photographies des œuvres, les supports numériques (CD ROM, DVD); le catalogue promotionnel, les cartons d'invitation et les cartes d'affaire. Tous ces outils promotionnels sont non seulement nécessaires, ils sont essentiels si l'artiste veut rayonner à l'extérieur du cercle restreint de ses proches et intéresser les divers types de diffuseurs et d'acquéreurs.

Chacun de ces outils de promotion suppose temps, énergie et argent. Ainsi, pour avoir des photographies d'apparence professionnelle, un artiste doit aussi recourir aux services d'un professionnel spécialisé dans ce domaine ou encore développer l'expertise nécessaire et se doter des outils de base : une caméra numérique, un trépied et des lampes. Si l'artiste a besoin de textes de présentation et s'il ne peut les rédiger lui-même, il doit recourir aux services d'un rédacteur. Si l'artiste veut élargir sa clientèle, ces documents doivent aussi être traduits. Un site Internet coûte cher à développer, mais c'est un outil pratiquement indispensable de nos jours si l'on veut promouvoir son travail au-delà de sa région de résidence ; il y aura donc des frais de graphisme, d'hébergement et de réservation de nom de domaine. À tous ces coûts viennent s'ajouter ceux reliés à la présentation des œuvres (encadrements, socles,

⁶ *L'attitude des artistes peintres envers la commercialisation de leurs œuvres.* HEC Montréal, ISSN : 0847-5148, Laquerre, Nantel et Colbert.

présentoirs...), à la location d'espace d'exposition (si l'artiste décide de prendre en main sa propre diffusion) et à l'inscription à des événements publics comme les symposiums et les foires.

Pour financer ces investissements promotionnels, essentiels à toute entreprise, l'artiste en arts visuels ne dispose que du revenu de ses ventes et de ses droits d'auteur ainsi que de celui que génère un second emploi. Comme ces revenus sont généralement restreints, où peut-il se procurer l'argent qui lui manque? Les programmes de bourses actuels ne suffiront pas. L'artiste en arts visuels devrait donc avoir accès à du microcrédit à coût raisonnable et à une forme d'aide financière spéciale de l'État pour l'aider à développer son entreprise. L'État en retour y trouverait son compte grâce aux impôts qu'il percevrait sur des revenus plus élevés et grâce aux taxes qu'il prélèverait sur les ventes.

2- Les acteurs de la diffusion en arts visuels et du marché de l'art

À lui seul, l'artiste ne peut couvrir l'ensemble des interventions économiques possibles dans la filière des arts visuels : de la création du produit jusqu'à sa promotion et à sa vente. Fort heureusement, il existe d'autres intervenants majeurs dans cette filière, principalement : les diffuseurs subventionnés par l'État et les galeries privées.

2.1 Les diffuseurs publics

Intervenants majeurs dans l'évolution d'une carrière d'artiste en arts visuels, les institutions vouées à la présentation publique des œuvres ont une mission essentielle que leur confie l'État ou la municipalité dont elles dépendent financièrement. Les diffuseurs publics se regroupent en cinq catégories principales : les centres d'artistes autogérés, les centres d'expositions, les musées d'art, les centres culturels et les maisons de la culture. Leur principale source de revenus provient de l'État ou des municipalités qui financent la majeure partie de leurs opérations. Ces mandataires ont pour fonction première de présenter les œuvres des artistes et, pour certains, d'acquérir et de conserver leurs œuvres.

Avec sa soixantaine d'institutions, le réseau de diffusion des centres d'artistes autogérés est certainement un acquis précieux pour l'ensemble de la filière des arts visuels. Soutenus par le CALQ, le CAC et diverses instances régionales et municipales, les centres d'artistes autogérés interviennent à diverses étapes de la carrière d'un artiste en diffusant ses œuvres et en lui donnant accès à des moyens de production que, individuellement, il ne pourrait généralement pas s'offrir. Le principal atout de ce réseau pour le Québec est qu'il couvre toutes les régions et permet aux citoyens de partout d'être exposés à l'art qui se fait actuellement. Malheureusement, les moyens financiers qui sont impartis aux centres d'artistes autogérés ne leur permettent pas de remplir pleinement leur mandat.

Les autres grands joueurs du milieu de la diffusion publique des œuvres d'artistes québécois vivants sont certains musées et centres d'expositions. Subventionnées directement par le Ministère de la culture et des communications du Québec ou par les divers conseils des arts et les municipalités, il s'agit d'une trentaine d'institutions, allant du Musée d'État à la galerie d'art municipale en passant par les centres d'expositions de moyenne grandeur spécialisés dans la présentation publique d'œuvres d'artistes contemporains.

Sur son site Internet, la Société des musées québécois (SMQ) définit ainsi musées et centres d'expositions : « les musées sont des lieux d'éducation et de diffusion de l'art, de l'histoire ou des sciences. On peut les répartir en trois grandes catégories : les musées proprement dits, les centres d'expositions et les lieux d'interprétation. Les musées ont ceci de particulier qu'ils acquièrent, conservent, étudient et mettent en valeur des collections. (...) En ce qui a trait aux centres d'expositions, l'essentiel des activités gravite autour de la réalisation d'expositions temporaires, auxquelles se greffent les fonctions de recherche, d'éducation et d'action culturelle. À la différence des musées proprement dits, ces institutions ne possèdent généralement pas de collections et ne présentent pas d'expositions permanentes. On les trouve souvent à l'intérieur de centres culturels, de maisons de la culture, de bibliothèques ou de lieux d'enseignement. Une majorité d'entre eux sont dédiés à la diffusion de l'art. »

Plusieurs municipalités québécoises sont dotées de centres culturels ou de centres d'art dont ils soutiennent en bonne partie les activités. Ces lieux, comme les maisons de la culture, sont des vecteurs importants de rapprochement entre les artistes et la population locale. Ils font pour la plupart œuvre d'éducation et d'apprentissage des arts par leurs programmes en partie axés sur le loisir culturel. Quant aux maisons de la culture, elles sont en majorité situées à Montréal et offrent diverses activités de diffusion artistique, dont des expositions d'œuvres d'artistes contemporains. Elles demeurent, pour les citoyens, un moyen d'accéder aux œuvres artistiques gratuitement et favorisent ainsi la démocratisation de l'art.

Les diffuseurs publics interviennent généralement en amont du marché de l'art et n'y participent qu'indirectement ; cependant, certains d'entre eux ont pour mission de constituer une collection d'œuvres et, par leurs programmes d'acquisition, agissent directement sur le marché de l'art. Les expositions et tout le travail de promotion, d'animation et d'information auprès du public qu'opèrent ces diffuseurs a une certaine incidence sur le marché et sur la capacité de l'artiste de tirer un revenu décent de sa pratique. Un artiste qui peut étoffer son curriculum vitae d'une série d'expositions dans des lieux reconnus aura plus de chances d'intéresser une galerie ou un acquéreur privé que celui qui n'a pu exposer que dans des lieux autres ou à son propre compte. Il en va de même pour l'artiste qui peut faire valoir que ses œuvres se retrouvent dans de prestigieuses collections publiques ou privées.

Toutefois, plusieurs artistes choisissent de demeurer hors des circuits de la diffusion publique et préfèrent aborder le marché de l'art directement. Il est vrai que le marché est une bien meilleure source potentielle de revenus que les expositions.

2.2 Les diffuseurs privés

Les principaux types de diffuseurs privés au Québec sont les galeries d'art et les agents ou représentants d'artistes. Toutefois, il existe relativement peu d'agents ou de représentants d'artistes. Ces acteurs intermédiaires entre l'artiste et les galeries d'une part, et l'artiste et des acquéreurs d'autre part, relativement nombreux et incontournables ailleurs dans le monde où il existe un marché de l'art florissant, n'ont guère ici les moyens de survivre longtemps. Au nombre des diffuseurs privés, on peut aussi inclure les décorateurs d'intérieur et les architectes, en particulier ceux qui offrent à leur clientèle des produits « clé en main ». Ce type de diffuseur peut acquérir des œuvres auprès d'artistes qu'il sélectionne lui-même ou encore auprès de galeries, ou même dans des magasins d'ameublement et d'accessoires de décoration intérieure.

La diffusion privée des œuvres d'art visuel au Québec représentait en 2001-02, selon les données existantes⁷, un marché annuel de quelque 73M\$, toutes ventes confondues, mais, outre que ce marché semble relativement stationnaire, la portion qui intéresse les artistes québécois vivants est beaucoup moindre (49M\$). Notons au passage qu'il s'agit de données incomplètes puisqu'une partie difficile à estimer des ventes n'est pas déclarée. Il est bien évident que la réalité du marché québécois des œuvres d'art, en particulier son faible degré de développement en raison du trop petit nombre d'acquéreurs privés, fait en sorte que peu d'artistes, quel que soit le genre d'œuvres qu'ils produisent, peuvent en tirer un revenu suffisant pour vivre.

L'agent ou le représentant d'artiste

Le représentant d'un artiste aide celui-ci à organiser sa démarche professionnelle. Il est d'abord et avant tout un gestionnaire et un conseiller. Généralement rétribué par pourcentage des ventes, le représentant travaille à faire connaître la production de l'artiste en cherchant à obtenir des expositions chez des diffuseurs publics ou privés et à vendre des œuvres. Occasionnellement, le représentant organise lui-même des expositions dans des espaces loués. Divers types d'ententes peuvent être négociées entre l'artiste et son représentant pour défrayer les coûts de promotion et de représentation. En général, un représentant ne s'engage qu'auprès d'un nombre restreint d'artistes qu'il sélectionne selon ses affinités artistiques personnelles et l'intérêt commercial que représente l'œuvre d'un artiste donné. Il peut donc consacrer plus de temps à chaque artiste et ainsi agir comme une véritable personne-ressource auprès des artistes qu'il représente et auprès des galeristes, des conservateurs de musées ou des acquéreurs privés. Au Québec, vu le nombre restreint de ce type de diffuseurs, le travail de l'agent ou du représentant d'artistes est effectué principalement par les galeristes.

⁷ OCCQ, op. cit. p. 12

Les galeries et les marchands d'œuvres d'art

Si l'on se fie aux données de l'Observatoire de la culture et des communications (OCCQ) publiées en juin 2006⁸, il existerait moins de 300 marchands d'œuvres d'art originales au Québec, dont la moitié opèrent dans la région de Montréal. Les galeries ou les marchands d'œuvres d'art réussissent à tirer un revenu suffisant pour survivre quelques mois ou quelques années; mais bien peu arrivent à subsister assez longtemps pour transmettre leur propriété à la génération suivante. Parmi les quelque 273 établissements recensés en 2001-02, seulement 22% étaient en existence depuis plus de 20 ans.

Les galeries se spécialisant dans l'art actuel sont évidemment celles qui ont le plus de difficulté à survivre, même si elles bénéficient occasionnellement du soutien, au demeurant fort humble, de l'État. Celles-ci sélectionnent une brochette d'artistes selon le créneau de marché qu'elles occupent et les genres artistiques ou les disciplines qu'elles désirent privilégier. Étant donné le nombre plus élevé d'artistes qu'ils représentent, les galeries ou marchands d'art ne peuvent consacrer bien souvent qu'un temps limité au travail de représentation d'un artiste individuel. L'artiste doit donc apprendre à gérer lui-même sa carrière et, de façon générale, les artistes québécois le font avec plus ou moins de succès, leur perception souvent négative des aspects administratifs et commerciaux de l'activité artistique ne les aidant pas à atteindre de bons résultats.

On retrouve divers types de galeries ou marchands d'œuvres d'art selon les niches qu'ils désirent occuper dans le marché. Certains, les plus nombreux, présentent dans leurs espaces commerciaux un assemblage hétéroclite de tableaux, de sculptures ou de reproductions de façon à attirer une clientèle générale, souvent touristique, dont le goût peut ne pas être très éduqué. Comme dans tout marché, on y trouve des produits haut de gamme aussi bien que des œuvres de moindre qualité. Mais ce secteur du marché est généralement le plus prospère puisqu'il rejoint une clientèle plus étendue en raison du vaste choix d'œuvres mises en vente et de la variété des prix. En outre, ce type de marchands permet à des acquéreurs peu connaissant d'être exposés à des œuvres de plusieurs genres, ce qui peut les aider à définir et à éduquer leur goût personnel. Les marchands d'œuvres d'art plus commerciaux agissent principalement sur le marché local de l'art et n'entretiennent généralement pas l'ambition de percer sur le marché international. Toutefois, l'Internet pourrait représenter dans le futur un moyen simple et efficace d'accéder à un marché plus large.

Moins nombreux et souvent moins connus, donc moins fréquentés par le public en général, les marchands d'œuvres d'art contemporain occupent un créneau du marché forcément plus restreint. Encore ici, la gamme de produits peut varier et les œuvres offertes être plus ou moins accessibles à un public non averti. Aussi, la clientèle de ces galeries se retrouve-t-elle principalement chez les collectionneurs spécialisés et les conservateurs de musées voués à l'art de pointe.

C'est pourtant les œuvres de ce créneau qui ont le plus de chances d'accéder aux marchés local et international de l'art contemporain. N'ayant pas le bénéfice d'un bassin local d'acquéreurs suffisamment vaste, les marchands de ces œuvres d'art ne peuvent générer les profits nécessaires pour participer aux foires et aux symposiums étrangers. La présence à ce type d'événements doit se faire sur une base régulière et s'appuyer sur un marché local suffisamment actif pour susciter l'intérêt des galeristes étrangers. En effet, pour bien vendre à l'étranger, il faut d'abord démontrer que les œuvres d'un artiste donné se vendent bien localement et qu'il existe donc un potentiel de revente à profit, car, il ne faut pas se le cacher, le marché international de l'art contemporain est avant tout spéculatif.

⁸ *Les ventes des marchands d'œuvres d'art en 2001-2002*, OCCQ, Statistiques en bref, No. 20, juin 2006.

Parmi les marchands d'art québécois, relativement peu acquièrent en grande quantité les œuvres des artistes pour ensuite les revendre au détail dans leur propre établissement commercial ou à d'autres commerçants. Si ce mode d'acquisition directe auprès de l'artiste à un taux bien inférieur à la norme de 50% généralement établie peut paraître outrageant à certains, d'autres artistes y trouvent leur compte, en particulier ceux dont la nature des œuvres entraîne des coûts d'entreposage importants.

2.3 Les acquéreurs

Les principaux acquéreurs d'œuvres d'art au Québec sont, toujours selon les données de l'OCCQ, les particuliers (67%) et les entreprises (28%). Ceux-ci achètent en majorité des œuvres d'artistes québécois vivants ou décédés (65%), ce qui dénote un soutien tangible pour l'art qui se fait ici, quel qu'en soit le genre⁹. Il est probable aussi qu'une partie des acquisitions effectuées par les particuliers et les entreprises soit faite en prévision d'un don à un musée en échange d'un crédit d'impôt. En plus de ces deux types d'acquéreurs, il y a aussi des musées et l'État québécois lui-même, ce dernier en accord avec sa *Politique d'intégration des arts à l'architecture et à l'environnement des bâtiments et des sites gouvernementaux et publics*.

Les collectionneurs et les particuliers

Les données de l'OCCQ citées plus haut concernent l'achat d'œuvres par des « individus », de sorte qu'une portion difficile à estimer de ces acquéreurs pourrait être constituée de touristes étrangers. En 1999, l'étude du MCCQ portant sur les pratiques culturelles au Québec¹⁰ démontrait qu'environ 6% des Québécois et des Québécoises déclaraient avoir acquis une ou des œuvres d'art visuel en 1999. Même si ces données sont déjà âgées, il est possible que cette proportion n'ait pas beaucoup évolué. Il serait intéressant de comparer ces données à celles récoltées dans d'autres pays où le marché de l'art est plus actif.

Les contribuables qui achètent des œuvres d'art ne bénéficient d'aucun avantage fiscal, si ce n'est du crédit d'impôt pour le don d'une œuvre d'art à une institution muséale. Et pour bénéficier de ce crédit d'impôt, il faut d'abord qu'on en ait les moyens financiers et qu'ensuite l'œuvre soit agréée par le musée acquéreur. Or le musée privilégiera nécessairement l'acquisition d'œuvres d'artistes reconnus ou célèbres d'ici ou de l'étranger. C'est ainsi que des collectionneurs canadiens ou québécois peuvent acquérir des œuvres de grande valeur sur recommandation de conservateurs de musées pour ensuite les donner à l'institution contre un crédit d'impôt. L'activité peut parfois être profitable selon la capacité de négociation du collectionneur. Comme il semble que des abus aient été commis dans le passé, il faudrait surveiller davantage ce programme dont les avantages pour la préservation de la mémoire collective et la constitution de collections publiques de niveau international sont incontestables.

Malheureusement, le citoyen moyen qui désirerait acquérir une œuvre et monter une collection privée n'y est pas encouragé par le régime fiscal actuel. Faudrait-il qu'il le soit ? Oui, surtout si ces incitatifs visaient l'acquisition d'œuvres originales d'artistes québécois vivants dans le cadre du marché primaire. Or, on l'a dit, la majeure partie des acquéreurs au Québec sont des particuliers. Agir directement sur ces acteurs principaux du marché en développant leur intérêt pour les créateurs d'œuvres artistiques québécoises stimulerait donc le marché de l'art et fournirait plus de revenus aux créateurs et aux diffuseurs privés, et plus d'œuvres aux collections muséales.

⁹ OCCQ, op. cit. p. 8 et 9

¹⁰ MCCQ : Les pratiques culturelles des Québécoises et des Québécois, 1999 - Dossier statistique, GARON, Rosaire; Direction de l'action stratégique, de la recherche et de la statistique.

Les entreprises

Les sociétés et les particuliers québécois qui exploitent une entreprise ou un bien bénéficient d'un soutien de l'État pour l'acquisition d'œuvres d'artistes québécois ou canadiens lorsqu'ils acquièrent ces œuvres pour les exposer dans leurs lieux de travail. Ainsi, ils peuvent amortir le plein montant de leur acquisition sur une période de trois ans. En outre, l'entreprise peut par la suite faire don de cette œuvre à un musée et obtenir un crédit d'impôt. Ainsi, l'acquisition d'une œuvre d'art par une entreprise peut s'avérer, à terme, un investissement rentable pour peu que la valeur estimée de l'œuvre lors du don soit supérieure à sa valeur d'achat, ce qui est souvent le cas.

Cet avantage fiscal favorise donc l'entreprise, et indirectement les musées collectionneurs, mais pas nécessairement les artistes vivants car la déduction s'applique indifféremment aux œuvres d'artistes québécois vivants ou morts qui sont vendues dans le cadre du marché primaire comme dans celui de la revente.

Les institutions muséales

Quant aux acquisitions par les institutions muséales, elles ne représentent que 4% du marché, ce qui n'étonne pas étant donné leurs faibles budgets d'acquisition. Une étude française publiée en 2006 établit la proportion du marché de l'art occupée par les acquisitions institutionnelles en France à environ 7%¹¹ ce qui tendrait à démontrer que la situation québécoise n'est pas exceptionnelle. Ainsi en 2001-2002, les musées ont acquis des œuvres pour une valeur de 5,4M\$ alors qu'elles ont reçu des dons d'une valeur de 17,7M\$¹². Il s'agissait là d'une année faste puisque les années suivantes, le montant consacré aux acquisitions variait de 2,5 à 3,1M\$.

La politique dite « du 1% »

La *Politique d'intégration des arts à l'architecture et à l'environnement des bâtiments et des sites gouvernementaux et publics*¹³, dite Politique du 1%, constitue pour les artistes québécois des domaines des arts visuels et des métiers d'art un acquis important qu'il importe de soutenir et de citer en exemple auprès des autres paliers gouvernementaux.

Sur la base de cette politique, l'État québécois passe des commandes à des artistes professionnels d'ici ou acquiert leurs œuvres. Parce qu'il investit dans l'intégration ou l'acquisition d'une œuvre environ 1% des frais d'exécution des travaux de construction d'un bâtiment ou d'un site « ouvert au public à des fins d'information, de loisirs ou d'obtention d'un bien ou d'un service », le gouvernement québécois constitue depuis un quart de siècle une imposante collection d'œuvres d'art public.

¹¹ Le Figaro, *Radiographie des galeries d'art en France*, article de Valérie Duponcelle, 17 février 2006.

¹² Institut de la statistique du Québec

¹³ Décret concernant la politique d'intégration des arts à l'architecture et à l'environnement des bâtiments et des sites gouvernementaux et publics. Loi sur le ministère de la Culture et des Communications (L.R.Q., c. M-17.1, a. 13).

3- Importance et lacunes de l'intervention de l'État québécois dans le domaine

Dans le présent document, le RAAV vise essentiellement à doter le statut professionnel des artistes en arts visuels d'un solide fondement économique. Lorsque l'artiste est contraint d'aliéner une partie de son temps à un travail purement alimentaire, ce temps est perdu à tout jamais pour la création. Un industriel ferait un bien piètre investissement s'il demandait à sa plus brillante ingénieure de faire de l'entretien ménager. Pourquoi en serait-il autrement dans l'industrie des arts visuels ? Combien d'artistes voient ainsi se dilapider leur talent et s'éteindre progressivement la flamme créatrice qui les anime, contraints qu'ils sont d'occuper un emploi secondaire ? Combien d'œuvres artistiques ne verront jamais le jour pour cette raison ? Un secteur industriel qui négligerait ainsi sa principale ressource ne pourrait fructifier.

Les principales interventions du gouvernement québécois dans la filière des arts visuels, outre certaines dispositions fiscales, sont :

- 1- le programme de bourses du Conseil des arts et des lettres;
- 2- le soutien à la diffusion publique;
- 3- la politique dite du 1% ; et
- 4- le programme de soutien offert par la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) aux galeries d'art commerciales qui se spécialisent dans le marché de l'art contemporain.

Ces interventions se situent au début du continuum des arts visuels, c'est-à-dire à la phase recherche et création, puis à l'étape de la diffusion publique ou privée. L'État n'intervient pas dans une phase essentielle du continuum, c'est-à-dire à l'étape de la production des œuvres et de leur mise à disposition par l'artiste. Nous ne parlons pas ici des matériaux nécessaires à la réalisation des œuvres, mais plutôt des outils de production et de ceux dont l'artiste a besoin pour promouvoir son travail auprès des diffuseurs ou des acquéreurs.

Le RAAV considère que l'État québécois fait déjà beaucoup pour le milieu des arts visuels mais qu'il pourrait faire plus et mieux pour développer cette filière ; plus, en accroissant le soutien aux artistes et aux entreprises de ce secteur culturel, et mieux, en situant les diverses interventions dans le contexte d'une stratégie de développement durable. Il lui apparaît évident qu'il existe un déséquilibre dans l'action gouvernementale québécoise en ce qui concerne la promotion et la commercialisation des œuvres produites par les artistes de ce secteur. En effet, la part des investissements consacrés à la recherche et à la création ainsi qu'à la diffusion publique est beaucoup plus importante que celle qui est consacrée au soutien des particuliers (les artistes) et des sociétés qui opèrent une entreprise culturelle en arts visuels ainsi qu'au développement du marché.

Si l'on compare le soutien accordé aux maisons de production de cinéma ou aux institutions de diffusion des arts de la scène à celui qui est accordé aux diffuseurs privés en arts visuels, force est de constater qu'on pourrait faire mieux.

3.1 Le CALQ et les bourses pour artistes

Les bourses attribuées par les divers conseils des arts, dont celles du CALQ, ne peuvent être considérées comme des sources de revenus. Nul artiste ne saurait fonder ses espoirs de survie personnelle, et celle de sa famille, sur ces seuls programmes. D'abord, seule une minorité d'artistes reçoit des bourses annuellement et, par définition, elles ne sont pas récurrentes. Il n'y a rien là rien d'anormal, car ces programmes sont conçus pour soutenir la recherche et la création et le principe de leur attribution est l'encouragement de l'excellence artistique. Mais en général, pour un artiste qui aura une réponse positive à sa demande de bourse, au moins quatre autres n'en obtiendront pas.

En consultant les documents publiés par le CALQ au cours des récentes années, on a pu constater que depuis 1994, une portion substantielle d'environ 20% des sommes consacrées au soutien des artistes des arts visuels semblait avoir migré vers d'autres secteurs artistiques. Ainsi, en 1994, la portion du soutien financier dédiée aux arts visuels était de 14,8% alors que 10 ans plus tard elle n'était plus que de 11,7%. Cette différence de 3% représentait en 2003-04 un peu plus de 2M\$. Qui plus est, sur une période de 10 ans, soit de 1994 à 2004, malgré une augmentation de 82,6 % du budget global du CALQ consacré au soutien financier de diverses disciplines, l'augmentation des sommes versées aux arts visuels a été de 45% alors que pour le théâtre, elle était de 66%, pour la musique, de 86%, pour la danse, de 100%, pour la littérature, de 197% et pour les arts médiatiques, de 269%.¹⁴ De plus, entre 1994 et 2006, le nombre des bourses accordées aux artistes en arts visuels ainsi que leur valeur totale sont demeurés les mêmes.

Les données du CALQ indiquent clairement une stagnation des montants consacrés aux arts visuels. Cependant, des représentants du CALQ nous ont affirmé qu'il s'agissait là des effets d'une baisse constante des demandes présentées par les artistes. Bien que cette explication puisse sembler un peu courte, il est possible qu'il y ait pu y avoir au fil des ans une réaction de découragement chez les artistes en arts visuels suite à des réponses négatives répétées. En outre, certains artistes en arts visuels ont tenté leurs chances dans des domaines connexes, entre autres les arts médiatiques où, effectivement, il y a eu une grande augmentation des sommes versées aux artistes.

Quoi qu'il en soit, ces données démontrent l'existence d'un problème en ce qui concerne les arts visuels au CALQ et des mesures devraient être prises pour y remédier.

3.2 Le CALQ et le soutien aux centres d'artistes

Le CALQ soutient actuellement environ 45 centres d'artistes au niveau de leur fonctionnement et y consacrait, en 2003-04, 3,7M\$. L'État québécois ajoutait cette année-là 1,1M\$ provenant d'autres programmes gouvernementaux.¹⁵ Il est incontestable que les centres d'artistes répondent à des besoins criants et ont constitué au fil des ans un important réseau de diffusion et de production. Mais l'État peut-il en soutenir autant sans les soutenir insuffisamment?

Il va sans dire que le questionnement sur cet acquis collectif que sont les centres d'artistes doit se faire en gardant en tête la nécessité de solidifier ce réseau de diffusion tout en améliorant concrètement les conditions de diffusion et de production qui sont offertes aux artistes.

3.3 Le MCCQ et la politique dite du 1%

On ne dira jamais assez l'importance de cette politique pour les artistes en arts visuels. En effet, c'est dans l'application de cette politique que leur statut professionnel est le mieux reconnu. Leurs interventions dans les chantiers de construction à titre de travailleurs spécialisés, de créateurs et de gestionnaires de projets les situent à égalité avec les autres corps professionnels avec lesquels ils collaborent. Malgré quelques distorsions systémiques, cette politique contribue grandement à l'amélioration des conditions de vie et de pratique professionnelles d'un bon nombre d'artistes en arts visuels.

Il apparaît important au RAAV de bonifier cette politique et ses règles d'application afin d'accroître le nombre d'artistes aptes à y participer. Ainsi une banque d'œuvres pour fins d'acquisition dans le cadre de projets de moindre envergure devrait être constituée. Cela permettrait à un plus grand nombre d'artistes de toutes les disciplines et de toutes les approches esthétiques de voir leurs œuvres s'ajouter à

¹⁴ Constats du CALQ, Numéro 9, mars 2005, Tableau 2, p. 6.

¹⁵ Constats du CALQ, Numéro 12, Juin 2006.

la collection d'art public du Québec. Un programme de formation spécialisée devrait également aider les artistes à mieux s'outiller pour augmenter leurs chances de remporter des concours d'intégration.

De plus, l'investissement de 1% devrait s'étendre à tous les projets où des investissements publics sont consentis, y compris les grands travaux d'infrastructures et de services publics. On devrait aussi inciter les municipalités et les entreprises privées à adopter ce principe de façon à accroître la présence d'œuvres d'art dans notre environnement quotidien.

3.4 Le MCCQ et le soutien aux établissements muséaux

Le Québec fait grand cas de son patrimoine culturel et avec raison d'ailleurs. Les divers gouvernements, de quelque parti qu'ils soient, ont consenti des investissements substantiels dans la préservation et la restauration de ce qui constitue les traces de nos origines et de notre inventivité. Le patrimoine est une chose importante pour le Québec, mais si on veut avoir un patrimoine à protéger dans le futur, il faut s'assurer de bien soutenir celui qui se crée actuellement en aidant ceux et celles qui y travaillent.

Il nous semble que le soutien aux musées et aux institutions dont la mission est d'exposer les œuvres des artistes vivants, et dans certains cas, de collectionner leurs œuvres, devrait être analysé à fond. Un traitement spécial devrait leur être accordé pour les aider à mieux remplir leur mandat. En effet, il serait important de mieux les soutenir afin qu'ils exposent et acquièrent les œuvres d'un plus grand nombre d'artistes d'ici, qu'ils aient accès à des locaux plus vastes et qu'ils versent aux artistes toutes les sommes qui leur sont dues au chapitre des droits d'auteur et des honoraires professionnels. En effet, il importe de revitaliser le lien entre les artistes d'ici et le public québécois, c'est-à-dire de démocratiser davantage l'accès du public aux créations des artistes d'ici, tout en respectant les lois sur le droit d'auteur et le statut professionnel des artistes.

En ce qui concerne les acquisitions, on pourrait s'inspirer de l'expérience française des Fonds régionaux d'art contemporain (FRAC) qui sont destinés à la promotion de l'art contemporain. Ces fonds sont dotés d'un budget dont le financement vient en grande majorité de la région et de l'État. Ils permettent un rapprochement entre les artistes et le public ainsi que la constitution dans chaque région d'une collection d'œuvres contemporaines, chaque région étant libre de se spécialiser dans une catégorie particulière d'art contemporain. On peut aisément imaginer le potentiel touristique additionnel que constitueraient ces collections pour chaque région et la fierté qu'elles pourraient susciter. La participation des entreprises privées à la constitution de ces fonds devrait, de toute évidence, être considérée comme un élément important d'un tel programme.

L'autre volet où le MCCQ devrait investir est celui de la visibilité des artistes et de leurs œuvres et de la sensibilisation du public aux démarches artistiques contemporaines. Un programme spécial devrait être mis en place pour aider les institutions de diffusion publique à favoriser les rencontres entre les artistes et les divers publics, en particulier les jeunes d'âge scolaire. Il est faux de croire que les artistes peuvent survivre coupés de la société dans laquelle ils créent. Il faut rétablir ce lien et réaffirmer la pertinence des interventions de l'artiste contemporain dans l'avancement de la société québécoise.

3.5 La SODEC et les arts visuels

Le soutien accordé par la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) depuis 1995 dans le cadre de son *Programme d'aide aux entreprises en métiers d'art* a permis à des centaines d'artisans de se doter d'outils pour développer leurs moyens de production (achat d'équipement, installation d'atelier) et leur mise en marché (site Internet, catalogue, matériel promotionnel, publicité, etc...). Le fait que le secteur des métiers d'art soit mieux organisé depuis quelques années n'est pas étranger au soutien obtenu à la SODEC. Son intervention dans le domaine des métiers d'art pourrait

servir de modèle à une intervention future dans la filière des arts visuels et les programmes existant déjà pourraient facilement être adaptés à ses besoins particuliers.

L'absence d'une intervention plus conséquente de la SODEC dans la filière des arts visuels constitue un « chaînon manquant ». Il ne faudrait maintenant qu'une volonté politique pour mieux relier l'étape de la recherche / création à celles de la production / mise à disposition et de la promotion / commercialisation. Le RAAV considère que la SODEC doit obtenir le mandat et les fonds nécessaires pour soutenir directement l'artiste en arts visuels dans son rôle d'entrepreneur, pour « contribuer au développement et à la professionnalisation de l'industrie » des arts visuels et « soutenir la diffusion » des œuvres québécoises, « la création de nouveaux marchés et l'expansion des marchés existants »¹⁶. Le mode de fonctionnement de la SODEC, son système d'évaluation des dossiers et la culture plus « entrepreneuriale » de cette société d'État la positionnent idéalement pour encadrer ce nouveau type d'intervention de l'État québécois dans le domaine des arts visuels.

La SODEC administre depuis quelques années un programme de soutien aux galeries spécialisées dans la promotion et la vente d'œuvres d'art contemporain. On ne saurait trop souligner à la fois l'importance de ce programme et son manque de financement. Au lieu d'une simple sous-section du programme de la SODEC dédié aux métiers d'art, on devrait voir apparaître le plus tôt possible, et doté d'un financement suffisant, un nouveau secteur d'activités à la SODEC dédié exclusivement aux arts visuels. Il nous semble en effet essentiel d'insister pour que ce début d'intervention de la SODEC dans la filière des arts visuels soit largement bonifié, tant au point de vue de l'intervention auprès des artistes que de celui du soutien à la commercialisation et à la vente d'œuvres d'art contemporain ici et à l'étranger.

3.6 Le soutien aux artistes québécois

Il va sans dire qu'il est logique, dans l'esprit du contribuable québécois, que les argents qu'il consent à l'État pour soutenir les arts et les lettres favorisent en premier lieu les artistes et créateurs d'ici. Cette vision des choses n'emporte toutefois pas l'assentiment de tous car d'aucuns estiment qu'une société fermée sur sa production artistique risque de se scléroser. Dans ce domaine, un équilibre doit donc être recherché et, à défaut d'autodiscipline chez les diffuseurs subventionnés par l'État, l'instauration d'un quota d'expositions réservé aux artistes québécois devrait être considéré. Le RAAV estime qu'au moins 70 % des périodes d'exposition prévues dans la programmation des diffuseurs subventionnés par le gouvernement québécois devraient être consacrés aux artistes d'ici.

Tous les artistes ne bénéficient pas d'une exposition de façon régulière et les sommes qui devraient leur être versées en vertu des grilles tarifaires minimales établies par les associations professionnelles (RAAV et CARFAC) ne le sont pas toujours, loin s'en faut. Or, à titre de mandataires subventionnés par l'État, les diffuseurs publics devraient verser aux artistes toutes les sommes qui leur sont dues dans le cadre de la diffusion publique de leurs œuvres (droits d'exposition, droits de reproduction et honoraires). De plus, les organismes subventionnaires ne devraient accorder leur soutien aux organismes de diffusion qu'à la condition que ceux-ci respectent ce principe de base.

3.7 Les mesures fiscales

L'un des seuls avantages que confère le statut d'artiste créateur, et encore n'est-il accordé qu'au Québec, c'est la déduction du revenu des droits d'auteur. Cependant, dans le domaine des arts visuels, sauf pour les artistes qui obtiennent d'importants contrats d'art public, rares sont ceux qui peuvent se prévaloir de la totalité de cette déduction. Pour les artistes en arts visuels, et pour les créateurs en métiers d'art, il serait donc important que soient pris en considération les revenus provenant de la vente d'œuvres. Ainsi, pour les créateurs en arts visuels et en métiers d'art, cette déduction pourrait s'appliquer sur le cumul des premiers quinze mille dollars de droits d'auteur et de ventes.

¹⁶ Extraits du document « Programme d'aide aux artisans et aux entreprises en métiers d'art » Avril 2007.

Un marché de l'art à revigorer de toute urgence

De l'avis de la plupart des acteurs du milieu des arts visuels, sinon de tous, le marché de l'art au Québec n'est pas ce qu'il devrait ou pourrait être. Loin s'en faut.

Dans la filière économique des arts visuels, le marché de l'art ne joue pas le rôle normal qui lui est dévolu : celui de constituer pour ses créateurs leur principale source de revenus. Cette défaillance du marché de l'art est probablement la cause la plus importante du dysfonctionnement de la filière des arts visuels au Québec. Il nous apparaît donc important d'adopter rapidement des mesures concrètes pour revigorer le marché des œuvres d'artistes québécois vivants. Que ce soit grâce à l'exemption de la taxe de vente du Québec sur les œuvres de ces artistes, ou à l'introduction d'une déduction fiscale pour une partie du prix des œuvres, ou encore à l'amortissement du montant de l'acquisition sur un certain nombre d'années, il faut réussir à créer chez nos concitoyens l'habitude d'acquérir et de collectionner des œuvres d'artistes québécois vivants.

Les investissements consentis par l'État afin de stimuler le marché de l'art seraient en partie récupérés par la perception de la TVQ (sauf évidemment en ce qui concerne la première mesure) et de l'impôt sur les revenus des artistes et des marchands d'art. Ces incitatifs pourraient même n'être accordés que sur une base temporaire, soit le temps nécessaire pour créer une solide habitude d'acquisition d'œuvres chez le public québécois. On se souviendra que dans les années 90 les mesures fiscales visant à soutenir l'industrie du cinéma ont résulté en une forte croissance de cette industrie. L'industrie des arts visuels pourrait elle aussi profiter de mesures fiscales adaptées à sa réalité.

Quelles que soient les mesures prises pour stimuler le marché des œuvres d'artistes québécois vivants, il est clair qu'elles résulteraient en une amélioration des conditions socioéconomiques de ces artistes et des entreprises qui les promeuvent et vendent leurs œuvres. Elles pourraient aussi avoir pour effet de faire disparaître une partie du marché souterrain, car les mesures incitatives ne s'appliqueraient que sur les ventes d'œuvres dûment déclarées.

3.8 Le soutien à l'acquisition d'ateliers d'artistes

L'une des recommandations issues du Forum sur les arts visuels au Québec, organisé par le Conseil des arts et des lettres (CALQ) en mai 2006, aborde précisément cette problématique. En page 16 du Bilan de cet exercice qui réunissait plus d'une centaine d'artistes et d'intervenants professionnels du monde des arts visuels, on propose de :

« Favoriser la mise à niveau des équipements présents dans les lieux de production ainsi que l'accès à des espaces d'ateliers – Assurer la collaboration du CALQ, des ministères, des municipalités, du secteur privé et d'autres organismes tels que la SCHL, pour soutenir les besoins en espaces et en équipements nécessaires à la production des artistes en arts visuels. (...) »

La problématique du manque d'ateliers et d'ateliers-résidences et de la mise à niveau de ceux qui existent a donc été soulevée par l'ensemble des intervenants du domaine des arts visuels au Québec.

Pour le RAAV, il est essentiel qu'une attention particulière soit apportée par l'État à ce problème. On l'a vu maintes fois dans le passé : de nombreux bâtiments industriels désaffectés ont été revitalisés et en partie rénovés par des artistes qui ensuite ont été chassés de leurs locaux par des promoteurs immobiliers. Les lois du marché immobilier sont telles que les artistes ne peuvent s'y opposer.

L'un des moyens que le RAAV privilégie est l'accès à la propriété par le biais de coopératives d'habitation-atelier. L'exemple de la Coop Les Arts, dans l'Arrondissement de Ville-Marie de Montréal illustre bien notre propos. Les projets de coopératives sont structurants parce qu'ils motivent les artistes

qui y participent à se prendre en main et à se responsabiliser par rapport à la propriété collective en habitation. Ils offrent aux artistes le moyen de participer à la réalisation de projets dont ils sont les maîtres d'œuvre. Ceux-ci connaissent leurs besoins en termes d'espace et d'équipement spécialisé et ils peuvent faire en sorte que les édifices construits ou rénovés pour eux répondent vraiment à ces besoins.

L'État québécois doit donc se préoccuper de cette situation et proposer des programmes d'aide à l'acquisition à l'intention des artistes, voire acquérir des immeubles qui pourraient être réservés à ce genre d'occupation. Ce travail peut se faire en partenariat avec les municipalités et même avec le privé.

Conclusion

Dans ces pages, nous avons décrit la situation du premier acteur de la filière économique des arts visuels, l'artiste, et identifié ses besoins. Nous avons constaté que la grande majorité des artistes, y compris les boursiers eux-mêmes, doivent compter sur les revenus provenant de la vente d'œuvres, occuper un ou des emplois secondaires, ou compter sur l'aide financière d'un proche pour subsister. Même les artistes qui obtiennent des bourses de création ou de déplacement doivent défrayer en totalité les coûts reliés aux équipements, à leur atelier et à la mise en marché de leurs oeuvres. De plus, le revenu net dégagé du montant des bourses est imposable.

Nous avons également identifié les divers types de partenaires avec lesquels l'artiste en arts visuels interagit tout au long de sa carrière, espérant tirer un revenu décent de sa pratique professionnelle. Nous avons pris en considération les formes de soutien actuelles que le gouvernement du Québec a mis en place et constaté que le CALQ intervient déjà dans le soutien à la recherche et à la création, de même que dans celui de la diffusion publique. Quant à la SODEC, faute d'un budget adéquat, elle n'intervient qu'assez minimalement dans le réseau de diffusion privé et pas du tout auprès des artistes en arts visuels. Nous avons ensuite tenté de pointer du doigt certaines failles dans le soutien de l'État dans ce secteur artistique et d'identifier des moyens d'y remédier.

Il nous apparaît clair que des investissements supplémentaires doivent être consentis par l'État pour accélérer le développement de cette industrie culturelle. Ils se situent principalement à trois niveaux : celui du soutien à l'artiste en ce qui a trait à la production et à l'autopromotion, celui d'un soutien accru à la promotion et à la vente d'œuvres et, enfin, celui de la stimulation du marché de l'art.

Afin d'accroître la vitalité de la filière des arts visuels, le MCCQ devrait confier à la SODEC une nouvelle mission assortie des fonds adéquats. Cette mission aurait comme objectifs de soutenir financièrement le développement des moyens de production et des outils de commercialisation des artistes en arts visuels et des entreprises qui promeuvent et vendent leurs œuvres ainsi que de favoriser l'exportation et le rayonnement culturel de la production québécoise contemporaine en arts visuels.

Le RAAV croit qu'il est essentiel de valoriser le statut d'artiste en arts visuels en établissant durablement les bases financières et économiques qui créeront des conditions favorables à son succès. La simple reconnaissance du statut professionnel ne suffit pas. Il faut aussi que l'artiste en arts visuels puisse pratiquer sa profession en étant raisonnablement certain de pouvoir en vivre. D'ailleurs, la meilleure façon d'assurer la relève n'est-elle pas de démontrer que les professions artistiques permettent de vivre honorablement et dignement ?

© RAAV, 2007 / 2008