

PROFESSION ARTISTE

Guide pratique à l'intention des artistes en arts visuels



3e Édition - 2018

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 2010:

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

Mise à jour 2018
Nathalie Dussault, coordonnatrice au développement professionnel - RAAV
Bernard Guérin, directeur général - RAAV

Table des matières

Introduction		.3
Chapitre 1	Le cadre légal	.4
Chapitre 2	Le Curriculum Vitae d'artiste	.10
Chapitre 3	Le texte de présentation d'un projet et le texte de démarche artistique	.18
Chapitre 4	S'orienter, chercher sa voie, trouver sa place	.22
Chapitre 5	Les centres d'artistes autogérés	.27
Chapitre 6	Les galeries privées	.31
Chapitre 7	L'agent d'artiste en arts visuels	.37
Chapitre 8	La diffusion dans les musées et centres d'expositions	.39
Chapitre 9	Le réseau Accès culture de Montréal et les arts visuels	.43
Chapitre 10	Les revues spécialisées et Webzines	.46
Chapitre 11	Les événements en arts visuels au Québec	.51
Chapitre 12	Quelques manifestations internationales en art contemporain	.59
Chapitre 13	Les associations d'artistes	.62
Chapitre 14	Ne partez pas vers les États-Unis sans votre Visa... de travail	.69

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 1

Le cadre légal *

Les artistes et diffuseurs québécois bénéficient d'un encadrement légal, visant à réguler les rapports professionnels qu'ils établissent lors des activités et événements ayant pour objet la présentation publique et l'utilisation d'œuvres d'art. Ce cadre légal, loin de représenter une lourdeur administrative ou une barrière à la réalisation des projets, assure aux parties le respect de leurs droits et de leurs intérêts dans le cadre de négociations librement consenties.

« Plusieurs lois encadrent le travail de création et de diffusion en arts visuels. Il y a tout d'abord la *Loi sur le droit d'auteur*, mais aussi, de manière complémentaire, 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* – que nous appellerons ci-après la Loi sur le statut de l'artiste – et le Code civil du Québec. Afin de comprendre les relations qui existent entre ces lois, il faut dire quelques mots de la Constitution canadienne qui délimite les pouvoirs du Parlement fédéral et des Parlements provinciaux.

La Constitution canadienne réserve au Parlement fédéral l'exclusivité des pouvoirs sur le droit d'auteur et laisse le soin aux provinces d'adopter des lois sur les contrats. Le droit d'auteur au Canada découle donc d'une loi fédérale, la Loi sur le droit d'auteur, qui s'applique à la grandeur du pays. Au Québec, l'Assemblée nationale du Québec a adopté le Code civil du Québec, qui propose les règles générales valables pour les contrats et la Loi sur le statut de l'artiste qui s'intéresse plus particulièrement aux contrats régissant les arts visuels, les métiers d'art et la littérature. Le Code civil du Québec et la Loi sur le statut de l'artiste ne créent pas de droits d'auteur. Par contre, alors que la Loi sur le droit d'auteur est pratiquement muette sur les contrats, la Loi sur le statut de l'artiste s'intéresse à la forme des contrats (contrat écrit, signature en double exemplaire, etc.) et rend certaines stipulations obligatoires (durée du contrat, description des droits cédés, etc.). Quant au Code civil, il complète la Loi sur le statut de l'artiste en établissant des principes valables pour tous les contrats (accord de volonté entre les parties, absence de clauses abusives, etc.). Ces diverses lois interagissent à la manière d'un cadre juridique englobant à la fois la personne du créateur, l'acte de création et la diffusion des œuvres. »

* Dans ce chapitre, nous avons emprunté plusieurs extraits du document *Le Droit et les contrats en arts visuels*, publié par le RAAV et rédigé par Messieurs Georges Azzaria et Normand Tamaro, avocats. Les auteurs ont accepté que ces extraits soient reproduits gracieusement et nous les en remercions.

Les lois qui encadrent les pratiques de diffusion

« Nous avons vu qu'en vertu des principes découlant de la *Loi sur le droit d'auteur*, les diverses utilisations d'une œuvre doivent être autorisées par le titulaire des droits. De plus, ces autorisations doivent, lorsqu'il s'agit de transferts de droits exclusifs, s'effectuer par le biais d'un contrat par écrit. La *Loi sur le statut de l'artiste* va plus loin, car elle rend le contrat écrit obligatoire, même lorsque le transfert de droit n'est pas exclusif. En plus de rendre le contrat écrit obligatoire pour toutes les formes d'utilisation d'une œuvre par un diffuseur, la *Loi sur le statut de l'artiste* impose un contenu aux contrats. Avant d'entrer dans les détails de cette *Loi*, un détour par les principes contractuels contenus dans le *Code civil du Québec* s'impose »

A- Code civil du Québec

« Le *Code civil du Québec* est dit « supplétif », c'est-à-dire que les règles qui y sont énoncées s'appliquent lorsque des règles pertinentes ne sont pas prévues dans une loi ou dans un contrat. Les articles 1385 à 1456 du *Code civil du Québec* complètent donc les règles édictées par la *Loi sur le statut de l'artiste*. Nous nous limiterons ici à présenter trois des cas de figure qui demeurent les plus susceptibles de se présenter.

1. Pour qu'un contrat soit formé, il faut d'abord que les deux parties soient capables d'exercer leurs droits civils. Une personne protégée parce qu'elle fait l'objet d'une mesure d'interdiction pour incapacité mentale (tutelle ou curatelle), ne saurait donner un consentement valable en vertu du *Code civil*.

De plus, chacune des parties doit être habilitée à conclure le contrat : l'artiste doit être titulaire des droits sur l'œuvre et, pour sa part, la personne qui s'engage au nom du diffuseur, si celui-ci est une personne morale (une compagnie, une association, une corporation, etc.), doit être dûment habilitée pour transiger pour le compte de cette personne morale.

2. Ensuite, un échange de consentement entre les parties est nécessaire. Pour qu'il soit valablement donné, le consentement doit être libre et éclairé, et ne pas être consécutif à une erreur (« j'ai signé alors que je croyais erronément qu'il s'agissait d'une bonne cause »), une crainte (« si je ne signais, pas la vie de mes proches était menacée »), ou une manœuvre frauduleuse (« l'autre partie a utilisé des manœuvres répréhensibles pour m'inciter à signer »). Une personne s'engage dans un contrat lorsqu'elle le fait en connaissance de cause.

3. Le *Code civil du Québec* exige que chaque contrat ait un objet (par exemple une œuvre) et une cause (par exemple une exposition ou une vente). Mentionnons qu'un contrat entre un artiste et un diffuseur fait conformément à la *Loi sur le statut de l'artiste* prévoit nécessairement un objet et une cause.

Lorsque ces trois conditions sont remplies, le contrat entre les parties est valablement formé au sens du droit civil. Selon le type de conditions et les circonstances qui entourent le contrat, le défaut de remplir ces conditions ne rend pas forcément nul l'ensemble du contrat, comme nous le verrons dans la section 2.7.

En plus de respecter les conditions prévues au *Code civil du Québec*, un contrat entre un diffuseur et un artiste du domaine des arts visuels doit aussi rencontrer des conditions prévues à la *Loi sur le statut de l'artiste*. »

B- Loi S-32.01

« 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 : *Loi sur le statut de l'artiste*) s'intéresse, comme l'indique son titre, à deux importantes questions : les conditions relatives à l'obtention du statut d'artiste professionnel et le cadre contractuel qui s'impose dans les rapports entre les artistes et les diffuseurs. Cette loi québécoise, adoptée en 1988, prévoit également un mécanisme formel de reconnaissance pour les associations d'artistes professionnels, ainsi que la possibilité de négociation volontaire d'ententes collectives sur des conditions minimales de diffusion, entre une association reconnue et un diffuseur. La *Loi sur le statut de l'artiste* tente de proposer des solutions face à certains problèmes socio-économiques vécus par les artistes, en ajoutant des éléments de protection qui sont absents dans la *Loi sur le droit d'auteur*. Afin d'éviter tout malentendu, indiquons d'emblée qu'il existe une autre loi québécoise sur le statut de l'artiste, celle-ci s'appliquant aux domaines des arts de la scène, du disque et du cinéma.

La *Loi sur le statut de l'artiste* s'applique à toutes les ententes entre un artiste et un diffuseur québécois, mais elle n'indique pas spécifiquement si elle s'applique aux seuls artistes et diffuseurs québécois. Ainsi, aucune disposition de la loi ne permet d'affirmer qu'elle s'applique à une entente entre un artiste québécois et un diffuseur étranger ou encore à une entente entre un diffuseur québécois et un artiste étranger. Un artiste ou un diffuseur du Québec qui voudrait s'assurer de l'application de la *Loi sur le statut de l'artiste* à son entente avec un contractant étranger doit, dans le contrat, mentionner expressément que celui-ci est régi par la *Loi sur le statut de l'artiste*. »

C- Loi sur le Droit d'auteur

« Le droit d'auteur porte sur les œuvres artistiques, dramatiques, littéraires et musicales. Il se distingue d'autres types de droits de propriété intellectuelle tels, le droit des brevets (protection d'une invention), le droit des marques de commerce (protection des noms, symboles et dessins pour distinguer des produits et des services) ou encore le droit des dessins industriels (protection des caractéristiques visuelles distinctives : forme, décoration ou motif d'un article manufacturé).

Nous verrons dans la présente section qu'il existe deux types d'avantages liés au droit d'auteur. Le premier est d'ordre économique et permet à l'auteur de retirer des revenus de son œuvre. Il s'agit d'un droit exclusif visant les diverses utilisations de l'œuvre, la reproduction et la communication publiques en étant les principales formes. Le second avantage est lié à la personne de l'auteur : un droit moral confère à l'auteur le droit d'être reconnu comme créateur ainsi que le pouvoir de protéger sa réputation

et l'intégrité de son œuvre. Nous verrons également que l'auteur est le titulaire initial de la totalité des droits qui découlent de ses œuvres, ce qui signifie qu'il peut disposer de ses droits comme il l'entend.

D'entrée de jeu, dissipons un malentendu fort répandu dans le domaine des arts visuels. Le droit d'auteur porte sur des droits liés aux utilisations d'une œuvre et non sur le support lui-même. Le support et les droits sont indépendants l'un de l'autre. La distinction est d'une grande importance : il en découle que la vente du support n'inclut pas, en soi, un transfert de droits. Ainsi, un musée ayant acquis un tableau dans un contrat qui ne fait pas mention de droits d'auteur, ne peut reproduire ou exposer l'œuvre, même s'il en est le propriétaire. Pour ce faire, le musée doit obtenir l'autorisation de l'auteur.

(...) il importe de mentionner qu'en règle générale un auteur peut revendiquer la protection de ses droits un peu partout dans le monde. Un auteur canadien peut, par exemple, revendiquer en France la protection du droit d'auteur, tout comme un auteur français peut revendiquer en sol canadien la protection du droit d'auteur. Cette protection à caractère internationale est due à l'adhésion de nombreux pays à diverses conventions internationales, telle la Convention de Berne, dont la première version remonte à 1886. »

D- Le droit à l'image

« Le droit à l'image d'une personne est une question qui se retrouve souvent à l'avant-plan de l'actualité juridique. Pour un artiste en arts visuels les principes sous-jacents au droit à l'image n'ont rien pour simplifier les choses, puisque ces principes confrontent deux droits : le droit à la vie privée et la liberté artistique. (...)

La règle générale veut donc qu'on ne puisse utiliser l'image d'une personne sans son consentement, parce que le droit à l'image fait partie du droit à la vie privée. Cette interdiction vise toutes les formes de diffusion de l'image d'une personne, dans la mesure où cette personne peut être identifiée. Cependant, le simple fait de capter l'image d'une personne se trouvant dans un lieu public, en la filmant ou en la photographiant, n'est pas interdit. C'est plutôt la diffusion de cette image, lorsque cette image permet d'identifier la personne, qui est généralement interdite.

Pour un artiste en arts visuels, notamment pour un photographe, l'état actuel du droit impose clairement un frein à la liberté artistique.

Lorsque la personne est anonyme, en ce qu'elle ne fait pas partie de l'actualité, tout artiste qui désire diffuser l'image de cette personne dans son œuvre, que ce soit par le biais d'une exposition, d'une reproduction ou autrement, doit au préalable obtenir son consentement. Ce consentement doit idéalement être constaté dans un écrit qui mentionne les fins et la durée de l'utilisation. Le fait de diffuser une œuvre sans avoir obtenu l'autorisation de la personne qui apparaît sur l'œuvre peut donc entraîner une poursuite en dommages devant les tribunaux ».

La gestion collective du droit d'auteur

Les artistes et les ayant droit, en tant que titulaires de droit d'auteur, ont le choix de négocier eux-mêmes des licences d'utilisation de leurs œuvres ou encore, de confier ce mandat à une société spécialisée dans la gestion collective du droit d'auteur. Cette alternative offre certains avantages aux deux parties, l'artiste et le diffuseur. L'artiste se libère ainsi du fardeau d'une négociation, qui peut parfois s'avérer complexe, et de la perception de ses redevances. Son représentant agit en son nom et dans son meilleur intérêt, car le travail du représentant est rémunéré par une commission sur le montant total des redevances. Pour le diffuseur, l'avantage est certain puisqu'il est amené à négocier avec une personne qui se spécialise dans ce type de travail et qui peut rapidement produire une licence d'utilisation adaptée à ses besoins.

Il existe actuellement deux sociétés de gestion qui se spécialisent dans le droit d'auteur en arts visuels au Québec et au Canada : la SODRAC ou Société du droit de reproduction des auteurs compositeurs et éditeurs de musique du Canada et COVA/DAAV, Canadian Artists' Representation Copyright Collective.

La SODRAC comporte un volet de représentation des artistes en arts visuels ou de leurs ayants droit. Elle « perçoit des redevances au nom de ses membres pour les reproductions de leurs œuvres faites tant au Canada qu'à l'étranger. Dans le cas des pays étrangers, les sommes qui sont dues aux membres de la SODRAC sont perçues par l'entremise de ses sociétés sœurs conformément à leur loi nationale et à leur pratique. »¹ La SODRAC a signé des ententes avec plus d'une trentaine de pays.

Quant à COVA/DAAV (autrefois connu sous le nom de CARCC), elle a été fondée en 1990 pour autoriser l'utilisation des œuvres de ses adhérents, les artistes en arts visuels et médiatiques du Canada, et pour administrer leurs droits d'auteur. Plus de 700 artistes ont confié la gestion de leurs droits au collectif. COVA/DAAV est responsable de la négociation des licences avec les utilisateurs (tels les musées et lieux d'exposition, centres d'artistes, éditeurs, médias de communication, etc.), de la facturation aux utilisateurs, de la réception des paiements et de la remise de leurs redevances à ses adhérents. COVA/DAAV est la propriété conjointe, en parts égales, du RAAV et de son partenaire CARFAC (Canadian Artists Representation / Le Front des artistes canadiens), l'association professionnelle dont le mandat est de représenter les artistes en arts visuels et médiatiques pour l'ensemble du Canada à l'exception du Québec cependant.

En vertu de ses ententes avec d'autres collectifs, COVA/DAAV offre à ses adhérents des services internationaux de négociation et de gestion de licences. COVA/DAAV peut également verser à ses adhérents les redevances perçues par des agences spécialisées dans l'émission de licences de reprographie, c'est-à-dire pour les photocopies par des écoles ou des universités d'œuvres publiées.

Il existe aussi une autre société se spécialisant dans la gestion de droit de reproduction, soit la Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction, mieux connue sous le nom de COPIBEC. Cette société a pour mission de gérer, au nom des éditeurs et des auteurs, artistes et créateurs québécois qui lui en ont confié le mandat, les droits de reproduction de leurs œuvres imprimées (livres, journaux et périodiques). La société gère tant la reproduction sur support papier par

¹ Ces informations proviennent du site Internet de la SODRAC.

des moyens traditionnels comme la photocopie et la télécopie que celle faite sur support électronique (cédérom, banque de données, Internet ...). COPIBEC a également conclu des ententes bilatérales avec des sociétés de gestion à l'extérieur du Québec afin que ces sociétés autorisent la reproduction des œuvres comprises dans le répertoire de COPIBEC et que, de même, COPIBEC puisse autoriser la reproduction au Québec des œuvres provenant d'ailleurs.

Au nom des artistes membres, COPIBEC émet des autorisations aux usagers qui désirent reproduire des œuvres protégées sous forme de licence globale ou spécifique. Toutes les licences accordées par COPIBEC prévoient des modalités (déclarations exhaustives, sondages, échantillonnages, etc.) permettant de quantifier et d'identifier les œuvres copiées par les usagers. Chaque année, plus de 240 000 déclarations de photocopie sont traitées par le personnel de la société de gestion. Grâce à ces données, COPIBEC procède, plusieurs fois par année, à la distribution des redevances perçues auprès des détenteurs de licences.

Références

Canadian Artists Representation Copyright Collective – CARCC

www.carcc.ca

Courriel: administration@carcc.ca

Société du droit de reproduction des auteurs, compositeurs et éditeurs au Canada

SODRAC

www.sodrac.ca

Service des arts visuels et des métiers d'arts : arts@sodrac.ca

Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction (COPIBEC)

www.copibec.qc.ca

Courriel : info@copibec.qc.ca

Chapitre 2

Le Curriculum vitæ d'artiste

Si le terme « curriculum vitæ » signifie « chemin de vie » ou encore « course de la vie » en latin, il vaut certainement la peine de s'arrêter un moment pour bien saisir ses composantes et son utilité pour un artiste en arts visuels. Wikipédia le définit comme « un document détaillant le parcours d'une personne. Il s'agit en général du parcours scolaire et professionnel qui fait état de la compétence d'un candidat pour un poste donné. Ce document constitue le point de jonction entre l'offre et la demande. Le CV peut également se prêter à d'autres usages comme celui de se présenter à un groupe, mais son rôle se situe davantage au niveau de la recherche d'un emploi. »

Le CV est aussi une convention professionnelle qui permet à son auteur de faire état des compétences et des connaissances acquises avec généralement l'objectif de se présenter avantageusement. Si pour le chercheur d'emploi, le CV fait explicitement état du parcours professionnel d'un individu et présente de manière implicite ses connaissances et ses compétences, du point de vue d'un artiste en arts visuels, il en est autrement. En fait, le CV propose au lecteur une synthèse de vos activités professionnelles, en tant qu'artiste. Informatif et promotionnel, cet outil témoigne de votre parcours et indirectement, du professionnalisme et de la reconnaissance que vous aurez acquis au fil des ans.

Néanmoins, avant de plonger dans le vif du sujet, un artiste en arts visuels devra distinguer ses activités professionnelles dites « alimentaires », de son travail d'artiste. Ainsi, il pourrait avoir besoin d'au moins deux CV : le premier, pour trouver un emploi ou des contrats « alimentaires » ; le second, pour ses activités d'artiste professionnel. Ce dernier lui sera utile notamment, pour faire des demandes des bourses, présenter des projets, informer des commissaires d'exposition sur son parcours, établir une cote de vente, etc. Le CV d'artiste professionnel sert à démontrer les activités de diffusion de ses œuvres, les témoignages de reconnaissance (prix, bourses, mention, etc.) et toutes les autres expériences professionnelles accumulées en tant qu'artiste. Le contenu variera forcément du CV traditionnel qui vise l'obtention d'un emploi.

Il est donc essentiel de distinguer pratique artistique et expérience de travail, alors que la marge entre les deux est parfois assez floue (par exemple, pour les photographes et les illustrateurs, dont une grande partie des activités professionnelles provient de commandes). L'activité professionnelle en arts visuels est une pratique artistique indépendante, une démarche de création autonome qui permet, dans le meilleur des cas, de gagner sa vie, mais qui se distingue de « l'échange marchand » qui permet de gagner sa vie contre rémunération.

Le statut d'artiste professionnel

Bien des gens sont artistes, mais tous ne sont pas des artistes professionnels. Cette dénomination est réservée à ceux et celles qui consacrent la majeure partie de leur temps de travail à créer des œuvres d'art et qui tentent de tirer un revenu de cette activité. Selon la loi L.R.Q., chapitre S-32.01, 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, les exigences requises pour obtenir le statut d'artiste professionnel sont les suivantes :

1. il se déclare artiste professionnel;
2. il crée des œuvres pour son propre compte;
3. ses œuvres sont exposées, produites, publiées, représentées en public ou mises en marché par un diffuseur;
4. il a reçu de ses pairs des témoignages de reconnaissance comme professionnel, par une mention d'honneur, une récompense, un prix, une bourse, une nomination à un jury, la sélection à un salon ou tout autre moyen de même nature.

Sur la base de ces mêmes critères, le RAAV évalue les demandes d'adhésion au regroupement, lesquels critères permettent de déterminer si un artiste pourra être reçu comme membre professionnel ou membre associé. (Pour plus de détails, le lecteur consultera le site du RAAV). L'évaluation des activités professionnelles en arts visuels d'un artiste repose, entre autres, sur les différents lieux de diffusion où ses œuvres ont été exposées, les bourses qu'il aura reçues, ainsi que sur les différents témoignages de reconnaissance mentionnés dans son CV.

Il est particulièrement important que ces éléments soient clairement décrits. Pour un artiste en début de carrière, tous ces critères peuvent sembler quelque peu intangibles: comment seront perçues les quelques informations qui forment son CV ? L'artiste reconnu professionnel depuis plusieurs années pourra lui aussi se demander s'il est pertinent de tout présenter : comment sélectionner ses activités, si l'on doit abrégé son résumé de carrière? Ces questions ne se posent pas uniquement pour adhérer au RAAV; elles sont pertinentes à chacune des occasions pour lesquelles l'artiste doit présenter son CV.

S'ADAPTER AU CONTEXTE

Un membre de jury, au CALQ par exemple, peut avoir des dizaines, voire cent ou deux cents demandes d'artistes à étudier ce qui peut représenter plus d'un millier de pages à lire! Le CV qui présente l'expérience de travail en détail peut n'avoir aucune pertinence pour lui, alors que ce renseignement était essentiel pour chercher un travail «alimentaire ». Il faut penser au lecteur et s'adapter au contexte.

Distinguer la forme du contenu

Il s'agit de distinguer la présentation personnalisée des informations personnelles pertinentes. La présentation personnalisée d'un CV dépend entièrement de l'image que l'artiste veut transmettre. Les éléments à considérer sont de l'ordre du graphisme, de la mise en page, du choix du papier, de l'usage de la couleur ou même d'illustrations, du nombre de pages, etc.

Ces aspects relèvent véritablement d'un choix personnel, en fonction des goûts et des besoins. Personne ne saurait imposer une présentation « type », mais il faut néanmoins respecter les consignes exigées par les organismes. Cela dit, quelques principes de base peuvent être suivis pour produire une présentation personnalisée, cohérente et uniforme qui favorise la lisibilité.

Il est donc primordial de conserver une présentation uniforme en fonction du contenu et des différentes parties qui constituent le CV : par exemple, opter pour les majuscules et les caractères gras pour les titres de section, conserver le même style de caractère du début à la fin du document (et choisir une typographie facile à lire), laisser des marges généreuses, indiquer les titres d'expositions en italique, etc. Ce sont les normes qui s'imposent pour tout document typographique. Ces détails offriront au lecteur des repères utiles qui rythmeront et faciliteront la lecture des informations.

L'uniformité de la présentation (mise en page, typographie, etc.) permet donc au lecteur de mieux cerner et de mieux cibler les informations qu'ils recherchent, tout en lui procurant des balises reconnaissables. Celui-ci recherche bien souvent un type d'information en particulier, que ce soit par exemple les expositions individuelles ou les bourses obtenues.

Les activités professionnelles d'un artiste comprennent :

- la formation;
- les expositions individuelles et collectives;
- les prix, bourses et mentions;
- les implications dans le milieu;
- les résidences d'artistes;
- la bibliographie, même succincte.

Voici donc en six points, la structure d'un CV d'artiste professionnel. Même en comptant peu de mentions sous chacune de ces sections, le « rêve » d'une page unique de CV demeure utopique. En vertu des exigences de certains concours et appels de dossiers, en particulier au niveau international, la feuille unique pourrait être fortement recommandée, voire exigée, et il faudra alors sélectionner les expériences professionnelles, en choisissant les éléments les plus déterminants et les plus pertinents pour présenter avantageusement sa candidature.

Il ne faut pas négliger la clarté et la lisibilité de la présentation d'un CV. Mieux vaut utiliser plus de pages, que de présenter des pages trop chargées ce qui découragera le lecteur. Bien sûr, plus une carrière avance dans le temps, plus le CV sera garni et le nombre de pages augmentera en conséquence. Les choix seront d'autant plus importants.

Il sera plus facile de réduire la bibliographie que la partie sur la formation, des expositions ou des bourses. Seul l'artiste peut déterminer la pertinence des mentions à conserver lorsqu'il s'agit d'abréger son CV. Une des possibilités pour réduire l'énumération des expositions consiste à enlever progressivement celles qui se sont tenues dans des lieux informels ou considérés comme non professionnels (les bars, cafés, restaurants, etc.) pour les remplacer par celles qui se sont tenues dans des lieux de diffusion professionnelle (centres d'artistes, galeries, centres d'exposition, etc.). Une autre option est de ne conserver qu'une sélection des activités professionnelles en ne retenant que la « crème »; il faudra néanmoins le préciser pour chaque rubrique où l'on a opéré cette sélection.

Structure type d'un CV d'artiste professionnel en arts visuels

INFORMATIONS ESSENTIELLES

1. Identification
2. Formation (académique ou autodidacte)
3. Expositions individuelles
4. Expositions collectives
5. Bourses, prix, distinctions et subventions
6. Oeuvres d'art public – permanentes (1%) ou temporaires
7. Voyages de recherche et résidences d'artistes
8. Événements
9. Participation à des jurys
10. Conférences/tables-rondes/rencontres avec le public
11. Memberships/Implications
12. Collections
13. Bibliographie / publications

Selon la nature de votre pratique artistique, il est possible que certaines rubriques proposent plus de contenus que les autres. Rappelez-vous que votre CV dresse l'historique de vos activités professionnelles en tant qu'artistes en arts visuels et qu'il constitue un outil de mise en valeur. Aussi, n'hésitez pas à revoir l'ordre des rubriques qui vous sont présentées.

Si le CV est un peu mince, rien n'empêche de fournir une information plus détaillée. À l'inverse, si la liste des expositions est très longue, on se limitera aux informations de base (année, titre de l'exposition, nom du diffuseur, ville, province et pays — s'il y a lieu). Il faut savoir qu'on peut ajouter les événements à venir et qui sont confirmés en indiquant les informations d'usage. Précisons que les événements à venir ne pourraient être pris en considération par certains organismes, d'où l'importance de se conformer aux exigences des organismes.

De la même façon, le dossier de presse peut se limiter aux articles et textes qui concernent directement le travail de l'artiste, lorsque pareille couverture est réalisée. Le contenu du dossier de presse évoluera naturellement; de la simple mention des expositions auxquelles l'artiste prend part (calendriers culturels, commentaires isolés, etc.), vers une véritable couverture des activités de l'artiste en particulier (critiques et comptes-rendus d'exposition, textes de catalogue, etc.).

Si on peut opter pour une présentation personnalisée, les rubriques du CV proposeront des informations pertinentes sur la carrière d'artiste professionnel. La structure type proposée est une façon simple d'énumérer les différentes parties du contenu d'un CV, en dissociant les données essentielles des informations facultatives.

Il va de soi que chaque artiste n'a pas nécessairement réalisé des activités pour chaque rubrique mentionnée ici; cela dépend vraiment des étapes accomplies dans la carrière de chacun. Il s'agit essentiellement d'une structure type qui réunit toutes les possibilités en matière d'activités professionnelles en arts visuels, et propose un ordre d'énumération.

Ce « plan » distingue les rubriques facultatives, qui sont en fait des activités complémentaires, des informations de base : ce sont des informations qui peuvent fournir un complément d'information.

Points de repère

Bien que la forme et le contenu du CV d'artiste professionnel laissent une bonne place à la liberté de choisir une présentation et une sélection d'informations jugées pertinentes, il n'en demeure pas moins que certains points de repère doivent y figurer. Leur mention semble requise pour celui qui veut transmettre une image professionnelle (l'artiste) ou qui veut obtenir des informations précises (le lecteur du CV).

Il est donc absolument essentiel de mentionner :

- les années concernées par les activités, en choisissant un ordre chronologique décroissant (l'usage veut que l'on débute par les activités les plus récentes);
- l'identification précise des lieux où se sont tenues les activités (nom, ville, pays);
- les titres des expositions, des événements ou des réalisations;
- une mention permettant de distinguer les activités sur sélection ou sur invitation;
- la circulation éventuelle des expositions en différents endroits.

Informations complémentaires sur le CV

1. Identification :

Nom et adresse complète (dont l'adresse électronique et le site web); n'indiquez pas votre année de naissance (source de discrimination potentielle) ou votre numéro d'assurance sociale (information strictement confidentielle).

2. Formation :

Toutes les activités de formation collégiale et/ou universitaire; les activités de perfectionnement, les stages, les ateliers, les activités de formation continue; les projets de mentorat, de coaching et le compagnonnage, etc.

| Inscrivez : année, titre de la formation, nom du centre de formation, ville, province et pays (si nécessaire).

3. Expositions individuelles :

Ce sont les présentations publiques qui regroupent exclusivement vos œuvres (centres d'artistes, centres d'expositions, galeries d'art, maison de la culture, cafés, bars, etc). Sur invitation ou par appel de dossier? Avec ou sans commissaire? Si une de vos expositions a circulé en différents endroits, indiquez-les.

| Inscrivez : année, titre, nom du diffuseur, ville, province et pays (s'il y a lieu).

4. Expositions collectives (duo, trio, quatuor, etc) :

Ce sont les présentations publiques qui regroupent notamment vos œuvres. Sur invitation ou par appel de dossier? Avec ou sans commissaire? Si une de vos expositions a circulé en différents endroits, indiquez-les.

| Inscrivez : année, titre, nom du diffuseur, ville, province et pays (s'il y a lieu).

5. Bourses, prix, distinctions et subventions :

Énumérer toutes les subventions et bourses (CALQ, CAC, par ex), tous les prix significatifs que vous avez reçus du milieu artistique (prix Ulysse-Comtois, Pierre-Ayotte) ou dans le cadre d'activités artistiques.

Note : bien qu'un prix du public ne constitue pas une reconnaissance de ses pairs, il peut être néanmoins judicieux de le mentionner.

| Inscrivez : année, nom du ou des organismes vous ayant octroyé une subvention, le prix ou la mention; le nom de la mention (du public, d'honneur), du prix, type de bourse (Relève, Déplacement, Recherche et création, etc.)

6. Oeuvres d'art public :

Toutes oeuvres permanentes commandées par un organisme public dans le cadre d'un Programme du 1% que vous auriez pu réaliser. Indiquez aussi les projets d'art public temporaire (sur le domaine privé ou sur le domaine public) que vous aurez réalisés, en lien ou non avec un diffuseur, dans le cadre d'un événement, etc. On pourra aussi indiquer les performances in situ et spontanées.

| Inscrivez : année, le titre du projet, indiquer l'établissement affilié et/ou l'emplacement, la ville (province et pays, s'il y a lieu).

7. Voyages de recherche et résidences d'artistes :

Tous les voyages de recherches, d'exploration et les résidences d'artistes réalisés dans le cadre de votre pratique artistique.

| Inscrivez : année, titre, nom du diffuseur affilié ou de la résidence, ville, province et pays (s'il y a lieu).

8. Événements :

Avez-vous participé à un symposium? À un festival (vidéo d'art, BD, performance ou autres disciplines)? Un événement disciplinaire et/ou thématique? Sur invitation ou en réponse à un appel de dossier? Avec ou sans commissaire?

| Inscrivez : année, titre, nom du diffuseur, ville, province et pays (s'il y a lieu).

9. Participation à des jurys :

Pour l'octroi de bourses, de prix, de mentions ou autres, on fait souvent appel à des artistes chevronnés ou à mi-carrière qui évalueront leurs pairs; il en va de même pour les jurys de sélection dans le cadre d'un événement, une exposition collective.

| Inscrivez : année, titre, nom de l'organisme (diffuseur, corporation, subventionnaire, etc.), ville, province et pays (s'il y a lieu).

10. Conférences/tables-rondes/rencontres avec le public :

Dans le cadre d'une exposition, symposium ou événement, vous pourriez être invité à participer à un débat, à une table-ronde, à un colloque ou tout simplement, à présenter votre travail. Si vous participez à une activité d'action ou de médiation culturelle, mentionnez-le. C'est l'occasion de démontrer vos talents de communicateur.

| Inscrivez : année, titre, nom du diffuseur, ville, province et pays (s'il y a lieu).

11. Memberships/Implications (en lien avec votre champ de pratique artistique) :

Avez-vous siégé sur un conseil d'administration; agi comme bénévole pour tel ou tel événement dans le domaine des arts; participer à un collectif d'artistes; écrit ou fait de la révision bénévolement pour une publication? Êtes-vous membre d'un collectif d'artistes, d'un centre d'artistes, d'une association (Conseil des arts médiatiques, Regroupement des arts interdisciplinaires, un des conseils régionaux du Québec, etc.) ou d'une association professionnelle (RAAV, Conseil des métiers d'arts, etc.)? Détenez-vous certaines cartes de compétence (en lien direct ou indirect avec les arts visuels) telles que la soudure, l'ébénisterie, la pyrotechnie, le travail en hauteur, etc.

| Inscrivez brièvement la date, votre rôle, le type d'événement ou le nom de l'organisme artistique pour lequel vous avez œuvré bénévolement.

12. Collections :

Avez-vous vendu ou donné une ou plusieurs œuvres à des individus, une entreprise, à l'État, un musée ou à un collectionneur privé?

Note : Ne mentionnez que le nom de l'organisme ou de l'entreprise. Si un collectionneur a acquis une de vos œuvres (voir plusieurs), ne citez son nom qu'avec son accord. C'est une discrétion et une délicatesse qu'il appréciera. Vous pouvez aussi inclure les œuvres de commande.

13. Bibliographie / publications :

Ce sont les textes et les articles dont vous avez fait l'objet et/ou que vous avez écrits au sujet d'autres artistes, d'exposition ou événements qui ont paru dans une publication.

| Inscrivez le nom de l'auteur, le titre de l'article, le nom de la publication, Volume, No., ville, mois et année.

En annexe au CV :

Revue de presse : Articles de journaux, magazines, Webographie, mentions de vos passages à la radio et à la TV; comptes rendus, critiques d'exposition, parution dans les agendas culturels.

Astuce : programmez une « alerte Google » à votre nom. Vous serez ainsi à l'affût de votre propre actualité!

Publications : Tout autre objet pertinent, témoignant de vos activités et prestations artistiques professionnelles : cartons d'invitation, opuscules, catalogues, fascicules, dépliants, communiqués de presse, photographies, extraits des livres d'or, et tout autres publications en lien avec la diffusion de votre travail. Vous êtes votre premier historien. Il est donc important de tout colliger.

Ne jamais joindre de pièces originales à un CV (à moins que vous ne soyez assuré de les récupérer). Ce sont vos archives et elles doivent le rester! Dans ce sens, n'hésitez pas à documenter votre travail, depuis sa conception jusqu'à sa diffusion, voir jusqu'au démontage.

NOTE : Au fil des ans, votre CV gagnera en volume et en pages. Il est possible qu'une sélection s'impose et forcément, vous devrez conserver les expériences les plus pertinentes et les plus prestigieuses.

Chapitre 3

Le texte de présentation d'un projet et le texte de démarche artistique

Tout artiste qui prépare un projet d'exposition ou de résidence, ou une demande de bourse, doit être en mesure de rédiger et de fournir un texte de présentation de projet. Quel style adopter? Comment distinguer démarche artistique et présentation d'un projet? À quel genre de texte de projet peut s'attendre un membre de jury qui devra l'évaluer? Si les mots ne viennent pas facilement, ne convient-il pas alors de confier la rédaction à un spécialiste?

Démarche artistique ou présentation de projet

Il importe de différencier ces deux textes alors que, même s'il doit exister un lien et une cohérence entre ceux-ci, ils n'ont pas la même fonction. Le texte de présentation de projet résume un projet artistique qui est issu d'une démarche artistique; le texte de démarche artistique explique les motivations de l'artiste, les thèmes de sa ou ses recherche(s), qui sont en quelque sorte, les fondements du projet.

Par ailleurs, il est préférable que les artistes maîtrisent l'énoncé écrit de leurs idées, de leur démarche artistique, mais rien ne peut le garantir et il n'y a pas un rapport évident entre la création en arts visuels et l'effort à fournir pour théoriser sur sa pratique.

Il est pourtant assez aisé pour les artistes d'expliquer verbalement leur travail, leurs préoccupations, les problématiques abordées, les sources et les références du processus créateur. Ils sont alors dans le domaine du texte de démarche artistique. S'ils peuvent l'exprimer verbalement, ils peuvent aussi l'écrire ou, à défaut, le confier à quelqu'un qui l'écrira pour eux. C'est le genre de texte qui sera utile à la présentation d'une exposition, sous la forme d'un communiqué ou sous la forme d'un texte affiché et distribué aux visiteurs.

La Démarche artistique

La forme que peut prendre un texte de démarche artistique est beaucoup plus libre que celle d'un texte de présentation d'un projet. Dans une certaine mesure, il s'agit d'une autre « création », où le style de rédaction pourra être poétique, lyrique, philosophique ou autre. Ce texte diffère d'une notice biographique, qui concerne directement le parcours de l'artiste : sa formation, son perfectionnement, les années charnières dans sa production, ou son évolution personnelle par exemple. Peu importe le style que l'on adopte, il faut s'assurer que le propos rende justice à votre travail pour que le lecteur saisisse bien le fruit de vos recherches sur le plan thématique, technique, esthétique ou philosophique; un excès de poésie ou de lyrisme pourrait nuire à la compréhension de votre propos. Tout est affaire de dosage.

Le texte de démarche artistique présente donc la réflexion personnelle de l'artiste sur sa propre pratique. On y retrouvera les problématiques explorées, le processus créateur personnel, les traitements que l'artiste fait subir aux matériaux afin de passer d'une idée à une œuvre d'art. Les questions sociales, esthétiques, artistiques, théoriques que l'artiste approfondit par son processus créateur sont au cœur d'un texte de démarche artistique.

Trucs et astuces - Quelques questions à se poser :

- *Qu'est-ce que je cherche à exprimer ou à communiquer par le biais de ma production artistique?*
- *Quels sont les thèmes que je privilégie?*
- *Quels sont les angles de traitement de ces thèmes (engagés, sociaux, formalistes, sémiotiques, historiques, etc.)?*
- *Qu'est-ce qui m'inspire?*
- *Comment qualifier ma production?*
- *Est-ce que mon travail s'inscrit dans un courant ou une tendance en particulier ou à contre-courant?*
- *À quoi réfère ma production?*
- *En quoi consiste mon questionnement? Quelle est ma préoccupation sur le plan esthétique?*
- *Quel est le sujet de la démarche poursuivie?*
- *Quel est le thème principal de ma recherche artistique, et quels sont les éléments principaux de ce thème qui font l'objet de ma recherche artistique, qui me tiennent à cœur, ou que je tiens à continuer d'explorer?*
- *Quelle est ma position, ma vision personnelle par rapport à ce thème?*

Le texte de présentation de projet

Comme mentionné précédemment, le texte de présentation d'un projet différera de celui de la démarche artistique. En fonction des programmes de subventions offerts en arts visuels, un artiste peut être amené à structurer par écrit un projet. La plupart du temps, des formulaires sont disponibles, et permettent de rédiger une demande en respectant les critères précis du programme concerné. L'artiste doit non seulement planifier son projet et la présentation, mais aussi le budget nécessaire à sa réalisation.

Inhérent à un projet en particulier (voyage d'études ou de perfectionnement, projet de recherche, stage de formation ou de perfectionnement, résidence d'artiste, etc.), un tel texte présente les objectifs de l'artiste et la pertinence ou l'impact que la réalisation du projet aura sur sa carrière professionnelle ou l'évolution de sa pratique artistique. La conception du projet, les intentions et les objectifs seront donc déterminés en fonction d'un lieu précis ou d'un thème particulier. Ce texte retiendra les différentes étapes de réalisation, les matériaux utilisés, les déplacements prévus, l'assistance disponible, le budget nécessaire pour le réaliser. Il doit de préférence être rédigé dans un style direct, explicatif, étant destiné à être analysé dans un cadre très précis.

Trucs et astuces - Quelques questions à se poser :

- *Quel est le fil conducteur du projet?*
- *Qu'est-ce qui relie les oeuvres entre elles?*
- *Quel est le thème principal et les sous-thèmes du projet? Quelle forme lui donnerais-je?*
- *À qui je m'adresse? Quelle(s) expérience(s) vivront les visiteurs?*
- *Quel est mon projet de recherche?*
- *Comment s'inscrit ce projet dans mon cheminement artistique?*

La rédaction du texte de présentation d'un projet

Deux options s'offrent à un artiste qui a besoin d'un texte de présentation d'un projet : le rédiger lui-même ou en confier la rédaction à un rédacteur spécialisé (critique d'art, historien d'art, commissaire d'exposition, etc.). Ces deux possibilités offrent différents avantages et inconvénients qu'il convient d'examiner pour avoir une meilleure idée des implications de chacune.

L'écrire soi-même oblige l'artiste à un effort d'abstraction, de théorisation, grâce auquel il pourra mettre ses idées en ordre pour les présenter de façon appropriée. D'ailleurs, les différents formulaires qui existent à cet effet exigent justement que le projet soit présenté de façon logique et cohérente. Bien souvent, chaque aspect du projet sera présenté dans une section précise du formulaire. Il sera alors d'autant plus intéressant pour l'artiste d'avoir déjà réfléchi à tous les éléments de son projet et de les avoir préalablement classés.

L'artiste qui choisit de rédiger son texte de présentation d'un projet doit aussi déterminer le style d'écriture qu'il privilégiera. Comme pour toute rédaction, il est fortement recommandé de relire plusieurs fois son texte, de le faire lire et commenter par d'autres personnes. Cette étape permet de comprendre comment le texte sera perçu et de faire les modifications qui s'imposeraient.

Trucs et astuces

On ne recommandera jamais assez à tout rédacteur de porter une attention particulière à la formulation de phrases négatives. Bien souvent, une telle rédaction provoque une perception biaisée du projet, car l'artiste n'y apparaît pas assez sûr de lui. De plus, on tentera d'éviter l'usage des verbes «être» et «avoir» pour obtenir un texte moins descriptif, plus dynamique et plus précis. On pourra même aller lire le texte de démarches de ses pairs et peut-être y trouver un peu d'inspiration.

Si l'artiste décide d'engager un spécialiste pour rédiger son texte de présentation de projet, il s'engage alors dans un processus d'échanges et de négociations. Il devra prévoir une ou plusieurs entrevues avec la personne sollicitée, s'assurer que la confiance est établie dans la relation, et fournir les documents qui peuvent s'avérer nécessaires à la rédaction. Parfois, le travail de rédaction peut se faire en collaboration, mais l'artiste devra respecter le travail de « création » du spécialiste qui « traduit » le travail artistique ou le projet conçu.

Finalement, le rédacteur (à moins d'être un ami) demandera des honoraires pour ce travail de rédaction. L'artiste doit donc prévoir un budget à cet effet, et s'attendre à négocier avec la personne sollicitée; peut-être pourra-t-il aussi s'agir d'un échange de services ou troquer une oeuvre.

Il n'y a pas de solution magique ou générale pour déterminer laquelle des deux options est la « meilleure ». C'est à l'artiste d'examiner attentivement les différentes possibilités qui s'offrent à lui en fonction notamment de ses compétences et de ses ressources financières.

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 autogérés du Québec, de l'Association des galeries d'art contemporain, du réseau Accès Culture de la Ville de Montréal constituent d'incalculables 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'appête 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 15 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, Laval, 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, manoeuvres, performances, happenings spontanés, pratiques infiltrantes, etc.

Évidemment, on pourra « créer » soi-même son lieu de diffusion ou louer un espace pour présenter ses oeuvres 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 oeuvres? 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 oeuvres, 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 oeuvres 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'oeuvres, 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 oeuvres. 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 consignment, 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 oeuvres, 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, pincesaux...), 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 œuvres. 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 œuvre 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.

Chapitre 5

Les centres d'artistes autogérés

Au Québec, il existe plus de soixante centres d'artistes qui diffusent les pratiques artistiques actuelles. Nonobstant l'adhésion au Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec, chaque centre a son identité propre, son mandat, ses règlements généraux et sa direction artistique. La diversité des mandats pourra en étourdir certains et il importe de bien définir sa pratique avant d'aller proposer un projet d'exposition. Par exemple, Diagonale s'intéresse aux arts de la fibre; VU se consacre à la diffusion de l'image photographique; pour sa part, Skol présente les explorations d'artistes émergents dont la recherche propose une méthode et une réflexion critique; l'Atelier de l'Île se voue à la recherche, à la production et à la diffusion en estampe contemporaine; Dare Dare, le 3e Impérial et Praxis art actuel recherchent des projets « hors les murs » réalisés lors de résidences d'artistes. Outre cette diversité qui reflète bien le dynamisme de la recherche et de la création arts visuels, ces centres ont comme point commun le fait d'être autogéré. C'est-à-dire qu'ils sont pris en charge par et pour les artistes.

La grande majorité d'entre eux se sont donné le mandat de diffuser les recherches d'artistes. De plus, selon les mandats et orientations de chacun se distinguent notamment par l'éventail de services offerts aux artistes : location d'outil et/ou d'atelier, résidence d'artistes, centres d'archives, ateliers collectifs de production, activités de formation continue, etc. Sans détailler les spécificités qui constituent l'identité de chacun de ces centres, le lecteur retrouvera ici un bref portrait.

Historique

Dans les années quarante, de jeunes artistes prennent l'initiative de se regrouper et d'exposer hors des musées et des galeries, refusant ainsi les contraintes imposées par les institutions de l'art. Selon eux, il n'y a pas de place pour la recherche et l'innovation, ils iront donc exposer leurs oeuvres chez des amis ou des parents. C'est ainsi que la mère de Pierre et Claude Gauvreau prêtera son appartement de la rue Sherbrooke à Montréal. Ces artistes sont les « Automatistes ». Ce sont les premiers ont manifesté cette volonté de prendre en charge la diffusion de leurs oeuvres et de contrôler leurs conditions de travail. De cette même idée sont nés les centres d'artistes autogérés.

Au milieu des années soixante et au début des années soixante-dix naissent les premiers centres d'artistes. Ils se qualifient de « parallèles », d'« alternatifs », d'« autogérés », affichant ainsi leur différence par rapport aux institutions et au marché de l'art. Ils entendent participer au développement de l'art actuel et favorisent la diffusion de l'art de l'installation, de la vidéo, de la performance et plus tard du multimédia. Ils cherchent aussi à échapper à l'idéologie et à l'esthétique de l'art institutionnalisé. Très vite, ces centres sont associés au développement de l'art actuel et obtiennent, au moyen de subventions de fonctionnement, le soutien de l'État. En 1972, à Montréal, Véhicule Art devient la première galerie au Québec, fondée par des artistes.

Aujourd'hui les centres d'artistes ne se définissent plus comme « parallèles »; ils font partie intégrante du milieu pour former un véritable réseau. Leurs activités vont désormais jusqu'à la publication de catalogues, d'ouvrages sur l'art ou la diffusion extra-muros. Certains ont quitté leurs locaux de fortune pour occuper de véritables complexes de centres d'artistes (Méduse à Québec) ou pour devenir « itinérant » (Dare Dare à Montréal). Plusieurs centres d'artistes constituent de véritables laboratoires pour les artistes.

Définition

Les centres d'artistes autogérés sont des organismes dont les principaux objectifs sont de soutenir les activités de recherche artistique, d'aider à la production des oeuvres et leur présentation publique. Administrés par des artistes, les centres autogérés offrent à la communauté artistique des espaces, des équipements, des résidences ainsi que des services et ressources spécialisées. Ils proposent au public des expositions, des conférences, débats, performances, publications et un accès à leurs ressources documentaires.²

Les centres d'artistes autogérés sont des lieux de production et de diffusion des arts visuels qui regroupent des artistes. Leur fonctionnement est en général subventionné par des programmes institutionnels du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ). Les services offerts touchent à la production, à la diffusion, parfois à la documentation et à l'offre de résidence d'artiste.

Les activités essentielles d'un centre d'artistes autogérés

Accueil en résidence :

Dans le cadre d'expositions ou pour des projets de recherche, certains centres accueillent des artistes en résidence de recherche, d'exploration et/ou de production. Les artistes résidents peuvent y poursuivre leurs recherches tout en ayant accès aux différents services et ressources (humaines, documentaires, matérielles, etc.) du centre. Chaque centre d'artistes dispose de sa politique d'accueil d'artistes en résidence et généralement, les séjours sont d'une durée limitée. Chez certains centres d'artistes, une résidence se termine par un projet d'exposition.

Diffusion :

Les centres organisent des expositions et autres événements en arts visuels et rémunèrent les artistes pour la présentation de leurs oeuvres en leur versant des droits d'exposition. Ils organisent également des activités (actions et médiations culturelles, colloques, conférences, etc.) d'envergure locale, nationale ou internationale, sur une base régulière ou ponctuelle. C'est généralement un comité de programmation composé d'artistes professionnels et membres du centre, qui sélectionne les projets artistiques qui constitueront la programmation du centre. La diffusion des oeuvres peut prendre différentes formes : publications, actions artistiques sur le domaine public, actions infiltrantes, oeuvres « en ligne », etc.

² Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec, *Répertoire des centres d'artistes autogérés du Québec et du Canada*, 6^e édition, Montréal, 2006.

Soutien à la création et à la production :

Les centres d'artistes donnent à leurs membres un accès à des ateliers, à des ressources techniques et à des équipements dont ils assurent la gestion eux-mêmes. La plupart du temps, les tarifs d'utilisation des équipements (presses à imprimer, laboratoires informatiques et multimédias, ateliers de menuiserie, outillage pour la sculpture, etc.) sont très abordables et préférentiels pour les membres.

Documentation et édition :

Certains centres mettent à la disposition des chercheurs, étudiants, commissaires d'exposition, etc. un centre de documentation portant sur les activités du centre, mais aussi sur diverses thématiques en lien avec son mandat. De plus, une forte majorité publient des catalogues d'expositions, opuscules ou autres publications virtuelles et imprimées sur les expositions qu'ils présentent

Formation professionnelle :

Un certain nombre de centres mettent à contribution l'expertise qu'ils ont développée et offrent des ateliers de formation techniques qui ciblent généralement le perfectionnement disciplinaire des participants.

LES DROITS D'EXPOSITION

Les centres d'artistes autogérés du Québec payent tous des redevances pour droits d'auteur aux artistes dont ils exposent la production. Toutefois, aucun de ces centres ne verse les mêmes montants. De plus, faute de ressources, tous n'offrent pas les mêmes conditions : certains rembourseront les frais de transport, d'autres publieront un opuscule ou autres documents sur les expositions qu'ils présentent. Il faudra donc s'informer de conditions d'exposition pour les consigner par écrit dans un contrat.

Fonctionnement

Chaque centre adopte des règlements généraux qui énoncent sa raison d'être et comment ses membres en exercent la gouvernance. Ces règlements mentionnent notamment que le centre privilégie le travail original issu de son propre milieu; que le centre développe les pratiques existantes tout en favorisant l'émergence et la recherche de l'innovation; que le centre contribue au développement de l'ensemble des pratiques comprises dans le domaine des arts visuels; que le centre rend accessibles ses champs d'intérêt spécifique et ses orientations artistiques.

La sélection des membres s'effectue selon des modalités pouvant varier d'un centre à l'autre et allant de la simple cooptation à la sélection sur présentation dossier. On peut être membre actif ou non. Par membre actif, on désigne quiconque prend une part active à la gestion du centre. Le choix des artistes qui exposent se fait une ou deux fois par an, par appels de dossiers et selon la décision d'un jury ou comité de programmation. S'il s'agit d'un centre d'artiste voué à la production, un jury de pairs établit les principes d'accessibilité aux services et aux équipements.

Les membres des centres doivent être majoritairement des artistes, mais certains peuvent accepter également des critiques, des historiens, des conservateurs, des commissaires indépendants, etc. Pour compléter le budget de fonctionnement, les

centres d'artistes s'associent avec des partenaires financiers. Chaque centre est géré par un conseil d'administration lequel est constitué d'une majorité d'artistes. Le CA voit à la gouvernance et la gestion du centre, administre le budget, engage les employés et supervise leur travail. En plus des comités de programmation, d'autres comités peuvent être mis en place pour des projets spéciaux, des levées de fonds, etc.

Regroupements

Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec (RCAAQ)

Le RCAAQ, fondé en 1986, possède une notoriété fondée sur une expertise de plus de 20 ans en art actuel et contemporain. Il est devenu, au cours des années, le point de rencontre d'un réseau de soixante centres d'artistes et d'organismes culturels répartis sur l'ensemble du territoire québécois, représentant une communauté d'intérêt de plus de 2 250 artistes professionnels et travailleurs culturels. Ce réseau produit chaque année plus de 800 activités : expositions, performances, publications, colloques et dispose d'un programme de formation continue destiné à la fois aux travailleurs culturels et aux artistes professionnels. Cette importante programmation génère annuellement un achalandage de plus de 350 000 visiteurs et participants.³

Une des vocations importantes du regroupement est de donner une voix aux centres d'artistes auprès des instances gouvernementales, une autre est de fournir des services divers aux centres, notamment un programme de formation. Il organise à l'occasion des colloques. Il publie une cyberlettre hebdomadaire ainsi qu'un répertoire des centres d'artistes autogérés du Québec et du Canada (mis à jour sporadiquement). Enfin, le site du RCAAQ propose aux internautes une foule d'informations sur les centres d'artistes membres du regroupement, les appels de dossiers, des offres d'emploi dans le secteur culturel, un vaste catalogue des publications des centres membres, etc.

Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec (RCAAQ)

www.rcaaq.org

Artist-Run Centres and Collectives Conference / Conférence des collectifs et des centres d'artistes autogérés (ARCCC/CCCAA)

Enfin, il existe à l'échelle canadienne un autre regroupement, le Artist-Run Centres and Collectives Conference / Conférence des collectifs et des centres d'artistes autogérés (ARCCC/CCCAA), une coalition d'associations régionales et de caucus spécifiques. ARCCC/CCCAA travaille activement à la promotion et à la défense des droits et des intérêts des centres d'artistes canadiens sur les scènes nationale et internationale. En mars 2009, l'organisme représente quelque 168 centres d'artistes et collectifs de l'Atlantique au Pacifique, par le biais des associations régionales et spécifiques qui en sont membres.

Artist-Run Centres and Collectives Conference / Conférence des collectifs et des centres d'artistes autogérés (ARCCC/CCCAA),

info@arccc-cccaa.org

www.arccc-cccaa.org

³ Tiré de www.rcaaq.org/html/fr/organisation.php

Chapitre 6

Les galeries privées

Essentiellement, les galeries privées exposent, font la promotion et vendent les oeuvres d'art des artistes qu'elles représentent. Elles agissent comme des intermédiaires entre les artistes et les acheteurs (amateurs, collectionneurs, entreprises privées, musées, etc); elles constituent les principales vitrines du marché de l'art. C'est en cela qu'elles se distinguent des lieux d'exposition à vocation non commerciale, dont les musées, maisons de la culture, centres culturels et les centres d'artistes entre autres.

À l'instar des lieux de diffusion non commerciale, chaque galerie possède son identité propre qui se définit généralement par la nature et l'esthétique des oeuvres qu'elles proposent aux acheteurs potentiels. En cela, le marché de l'art actuel repose sur le renouvellement constant de l'offre. Afin de s'y retrouver, voici un bref portrait des galeries d'art, de leur fonctionnement et des rapports artistes – galeries.

Définition

Les galeries sont essentiellement des lieux d'exposition et de vente. Elles sont privées puisqu'elles appartiennent à un individu ou à une entreprise et ne sont donc pas financées par l'État (ou très peu). Elles ne sont pas non plus gérées par une municipalité (comme les galeries municipales) ou par une collectivité (comme les centres d'artistes autogérés). « Le rôle de la galerie consiste non seulement à vendre des oeuvres, mais aussi de s'assurer qu'elles acquièrent avec le temps une plus-value intéressante pour les acheteurs et collectionneurs. Cette plus-value (monétaire ou autre) s'obtient grâce à une promotion et une sensibilisation continues auprès des collectionneurs, des médias, des conservateurs et des institutions, ainsi que par l'élaboration d'une stratégie pour le développement de nouveaux marchés. »

Les galeries privées s'occupent généralement d'un nombre restreint d'artistes (rarement plus d'une vingtaine) qu'elles représentent, et pour qui elles organisent des expositions et parfois, la publication de catalogues. Elles peuvent également organiser des expositions dans des musées ou des galeries à l'étranger, faire participer les artistes à des manifestations ou encore, représenter ses artistes lors de salons et de foires. Certaines galeries peuvent ne représenter qu'un groupe d'artistes tout en donnant la possibilité à d'autres de laisser leurs oeuvres en consignment pour la vente. D'autres galeries offrent un service d'évaluation et, parfois, disposent d'un espace de location qu'elles proposent à des artistes qui ne sont pas représentés par elles. La réputation de la galerie et son travail de développement de marché lui confèrent l'avantage d'attirer les collectionneurs et les conservateurs qui recherchent un certain type d'oeuvres. Certaines galeries se sont données une vocation particulière (la galerie Lilian Rodriguez cherche à faire des ponts avec les différents pays d'Amérique latine); d'autres privilégient une technique (la galerie Jean-Claude Bergeron s'intéresse particulièrement à l'estampe et la gravure, alors que la galerie Elena Lee présente exclusivement du verre d'art), un genre (la galerie Bernard Desroches représente principalement les tendances de l'art moderne québécois du vingtième siècle). Enfin, des galeries se seront données un mandat plus généraliste.

Fonctionnement

Les galeries sélectionnent généralement « leurs » artistes sur dossier, non seulement en fonction de leurs orientations artistiques, mais aussi en fonction des intérêts (de tous ordres, y compris financiers) et des goûts des galeristes. Partager une même philosophie esthétique semble un bon point de départ pour démarrer une relation d'affaires entre un artiste et une galerie. Certains manifestent un intérêt réel pour les jeunes artistes et suivent parfois leurs carrières pendant quelques années avant de leur proposer un contrat de représentation. L'artiste devrait s'attendre à ce que le galeriste visite son atelier et exprime son opinion sur le travail en cours. La relation idéale entre un galeriste et un artiste consiste en une collaboration qui réclame un respect mutuel et une compréhension réciproque des intérêts de chacun des partenaires. Dans tous les cas, les conditions de la relation artiste-galeriste seront négociées sur une base individuelle. Il en résultera des solutions partagées pour des questions telles la fréquence des expositions, le prix et le nombre d'oeuvres exposées, l'encadrement et la présentation des oeuvres, les responsabilités de chacun pour ce qui est de la promotion, etc.

Une fois d'accord, l'artiste et la galerie signeront un contrat dont les clauses (le territoire de représentation, la durée du contrat, la répartition des ventes, etc.) peuvent varier. Il est fondamental que les clauses de ce contrat soient rédigées dans l'intérêt de chacune des parties de telles sortes que tous et toutes y trouvent leur compte. Le RAAV propose plusieurs contrats types qui peuvent être utiles à l'artiste comme base de négociation pour les clauses les plus importantes.

LES CONTRATS : UNE OBLIGATION

En vertu de *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 (S-32.01)*, les artistes et les diffuseurs doivent signer un contrat protégeant les deux parties. Le chapitre 3 de la Loi explique clairement la teneur de ces contrats. En 2010, il est toutefois notoire que plusieurs galeries n'ont que des accords verbaux avec les artistes qu'elles représentent ou dont elles acceptent les oeuvres en consignment.

En général, pour faire leurs frais, les galeries demandent entre 40 et 50 % de commission sur la vente des oeuvres. Avec la collaboration de l'artiste, les galeries se chargent en contrepartie, de la promotion et de la mise en marché. L'ampleur de ce travail peut donner une idée de ce que l'artiste peut s'épargner en confiant la promotion de son travail à une galerie, à condition que la négociation ait réglé les engagements réciproques des deux parties. Essentiellement, il s'agit des responsabilités suivantes : emballage et expédition des oeuvres; assurance; encadrement; photographie des oeuvres; installation et éclairage; cartons d'invitation; vernissage; outils promotionnels (site Internet, dépliant, publicité, etc.); catalogue d'exposition; promotion directe auprès des médias; publicités diverses, etc.

Bien sûr, chacun de ces éléments n'est pas systématiquement consigné dans un contrat négocié entre le galeriste et l'artiste. Cela dit, il est impératif que l'artiste et le galeriste s'entendent sur les termes de leur collaboration pour éviter les conflits et les déceptions.

L'interdépendance artiste - galerie

Une galerie existe et prospérera selon sa capacité à s'adapter aux aléas du marché de l'art, à dénicher des artistes qui feront les tendances, mais aussi sur la base de sa réputation. La réputation de la galerie se fonde entre autres sur une interdépendance. En somme, la qualité des œuvres d'un artiste représenté par une galerie contribuera à la réputation de cette même galerie, et la réputation de la galerie favorisera la renommée de ce même artiste. D'où l'intérêt pour l'artiste et le galeriste d'adopter une approche collaborative et constructive dans leurs rapports professionnels.

AVOIR LA COTE

La cote commence à s'établir lorsqu'il y a vente d'œuvre et émission d'une preuve de vente (facture ou contrat). Elle est établie à partir du prix le plus élevé obtenu lors d'une vente déclarée antérieurement, mais aussi selon les publications et les expositions dont l'œuvre a été l'objet. Certains artistes préfèrent vendre à partir de leur atelier ou de leur site Internet, sans autres intermédiaires. Cette méthode peut s'avérer plus rentable si on a une clientèle établie et que l'on peut aisément vendre sans le concours d'une galerie. Par ailleurs, cela évite de payer les 50 % fatidiques. Il faut savoir cependant que vendre une œuvre à un prix plus bas que celui que l'on demanderait en galerie revient à maintenir une cote basse, ce qui n'est pas rentable à long terme.

Détails à considérer lorsqu'un artiste vend une œuvre

- L'artiste qui vend une œuvre demeure titulaire de tous ses droits d'auteur incluant le droit de présenter publiquement cette œuvre, le droit de reproduire l'œuvre sous toutes ses formes et selon tous procédés, ainsi que le droit de communiquer publiquement l'œuvre sous une forme non matérielle, et ce, pour tous les pays et pour toute la durée du droit d'auteur soit, jusqu'au 31 décembre du 50^e anniversaire du décès de l'artiste.
- Si un artiste est représenté par une galerie et qu'un acheteur se propose d'acquérir une de ses œuvres, en vertu du contrat (ou de l'entente) conclu avec cette galerie, l'artiste devra inviter l'acheteur à communiquer avec sa galerie. Dans le cas contraire, l'artiste rompt le lien de confiance avec sa galerie et s'expose à la résiliation de son contrat de représentation avec cette galerie.
- Que ce soit par l'intermédiaire d'une galerie ou non, on tentera d'obtenir le nom et les coordonnées de l'acheteur. Il pourrait être judicieux d'indiquer à son CV d'artistes qu'une ou plusieurs de ses œuvres font partie de telle ou telle collection. Cela dit, demandez l'autorisation au collectionneur; il pourrait souhaiter garder l'anonymat.

- Déclarer ses ventes à Revenu Québec et Revenu Canada est une obligation. Et pour remplir cette obligation, il est impératif de tenir un carnet de factures. Un registre des ventes permet notamment de mieux connaître ses acheteurs, de se constituer un historique marchand (et donc, une cote —preuves à l'appui) et de s'éviter bien des problèmes, si le Fisc s'intéressait à vous.
- Si quelques années après avoir vendu une œuvre, un commissaire indépendant, souhaitait organiser une exposition de votre travail, sachez que vous êtes en droit de demander à l'acheteur l'emprunt de cette œuvre en prévision de la tenue de l'exposition. Au moment de la transaction, il pourrait même être judicieux d'informer les acheteurs de cette prérogative et de consigner le tout par écrit.
- À la suite du décès de l'artiste, ses héritiers et ayant droit deviennent titulaires des droits moraux dont ils sont les légataires. C'est là une autre bonne raison pour ne pas céder ses droits lorsque l'on vend ou donne une œuvre. Enfin, précisons que tous droits cédés par un artiste de son vivant reviennent à ses ayants droit au 31 décembre du 25^e anniversaire du décès de l'artiste.

La relation artiste galeriste

Avant de développer une relation d'affaires avec une galerie d'art, il sera opportun d'aborder certains sujets avec son futur galeriste. Incidemment, ces éléments pourraient être consignés dans un contrat qui vous lierait à une galerie. Voici nos suggestions :

Contrats :

Nous ne pouvons faire autrement que vous recommander de signer un contrat écrit avec la galerie qui vous représentera; de toute façon, c'est la loi. À cet effet, le RAAV propose aux artistes un vaste éventail de contrats types (exposition, vente, reproduction, consignation, etc.).

Exclusivité :

Quelles œuvres sont touchées par l'entente d'exclusivité? Est-ce que cela concerne toutes les oeuvres produites, incluant des oeuvres réalisées par le passé? Quelles sont les limites territoriales de cette exclusivité? Municipale? Provinciale? Nationale? Internationale?

Assurances :

Est-ce que la galerie qui vous représente détient une police d'assurance couvrant vos oeuvres? Pour quels risques vos oeuvres sont-elles protégées?

Fréquence des expositions :

À quelle fréquence la galerie pourra-t-elle exposer vos œuvres? Et dans quel cadre? Exposition solo? Exposition collective?

Sélection des oeuvres à des fins d'expositions :

Lorsque la galerie organisera une exposition de vos œuvres, qui procédera à la sélection des oeuvres? Qu'en est-il des expositions collectives? Qui déterminera la mise en espace de vos œuvres dans le cadre d'une exposition solo ou collective? Qui installera les œuvres? Qui choisira les encadrements et qui en assumera les coûts?

Catalogue d'exposition et dépliant :

Qui prend en charge les frais de réalisation, d'impression et de distribution d'un catalogue réalisé dans le cadre d'une exposition?

Photographies des œuvres :

Qui photographiera les œuvres et qui rémunérera le photographe? Qui possède les droits d'auteur sur ces photos? Le photographe, la galerie ou l'artiste?

Transport :

Lorsqu'il s'agira de livrer les oeuvres à la galerie, qui assumera les coûts de transport? Et si les œuvres doivent vous être retournées, à qui incombera la responsabilité de ces frais?

Publicité :

Quels types de publicité fera la galerie pour l'exposition de vos oeuvres? Qui assumera les frais? Est-ce que l'artiste aura un droit de regard sur le matériel promotionnel et les documents écrits?

Prix de vente :

Qui détermine le prix de vente des œuvres présentées dans le cadre d'une exposition en galerie commerciale? : Est-ce que la galerie vendra systématiquement vos oeuvres au prix convenu, ou dispose-t-elle d'une marge de manœuvre pour offrir des réductions? Quel est le prix minimal pour chacune de vos œuvres? À qui la galerie pourrait-elle offrir une réduction? Est-ce que ces réductions ont une incidence sur le pourcentage que vous percevrez?

En cas de vente :

Comment saurez-vous qu'une ou plusieurs de vos œuvres ont été vendues? Pourrez-vous obtenir les noms et les coordonnées des acheteurs? Quel est le pourcentage retenu par la galerie, lors d'une vente? Pouvez-vous vendre vous-mêmes vos oeuvres? Et si oui, quelle sera l'entente avec la galerie?

Modalités de paiement :

À quelle fréquence ou à quel moment pouvez-vous compter sur le versement de votre part, suite à la vente de vos oeuvres? Si vous êtes mandaté pour installer une œuvre vendue, serez-vous rémunéré? Et si oui, de quelle manière? Forfaitaire? En vertu d'un certain taux horaire?

Prêt d'oeuvres :

Si un commissaire ou un diffuseur (public ou privé) sollicitait auprès de votre galerie l'emprunt d'une de vos œuvres pour la tenue d'une exposition (solo ou collective), est-ce que la galerie communiquerait avec vous? Percevra-t-elle un pourcentage de vos droits d'exposition?

Collaboration entre les galeries :

Si votre galerie convient d'une exposition de vos oeuvres avec une autre galerie (d'une autre province, d'un autre pays), quelles sont les modalités, en cas de vente? Est-ce que votre pourcentage des sommes perçues sera réduit ou demeurera-t-il le même?

Résiliation du contrat :

Quelles sont les modalités et les conditions de résiliation du contrat? À l'échéance du contrat? Est-ce que chaque partie doit signifier par écrit son désir de mettre un terme à la relation d'affaires? Dans quels délais?

Le conseil d'un professionnel :

Demandez au galeriste si son entreprise est inscrite aux registres des taxes fédérale et provinciale (TPS et TVQ). Si la galerie n'est pas inscrite, la raison est simple : soit, son chiffre d'affaires est inférieur à 30 000 \$ de ventes par année (ce qui est très peu), soit des ventes sont effectuées « au noir », sans facture et donc, illégalement.

Association de marchands d'art

L'Association des galeries d'art contemporain (AGAC) est issue de la volonté de galeristes pour qui la reconnaissance et la viabilité du marché de l'art contemporain sont une priorité. Fondé en 1985, l'AGAC est un organisme à but non lucratif dont la mission est de défendre les intérêts de ses membres. Actuellement, l'association regroupe des galeries d'art contemporain établies à Montréal, Québec, Ottawa et Eastman et voit à faire respecter son code de déontologie.

Le mandat de l'AGAC est de contribuer à la promotion et au rayonnement de la création artistique actuelle et à sa diffusion au Québec, au Canada et à l'étranger — de sensibiliser le public à l'art contemporain — d'étudier et de défendre les intérêts moraux et économiques de la profession de galeriste au Québec, au Canada et à l'étranger — d'établir entre toutes les galeries membres des rapports de bonne confraternité (sic), et enfin de stimuler le marché de l'art contemporain.

AGAC

www.agac.qc.ca/

L'Association des Marchands d'art du Canada Inc. est un organisme à but non lucratif d'envergure nationale fondé en 1966. Elle est le plus important regroupement des principales galeries commerciales privées au Canada, qui représentent des artistes de premier plan au pays. L'AMAC exerce ses activités en observant les normes de qualité les plus strictes en matière d'expertises et adhère aux principes éthiques acceptés au sein de la profession. Les marchands sont sélectionnés à partir de leurs connaissances et de leurs compétences dans leurs champs d'expertise respectifs.

Association des marchands d'art du Canada

www.ad-ac.ca
info@ad-ac.ca

Chapitre 7

L'agent d'artiste en arts visuels

L'agent d'artistes agit comme intermédiaire entre les artistes qu'il représente et les acheteurs potentiels et/ou les diffuseurs et pourrait conseiller l'artiste sur les multiples aspects du développement de sa carrière. Sa crédibilité parmi les amateurs d'art et les spécialistes, sa connaissance du marché de l'art et ses compétences à défendre la démarche et la production des artistes qu'il représente sont, en principe, garantes des avantages qu'un artiste peut tirer de sa relation avec son agent. Outre le fait que l'agent d'artiste n'a pas de galerie d'art, ses fonctions s'apparentent à celles d'un galeriste, soit de promouvoir et de vendre le travail des artistes qu'il représente. Pour ce faire, il lui faut bien connaître le milieu des arts visuels et les différents aspects de ce marché.

L'agent travaillera de pair avec l'artiste, pour la réalisation de multiples tâches de la gestion d'une carrière artistique: préparer les dossiers à envoyer aux organismes subventionnaires; assurer les communications avec les médias; promouvoir de diverses manières les projets de l'artiste; assurer sa participation à des événements (locaux, provinciaux, nationaux et internationaux); embaucher différents spécialistes pour accomplir certaines tâches précises (courtier en douanes, rédacteur spécialisé, technicien spécialisé, transporteur, etc.)... Étant donné l'ampleur du travail, un agent ne pourra s'occuper que d'un nombre limité d'artistes.

Les types de relations d'affaires artistes/agents

Certains agents retiendront un pourcentage sur les oeuvres vendues ou sur le chiffre d'affaires de l'artiste; d'autres demanderont une rémunération établie selon un taux horaire. Cette dernière avenue peut s'avérer onéreuse pour un artiste en début de carrière qui, malgré un certain potentiel, n'aura pas forcément la liquidité nécessaire pour payer les honoraires de son agent. Certains agents demanderont un paiement mensuel ou annuel pour les services qu'ils rendront. Toutefois, cette pratique est très risquée pour l'artiste qui devrait toujours vérifier l'efficacité des services pour lesquels l'agent s'est engagé.

Un agent pourrait demander à un artiste de lui laisser des oeuvres en consignation. Les questions d'assurance se posent alors. Les oeuvres en consignation ne devraient pas être trop nombreuses, ni être laissées trop longtemps sans aucun contrôle visuel de leur état. Un contrat de consignation sera de mise et on y retrouvera notamment une liste descriptive des oeuvres.

D'autres agents se présenteront une seule fois chez l'artiste pour acheter une certaine quantité d'oeuvres en offrant un prix de gros et n'auront plus de contact avec l'artiste. Ce dernier pourra ignorer longtemps le prix réel des transactions sur ses oeuvres. D'autres spécialistes encore agissent comme consultants auprès d'entreprises qui se constituent des collections. Ils sont entièrement libres de leur choix et ne représentent aucun artiste en particulier. Un artiste peut toutefois avoir intérêt à les approcher de temps en temps et à s'assurer qu'ils visitent son atelier.

La profession d'agent d'artiste en arts visuels est relativement récente au Québec et n'a donc pas encore de tradition, comme c'est le cas pour les artistes interprètes ou les comédiens. La déontologie de cette profession n'étant pas balisée, il faut se garder de signer n'importe quel accord. Si le respect réciproque et la collaboration sont de mise dans ce type de relation d'affaires, encore là, il faut consigner les termes de l'entente dans un contrat écrit et signé par les deux parties. Cela dit, il n'existe aucun organisme de surveillance de ces pratiques. Celles-ci peuvent varier du tout au tout, et chaque contrat pourra différer d'un agent à l'autre et même, d'un artiste à l'autre.

Pour les vidéastes

Les artistes de la vidéo d'art peuvent confier la diffusion et la distribution de leur travail à des sociétés de diffusion qui, en quelque sorte, agissent comme des agents, en élaborant et en faisant connaître un catalogue d'œuvres vidéographiques. Le Vidéographe, le Groupe d'intervention vidéo, et Vidéo Femmes sont des centres d'artistes autogérés qui diffusent et mettent en marché les vidéos d'artistes en prélevant un pourcentage sur la diffusion.

Vidéographe

info@videographe.org

www.videographe.org

Groupe d'intervention Vidéo (GIV)

info@givideo.org

<http://www.givideo.org>

Vidéo Femmes

Vidéos réalisées par des femmes

info@videofemmes.org

<http://www.videofemmes.org>

Chapitre 8

La diffusion dans les musées et centres d'exposition

Selon la Société des musées québécois, les institutions muséales 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, les centres d'exposition et les lieux d'interprétation. Ces institutions sont catégorisées selon leurs disciplines : arts (ancien, moderne, contemporain et actuel), sciences naturelles et environnement, sciences et technologies, histoire, archéologie, patrimoine, etc.

Une des particularités propres aux MUSÉES est qu'ils acquièrent, conservent, étudient et mettent en valeur des collections. Grâce à eux, notre patrimoine est sauvegardé, transmis, mis à la portée de tous, et dévoilé aux citoyens comme aux touristes. Ces institutions effectuent des recherches et réalisent des activités de diffusion : expositions, activités éducatives et culturelles, publications, etc.

Un jardin botanique? Un jardin zoologique? Un aquarium? Ce sont aussi des musées, car ils possèdent des « collections vivantes » qu'ils rendent accessibles au public.

En ce qui concerne les CENTRES D'EXPOSITION, 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, ces institutions ne possèdent généralement pas de collection et ne présentent donc pas d'exposition permanente. Ils peuvent être affiliés à des centres culturels, des maisons de la culture, des bibliothèques ou de lieux d'enseignement. Une majorité d'entre eux se consacrent à la diffusion de l'art.

Les LIEUX D'INTERPRÉTATION, comme le nom l'indique, se caractérisent par l'interprétation d'une thématique reliée le plus souvent à l'histoire, aux sciences, à l'environnement, aux techniques ou aux modes de vie. Sous cette appellation, on retrouve les centres de sciences, les centres d'interprétation de la nature, les sites et maisons historiques, et même, dans certains cas, des églises et autres lieux de culte où l'on propose des expositions ou des activités d'interprétation.

Toujours selon la Société des musées québécois, le Québec compte plus de 450 institutions muséales dédiées à l'art, aux sciences, à l'histoire, à l'archéologie, aux civilisations, aux religions, etc. Sur ce nombre, plus de cent vingt musées et centres d'expositions présentent des œuvres d'art au Québec. Cependant, seul un nombre restreint expose des artistes et ce nombre diminue encore lorsqu'il s'agit d'organismes essentiellement voués à l'art contemporain et actuel.

Définition générale des musées

Le musée est une institution à but non lucratif dont le fonctionnement est subventionné par l'État (lorsqu'il est accrédité), et qui participe à l'évolution des idées et au développement de la société par l'étude des témoins matériels des civilisations, leur conservation et leur exposition en public à des fins diverses, allant du plaisir de l'œil à la recherche scientifique. Il est géré par un conseil d'administration, lui-même nommé par une autorité telle que le ministère de la Culture et des Communications, une municipalité, une université, une fondation, une corporation, ou plus simplement un groupe d'individus, voire une personne.

Les cinq principales fonctions du musée

Un musée d'art constitue ses collections grâce aux dons qu'il reçoit ou en achetant des œuvres. Ce sont généralement les conservateurs qui sont responsables de telles ou telles collections et qui gèrent une enveloppe budgétaire prévue à cet effet. Leurs propositions sont soumises à un comité d'acquisition qui décide d'accueillir ou non, telles ou telles œuvres au sein des collections du musée. En tant que détenteurs des objets témoins de l'histoire d'une société, les musées travaillent à la conservation des œuvres ou objets des collections.

Les musées ont aussi un mandat de recherche. Ces travaux de recherches se font sous la supervision des conservateurs qui donneront les grandes orientations. Le sujet de leurs recherches sera les collections et/ou des thématiques en lien avec les collections. Évidemment, les recherches aboutissent à des expositions et parfois, à des catalogues ou autres formes de publications.

À partir de collections privées, muséales, corporatives ou de leurs propres collections, les musées organisent des expositions permanentes (d'après leurs collections) et des expositions temporaires (expositions itinérantes, Block buster, rétrospectives, expositions thématiques, etc.). La décision de programmer une exposition appartient généralement à l'équipe des conservateurs et à la direction du musée ou au comité de programmation.

De plus en plus de musées sont soucieux de communiquer à divers publics leurs travaux de recherche et les multiples sens de leurs collections par le biais d'un département de l'éducation. Les professionnels responsables de l'éducation organisent toute une série d'activités et d'ateliers ciblant des publics de tous les âges (enfants, adolescents, adultes, etc.) et parfois même, en visant des clientèles particulières : immigrants, analphabètes, aveugles, etc.

Exposer au musée.

Ce sont généralement les conservateurs qui invitent les artistes à exposer leurs oeuvres dans le cadre d'expositions solos, thématiques, collectives ou rétrospectives. Celles-ci sont généralement temporaires et pourraient devenir itinérantes, selon les circonstances. Si la réalisation de ces projets s'échelonne sur plusieurs mois, exposer dans un musée contribue largement à la renommée d'un artiste. Aussi, informer les conservateurs de vos activités pourrait être judicieux. Par ailleurs, des musées d'art, régionaux ou de plus petite envergure, lancent parfois des appels de dossiers s'adressant aux artistes (locaux ou non) dans le cadre d'événements ponctuels ou récurrents.

Exposer dans un musée ou voir une ou plusieurs de ses oeuvres acquises par un musée ajoute à la renommée d'un artiste et pourra avoir une incidence très positive sur sa cote et sur le développement de son marché. Plus la renommée du musée est grande, plus les retombées peuvent s'avérer positives pour l'artiste. Par ailleurs, la renommée d'un musée s'appuie sur la qualité des artistes qu'il expose, le dynamisme des services offerts aux visiteurs et la qualité des oeuvres acquises.

Néanmoins, au moment de l'acquisition d'une ou plusieurs oeuvres, certains musées exigent des artistes qu'ils cèdent tous leurs droits sur les œuvres faisant l'objet de la transaction. En acceptant de telles conditions, l'artiste (et ultérieurement ses ayants droit) se prive d'une source de revenu potentiel et permet au musée d'utiliser ces oeuvres comme bon lui semblera. Rappelons que, à la suite du décès d'un artiste, ses héritiers et ayant droit deviennent titulaires des droits moraux dont ils sont les légataires. C'est là une autre bonne raison pour ne pas céder ses droits lorsque l'on vend ou donne une œuvre. Enfin, précisons que tous droits cédés par un artiste de son vivant reviennent à ses ayants droit au 31 décembre du 25^e anniversaire du décès de l'artiste.

Les centres d'exposition

Depuis les années soixante, le Québec a vu naître près d'une centaine de centres d'exposition, appellation sous laquelle on trouve également certaines galeries d'art, les maisons de la culture et les centres culturels. Ils sont en général installés en région et proposent des activités multiples : ils peuvent accueillir et présenter des expositions et des événements sur l'art traditionnel ou contemporain et accordent souvent une grande importance aux arts visuels.

En principe, les centres d'expositions remplissent des fonctions de recherche, d'éducation et de diffusion; contrairement aux musées, ces institutions ne sont pas destinées à acquérir des oeuvres et ni à se constituer des collections, bien que certaines l'aient fait avec le temps. Ces organismes sont dirigés par des conseils d'administration composés d'individus de tous horizons professionnels, dont des artistes.

Par ailleurs, leur public tout en étant moins hétérogène que celui des musées n'en est pas moins large. Par exemple, des dizaines de groupes scolaires iront visiter les expositions au cours de l'année. Ces visites sont supervisées par des spécialistes et ponctuées d'animations qui aident à la compréhension des œuvres en général.

La majorité des centres d'expositions établissent leur programmation sur appels de dossiers et un jury, constitué d'employés du centre, d'artistes, d'administrateurs du centre ou, dans le cas de certains événements, avec la collaboration d'un commissaire, évalue les dossiers reçus. Ajoutons que les municipalités sont parfois devenues des partenaires importants de ce type d'organisme.

Association

Selon son site Internet, «La Société des musées québécois (SMQ) est un organisme à but non lucratif qui a été fondé en 1958. En 1973, elle s'est dotée d'une structure lui permettant de devenir le porte-parole des institutions muséales du Québec (quelle que soit leur taille, leur mandat ou leur situation géographique), des professionnels de la muséologie et de la muséographie.

En 1998, la SMQ a mis en application, à la suite d'un processus de consultation échelonné sur plus de deux années, la réorganisation complète de l'organisme ainsi que de ses statuts et règlements.

La SMQ a pour mission d'oeuvrer aux intérêts supérieurs du réseau muséal québécois. Plus particulièrement, elle vise les objectifs suivants :

- regrouper les institutions muséales et les professionnels qui y travaillent;
- favoriser la concertation et la coordination entre ses membres;
- soutenir le développement de l'expertise et l'excellence de la pratique;
- représenter les intérêts de ses membres;
- promouvoir le rôle et l'importance des institutions muséales auprès de ses partenaires, de la communauté et du public;
- maintenir et intensifier les liens nationaux et internationaux.

La SMQ représente plus de 450 institutions muséales (vous trouverez leurs coordonnées dans le Guide des musées du Québec) et quelque 600 membres individuels répartis sur l'ensemble du territoire québécois. Ces membres sont, en première ligne, les bénéficiaires de ses services. Par voie de conséquence, c'est la population en général, les visiteurs de toutes catégories (étudiants, touristes, visiteurs des diverses communautés culturelles, etc.) qui profitent de produits muséaux professionnels et de qualité.

Société des musées québécois

www.smq.qc.ca

Chapitre 9

Le Réseau Accès culture et les arts visuels

Portrait du Réseau Accès culture

La Ville de Montréal présente le travail d'artistes professionnels depuis plus d'une quarantaine d'années dans plusieurs lieux d'exposition. À titre d'exemple, le premier centre culturel a vu le jour le 27 mai 1967 à Verdun. De même, dans les années 1980, plusieurs municipalités de l'Île de Montréal dont Ville Saint-Laurent, LaSalle et Saint-Léonard offrent à leur population des programmations artistiques dont des expositions. C'est aussi durant cette décennie que la Ville développe son réseau des maisons de la culture. Le 27 octobre 1981, la toute première maison de la culture ouvre ses portes dans le quartier Hochelaga-Maisonneuve. Peu à peu, ce sont douze maisons qui viennent enrichir le paysage culturel montréalais. Leur mission : établir une véritable dynamique culturelle au cœur des quartiers de Montréal favorisant des rencontres uniques entre les créateurs, les artistes et les citoyens.

En 1983, à l'ouverture de la Maison de la Côte-des-Neiges, Monsieur Lamarre décrit ainsi le concept des maisons de la culture :

Inspirées par les maisons de la culture d'André Malraux, elles ont été conçues pour répondre à une réalité typiquement montréalaise. Leur vocation est de stimuler la création d'œuvres nouvelles, d'en accroître la diffusion dans les différents domaines de notre patrimoine, des arts, des sciences et de la technique, de soutenir la production artistique locale et de rendre la connaissance accessible à tous par des spectacles et des expositions de valeur universelle.

Les années 2000 apportent de grands changements pour la Ville de Montréal, notamment en raison des fusions municipales qui modifient le profil de la Ville et son organisation. Pour refléter cette nouvelle réalité, qui fait en sorte que Montréal comprend maintenant vingt-quatre diffuseurs culturels municipaux contrairement à 12, le réseau culturel de la Ville se donne un nom : le réseau Accès culture. De plus, les multiples partenariats mis en œuvre – pensons au réseau scolaire – et le programme de tournées du Conseil des arts de Montréal permettent aux diffuseurs culturels municipaux de devenir de véritables moteurs du dynamisme culturel à l'échelle locale. Grâce à eux, la diffusion culturelle s'est organisée sur l'ensemble du territoire de l'île, offrant une programmation pluridisciplinaire professionnelle à tous les citoyens : ensemble, ils accueillent plus de 600 000 personnes chaque année.

Adoptés par les médias comme des icônes de l'accessibilité culturelle et artistique à Montréal, les lieux de diffusion municipaux ont désormais pris leur place dans le milieu culturel et font partie depuis plusieurs décennies maintenant des habitudes de vie des Montréalais. En effet, les infrastructures culturelles municipales sont dorénavant des passerelles reconnues et identifiées comme étant un partenaire sérieux pour soutenir le développement du milieu culturel; elles constituent un important maillon entre la création et le public, de même qu'un outil essentiel pour le développement de nouveaux publics.

La mission du réseau Accès culture

À la suite de l'adoption de la politique de développement culturel, en 2005 et au Rendez-vous 2007, la Ville et les arrondissements ont réitéré leur volonté de donner accès à la culture en actualisant le fonctionnement et la mission du réseau :

En matière de diffusion culturelle, la Ville et ses arrondissements ont pour mission d'assurer l'accès des Montréalais à la culture selon les principes de démocratie et d'équité et de favoriser la participation de ces citoyens à la vie culturelle, contribuant ainsi à la vitalité de leur milieu et au rayonnement de Montréal comme métropole culturelle.

Si la diffusion culturelle municipale n'est pas l'apanage de la Ville de Montréal, le fait de déployer un réseau municipal, demeure un exemple pour lequel il n'existe aucun comparable connu. Accès culture constitue donc ce levier unique dédié à l'accessibilité culturelle. Cette originalité proprement montréalaise renforce le caractère de la ville à titre de métropole culturelle, tout en constituant l'une de ses principales actions et aussi la plus distincte.

Le Réseau Accès culture et les expositions

Le réseau Accès culture est un acteur important en ce qui a trait à la présentation d'expositions à Montréal. En moyenne par année, plus de 100 000 visiteurs fréquentent les salles du réseau, près de 150 expositions y sont présentées, environ 75% de ces celles-ci exposent le travail d'artistes professionnels en solo et plus de 100 000 \$ sont versés aux artistes. Mentionnons également que les expositions collectives, mises sur pied grâce aux partenariats entre les diffuseurs et les acteurs du milieu des arts visuels, ainsi que les autres types d'expositions, à caractère patrimonial, scientifique, historique ou communautaire, comptent pour 25% des expositions produites annuellement. Chaque diffuseur présente annuellement près d'une dizaine d'expositions, mais cela dépend de chacun puisque le nombre de salles diffère d'un lieu à l'autre. Les programmations sont construites selon un ou des objectifs distincts que se donne le diffuseur, tout en respectant la mission première du réseau. Les expositions sont variées tout au long de l'année pour chaque lieu et plusieurs champs y sont représentés: les arts visuels, les métiers d'art, les arts médiatiques, les expositions thématiques, etc.

La plupart des diffuseurs conçoivent des activités d'accompagnement en lien avec les expositions : ateliers et activités d'animation, table ronde, conférences, etc. Ces activités sont destinées à plusieurs types de visiteurs : élèves, professionnels du milieu, étudiants et bien d'autres. Aussi, la médiation culturelle atteint de nouvelles clientèles qui découvrent des artistes à travers des projets conçus spécialement pour elles et pour lesquels l'artiste et le diffuseur s'impliquent activement. Enfin, quelques diffuseurs proposent des résidences à des artistes, ce qui leur permet d'approfondir leur démarche dans un lieu inspirant.

Le réseau Accès culture compte une trentaine de salles d'exposition de deux types : 20 salles répondent généralement aux normes professionnelles, alors que 14 autres salles sont des halls ou des salles polyvalentes qui ont diverses fonctions dont les expositions. Les conditions physiques et les équipements varient selon les lieux. Généralement, les salles d'exposition sont équipées de contrôles pour la température et/ou l'humidité.

Elles disposent aussi de mobilier d'exposition, socles et/ou vitrines. L'éclairage est surtout de type incandescent, parfois halogène. L'accrochage est sur rail, grille ou sur mur. Plusieurs salles disposent d'un accès Internet et d'un système de sonorisation. L'accès à un quai de chargement est aussi possible pour certains lieux. Certaines salles ont aussi des équipements plus spécialisés tels que luxmètre, hygromètre et thermomètres, ou disposent d'un atelier de préparation. Enfin, les halls et salles polyvalentes offrent des conditions très diverses, rarement muséales.

Présenter un projet d'exposition au Réseau Accès Culture

Les diffuseurs du réseau Accès culture présentent annuellement plus de 150 expositions. Cette programmation est établie par chacun des responsables de la diffusion culturelle en arrondissements.

Vous souhaitez proposer un projet artistique au réseau Accès culture, vous devez vous créer un compte dans la zone Extranet Accès culture et y déposer votre projet.

www.accescultureartiste.com

L'équipe centrale du réseau travaille et coordonne l'étude des dossiers reçus en lien étroit avec tous les diffuseurs en arrondissement. Quoique les choix de programmation soient discutés collectivement et que quelques projets fassent l'objet de tournées ou d'événements spéciaux, il est à noter que chaque diffuseur établit sa propre programmation selon ses objectifs spécifiques.

Pour plus d'information :

<http://www.accesculture.com/page/info-artiste#depot>

Chapitre 10

Les Revues spécialisées et Webzines*

Comptes rendus d'expositions, essais, dossiers thématiques, calendriers d'activités et d'expositions, commentaires, critiques, débats, entrevues avec des artistes, les revues spécialisées et les Webzines s'intéressant aux arts visuels regorgent d'actualités et d'informations de tous types en plus d'offrir aux artistes une certaine visibilité.

Pour aider les artistes à mieux connaître les différentes publications québécoises, canadiennes et d'ailleurs dans le monde, disponibles dans le domaine des arts visuels, nous avons recensé les principaux magazines, revues et Webzines qui s'intéressent aux différentes pratiques en arts actuels. Ce recensement favorisera, nous l'espérons, une meilleure connaissance du milieu des arts actuels et de son actualité. Car, être à l'affût de l'actualité de son secteur d'activités professionnelles est une nécessité.

Nous vous présentons une synthèse du mandat et de l'orientation de chaque revue et de chaque webzine que nous avons pu recenser. L'artiste qui souhaitera en savoir plus pourra consulter le site Internet des publications qui l'intéresseront.

Les revues d'arts visuels :

Art Le Sabord :

Art Le Sabord se distingue parmi les revues canadiennes de création. Publiée quatre fois par année, la revue allie expression littéraire et visuelle contemporaine exprimée par des artistes de différentes provenances et des écrivains de la francophonie internationale. Ainsi, chacune de ses parutions est un regard sur l'expression artistique contemporaine et une ouverture sur le monde actuel. Chaque numéro propose des inédits en poésie, essais et nouvelles, des chroniques, des commentaires critiques de livre et des œuvres en arts visuels.

www.lesabord.qc.ca

Art Press :

Créée en 1972, *Art Press* est une revue mensuelle d'information et de réflexion sur la création contemporaine. Acteur et témoin de la création d'aujourd'hui, *Art Press* a pour vocation de couvrir l'ensemble de la scène artistique mondiale.

Conçu et réalisé par l'équipe rédactionnelle de la revue *Art Press*, artpress.com (webzine) apporte un autre regard sur la création contemporaine à travers une sélection d'articles, d'interviews et de dossiers, « prolongements éditoriaux » de la revue papier. artpress.com propose également de nombreux services interactifs - forums, newsletters - news, archives, le club abonnés, la boutique.

www.artpress.com

* Toutes les informations présentées sur chaque revue et Webzine proviennent des sites Internet de chaque publication.

C Magazine, International contemporary art :

C Magazine est une revue internationale spécialisée en art contemporain. *C* présente une couverture critique et engagée des pratiques en art contemporain au Canada et à travers le monde depuis 25 ans. Provenant de collaborateurs d'un peu partout à travers le monde, ses articles, ses critiques et essais portent sur la sculpture, la peinture, le cinéma, la performance, les nouveaux médias et plus particulièrement l'installation.

www.cmagazine.com

Canadian art:

« Leader » des magazines spécialisés en arts visuels au Canada, *Canadian Art Magazine* est la revue d'art la plus lue au pays, offrant tous les trois mois une perspective nationale sur la peinture, la sculpture, le film, la vidéo, l'architecture et le design. Primée, *Canadian Art* est un tremplin et une vitrine de poids de l'art contemporain canadien et d'histoire de l'art.

www.canadianart.ca

Canadian Magazine Publishers Association (CMPA) :

Regroupe des centaines de magazines canadiens spécialisés, tous genres confondus : publicité, business, animaux, littérature, bien-être, femme, arts, design, etc. En ce qui concerne la section *Arts*, celle-ci donne une vision panoramique de tout ce qui est publié au Canada dans ce domaine. Pour chaque magazine, il y a une petite description, le coût de l'abonnement ainsi que le lien pour le site web.

magazinescanada.ca/

Ciel Variable: art photo media culture

Créée en 1987 Ciel Variable était initialement, davantage axée sur une photographie de type documentaire et social, mise en relation avec des pratiques littéraires. En 1992, la revue prend le nom de CV photo. Nouveau nom, nouveau champ, CV photo s'attaque aux pratiques de la photographie artistique contemporaine. Progressivement, la revue s'ouvre à la photographie canadienne et internationale. Le retour au nom Ciel variable en 2004 amorce un nouveau tournant caractérisé par la dynamique du milieu de la photographie contemporaine où se mêlent arts contemporains, nouveaux médias et usages sociaux de la photographie.

Trimestrielle, la revue présente en noir et blanc le travail de photographes et des textes de commentaires en français et en anglais. *Ciel Variable* publie aussi quelques recensions de livres et des notes rapides sur quelques expositions de photos.

www.cielvariable.ca/

Decover mag

DÉCOVER est une vitrine sur les arts visuels. Dix portfolios par édition pour découvrir la créativité des artistes ici et aujourd'hui. DÉCOVER pour s'évader, s'émerveiller et grandir avec les pratiques émergentes. Une ouverture sur l'art urbain dans sa diversité, de la peinture au photomontage, de la photographie à la sculpture, de l'illustration au graffiti. DÉCOVER explore des trésors de sensibilité pour vos yeux et votre esprit.

<http://decovermag.com/>

Espace art actuel:

Créée en septembre 1987, *Espace* est aujourd'hui l'unique revue sur la sculpture contemporaine au Canada. Publiée quatre fois l'an, elle est distribuée à travers le pays en français et en anglais, et comprend des entretiens, des articles de fond, et des dossiers reliés à la tridimensionnalité. Des correspondants à l'étranger assurent le volet international et la diffusion hors frontières.

<https://espaceartactuel.com>

Esse Art + Opinions :

Esse arts + opinions est une revue d'art actuel bilingue, publiée trois fois par an par les éditions esse. Très présente sur la scène canadienne et européenne, elle traite principalement des diverses pratiques disciplinaires et interdisciplinaires (arts visuels, performance, vidéo, musique et danse actuelles, théâtre expérimental) et toutes formes d'interventions à caractère social, in situ ou performatif.

Fondée à l'UQÀM en 1984 par des étudiants de maîtrise en études des arts, puis incorporée en 1987 en organisme à but non lucratif, la revue s'est progressivement développée tout en bonifiant son contenu éditorial, son graphisme, sa promotion et sa diffusion. *Esse Art* se démarque notamment pour son engagement, son analyse et son soutien aux artistes et aux auteurs qui prennent en compte les créations expérimentales ou risquées, remettant en question les valeurs dominantes.

www.esse.ca

Inter art culturel :

Publié trois fois l'an, *Inter, art actuel* est un périodique culturel disséminant diverses formes de l'art actuel : performance, installation, poésie, manœuvre, multimédia, tout en interrogeant les rapports de l'art au social et au culturel, au politique et à l'éthique. Entièrement produit à Québec depuis 1978, *Inter art actuel* a des antennes en région partout au Québec et est ouvert sur la scène artistique internationale. *Inter, art actuel* couvre les différentes manifestations artistiques et les mouvances politico-culturelles et appuie le renouvellement du discours sur les pratiques éphémères et émergentes. *Inter, art actuel* est une tribune qui invite les artistes, les critiques et les penseurs de la culture à prendre position sur les enjeux qui touchent les pratiques de l'art actuel ou de tout domaine connexe ainsi que sur les transformations de nos sociétés.

www.inter-lelieu.org

Public : art / culture / ideas

Créée en 1988, *Public* est une revue canadienne qui s'intéresse aux idées et formes d'art novatrices. On y explore les interrelations critiques entre l'art contemporain et la culture visuelle. Mettant en vedette des artistes canadiens, internationaux et des écrivains, chaque numéro est un assemblage unique de projets artistiques et d'écriture qui reflètent un thème contemporain. Forum intellectuel et créatif *Public* met l'accent sur la manière dont les questions esthétiques et théoriques interagissent avec l'art et la culture visuelle.

www.publicjournal.ca

Spirale :

Fondé en 1979 et publié six fois par an, *Spirale* porte un regard critique sur les récentes productions culturelles (arts plastiques, cinéma, histoire, littérature, philosophie, psychanalyse, théâtre, etc.), présente dans chaque numéro un dossier thématique et propose régulièrement des débats sur des questions d'actualité. *Spirale* présente également des artistes québécois et étrangers (artistes multimédias, peintres, photographes, sculpteurs, etc.) en proposant dans chaque numéro des portfolios consacrés à leurs œuvres.

www.spiralemagazine.com

Vie des Arts :

La revue *Vie des Arts* fut fondée en 1956, elle publie 4 numéros par an sur ce qui se fait de plus actuel en vidéo, architecture, sculpture, installation et performance. Cette revue est une véritable institution puisqu'elle compte plus de cinquante ans d'existence et des correspondants dans les villes du monde les plus importantes en matière d'art.

Depuis sa création *Vie des Arts* s'est donné pour mission de diffuser et de promouvoir l'art québécois et international auprès d'un public le plus vaste possible.

www.viedesarts.com

Les Webzines

Les webzines sont des magazines virtuels, parfois gratuits, réalisés par des professionnels ou des bénévoles. Dans certains cas, on peut réagir aux textes ou soumettre ses propres écrits. Ils visent un public large ou un public spécialisé, et servent de référence dans le monde culturel interactif.

Archée :

Archée est un organisme québécois sans but lucratif, dont le mandat consiste, par la cyberculture artistique, à promouvoir la production artistique liée aux nouveaux médias tout en proposant une réflexion sur l'impact sur l'art des nouvelles technologies de l'information et de la communication. *Archée* est un périodique exclusivement électronique publié cinq fois par année depuis 1997.

www.archee.qc.ca

Art daily.org :

Art daily est un webzine qui couvre l'actualité internationale de l'art, qui fournit et met à jour quotidiennement des informations très diversifiées, sur les galeries, les musées, les artistes, les enchères, les expositions, les nouvelles technologies appliquées aux arts, ect. Les articles du *Art daily* sont souvent cités pour leur pertinence.

www.artdaily.com

ArtMag :

Magazine d'art international en ligne depuis avril 1996. *ArtMag* est un répertoire bilingue qui regroupe toutes les expositions qui se font actuellement dans les musées et les galeries dans tous les pays du monde.

www.artmag.com

Artnet : le monde de l'art en ligne

Créée en 1998, Artnet est une plate-forme en ligne qui permet entre autres, d'acheter, de vendre, de rechercher des œuvres d'art et des artistes. Évènements, ventes aux

enchères, réseau de galeries, *Artnet* constitue une des plus importantes bases de données avec plus de 4 millions d'œuvres d'art et plus de 188.000 artistes. *Artnet* est aussi un magazine d'art en ligne qui regroupe des informations actualisées quotidiennement, des commentaires et des articles sur le monde de l'art.

www.artnet.fr

Chronic'art : le magazine culturel connecté

En septembre 1997, *Chronic'art* naît sur Internet. Véritable vétéran des magazines d'art sur Internet, *Chronic'art* est un magazine d'art francophone consacré l'actualité culturelle en cinéma, DVD, musique, jeux vidéo, livres, bd, arts et expos.

www.chronicart.com

Ratsdeville

Ratsdeville est le webzine de la diversité en arts visuels. C'est un « organisme à but collaboratif » voué au soutien de la communauté artistique « underground » de Montréal, et plus précisément aux artistes de la relève qui souhaiteraient faire connaître leurs créations auprès des communautés artistiques québécoises ou des institutions culturelles impliquées dans le domaine de l'art visuel. *Ratsdeville* diffuse tout ce qui se passe en arts visuels sur la scène locale : expositions, vernissages,ancements, appels de dossiers, etc., et facilite la rencontre des artistes, des commissaires d'expositions et des gens d'affaires locaux.

www.ratsdeville.typepad.com

Universes in the Universe. Worlds of Art :

Comme son nom l'indique, *Universes in the Universe* est un webzine qui couvre les arts visuels du monde entier. Le site propose pour chaque région, chaque pays, chaque continent un répertoire des artistes, des œuvres, des expositions, des biennales, des opportunités d'appels de dossiers. *Universes in the Universe* publie également un magazine sur son site sur lequel on peut trouver des infos, des articles et des nouvelles sur le monde de l'art (conférences, critiques, actualités, etc.).

www.universes-in-universe.de

Le Vadrouilleur Urbain

Le Blogzine du Vadrouilleur urbain est une formule de nouvelles brèves et d'humeur sur l'art visuel. C'est cultiver la paresse active afin de vous livrer les dernières découvertes en art visuel tout en jonglant avec les clichés urbains.

<http://levadrouilleururbain.wordpress.com>

Chapitre 11

Les événements en arts visuels au Québec

Les événements en arts visuels au Québec définissent « la dynamique culturelle » de la province. Expression de notre culture, et de manière plus large, reflet de notre société, ces événements agissent à titre de vitrine des nouvelles pratiques artistiques québécoises. Parmi ces manifestations, nommons les biennales, les festivals, les événements, les symposiums.

Il nous faut préciser que si bon nombre d'événements, symposiums, biennales, etc. sont récurrents, d'autres ne le sont pas. Aussi, des organismes culturels tels que des centres d'artistes, des centres d'expositions, des musées, des maisons de la culture mettent des événements thématiques ou disciplinaires non récurrents. La sélection des événements ici proposée est non exhaustive. Si on considère le dynamisme des organismes québécois dédiés aux arts visuels, on peut aisément croire que d'autres événements en arts visuels (ponctuels ou potentiellement récurrents) sont actuellement en gestation ou en voie de réalisation, au moment d'écrire ces lignes.

LES BIENNALES :

Biennale d'art performatif de Rouyn-Noranda

En mai 2002, le Centre des artistes en arts de l'Abitibi-Témiscamingue (CAAVAT), en collaboration avec L'Écart... lieu d'art actuel, lançait son 1er Festival de performance de Rouyn-Noranda. La seconde édition eu lieu en 2004 et la troisième en 2006, date à laquelle le festival devient officiellement la Biennale d'art performatif de Rouyn-Noranda. Celle-ci dure habituellement 2 à 3 jours et se veut un événement thématique d'envergure nationale et internationale, orienté par un commissaire invité. Quant à la sélection des artistes, elle se fait par appel de dossier.

<http://www.lecart.org/appelbiennale.asp>

La Biennale internationale d'art miniature :

Organisée par le centre d'exposition Corporation Augustin-Chénier inc., la Biennale internationale d'art miniature (BIAM) se tient tous les deux ans en septembre à la Salle Augustin-Chénier, de Ville-Marie au Témiscamingue. Depuis sa fondation en 1992, le nombre de participants est passé d'une centaine à plus de 300.

La Biennale internationale d'art miniature réunit une certaine diversité de pratiques issues de l'art contemporain (peinture, dessin, estampe, impression numérique, relief et sculpture) et des artistes professionnels en arts visuels du monde. La BIAM est un événement populaire qui propose plusieurs activités, dont des expositions, des ateliers d'art et de fabrication de marionnettes, et même des présentations théâtrales.

Pour participer à la BIAM l'artiste doit remplir un formulaire d'inscription, présenter son ou ses œuvres, s'acquitter des frais relatifs à l'inscription et envoyer son curriculum vitae d'artiste. La sélection des artistes et des œuvres se fait par un jury composé de trois artistes reconnus. Celui-ci est chargé de primer une œuvre dans chaque catégorie.

<http://www.lerift.ca/#rift5-frnpage1>

La Manif' d'art de Québec :

Manif'd'art ou la Biennale de Québec, fut créée à l'automne 2000 par Manifestation internationale d'art de Québec, un organisme à but non lucratif dont le mandat est de promouvoir l'art actuel, l'art de recherche et d'expérimentation. Tous les deux ans, durant les mois de mai et juin, *Manif'd'art* se fait le porte parole des grands courants québécois, canadiens et internationaux en arts visuels.

L'événement, « voué à la promotion et à la diffusion des arts actuels » évolue autour d'un thème central exclusif à chaque édition. Pour sa 5^e édition en 2010, le thème établi est *Catastrophe?* La sélection des artistes se fait par appel de dossiers, choisis par le/la commissaire invité-e selon des critères précis, des problématiques précises et un thème bien défini.

Outre des expositions tenues en différents lieux à Québec, *Manif'd'art* comprend des colloques, des conférences et des forums s'adressant au grand public et à un public plus spécialisé, mais aussi des activités satellites (spectacles, présentations, soirées d'animation) où plusieurs disciplines artistiques se côtoient.

<http://manifdart.org>

La Biennale du Lin de Portneuf :

La Biennale du lin de Portneuf est un événement culturel qui met en lumière les pratiques contemporaines liées au lin tant pour leurs aspects techniques ou conceptuels. Les créateurs des arts visuels, des métiers d'art et de la mode sont invités à aborder la matière linière selon différents thèmes. Cet événement a été mis sur pied par le Comité de mise en valeur du lin, un organisme à but non lucratif, fondé en 1998 dont la mission première est la sauvegarde et la transmission des savoirs relatifs au lin. La Biennale du lin a lieu les années impaires dans les centres de diffusion culturelle de Portneuf.

Pour ce qui est du processus de sélection, le comité de direction de la Biennale sélectionne ses commissaires respectivement en arts visuels, en métiers d'art ainsi qu'en mode et design. Ceux-ci proposeront un projet d'exposition selon un thème ou des spécificités, et sélectionneront les artistes par le biais d'appels de dossiers lancés par les organisateurs de la Biennale.

<http://www.biennaledulin.ca>

La Biennale nationale de la sculpture contemporaine (Trois-Rivières) :

La Biennale nationale de sculpture contemporaine - anciennement Biennale nationale de la céramique – voit le jour en 2002. La BNSC est un événement thématique présenté aux années paires à Trois-Rivières par la Galerie d'art du Parc, un organisme sans but lucratif fondé en 1972, dont la mission est de promouvoir et diffuser les arts actuels. Plusieurs événements satellites se greffent à l'événement. C'est un comité d'orientation artistique et de sélection de la BNSC qui choisit les artistes (appels de dossiers). La sélection est orientée de façon à favoriser la présentation d'oeuvres issues de pratiques émergentes et de nouvelles tendances. Une fois choisis, les artistes sont invités à créer une oeuvre inédite en lien avec le thème de la BNSC.

<http://www.bnsc.ca/accueil>

MOMENTA | Biennale de l'image :

MOMENTA | Biennale de l'image est une manifestation internationale qui sonde l'image contemporaine en s'intéressant aux langages photographiques et vidéographiques dans leurs plus vastes déclinaisons. Fondé en 1989 sous l'appellation Le Mois de la Photo à Montréal pour marquer le 150^e anniversaire de la photographie, l'organisme est rebaptisé MOMENTA | Biennale de l'image en 2017, à l'occasion de sa 15^e édition. Pluriel du mot latin momentum, le nom MOMENTA a été choisi en guise de clin d'œil à l'« instant décisif », notion phare de Henri Cartier-Bresson, et à la photographie, qui constitue le fondement de l'organisme. Il vient également souligner le fait que la manifestation, après s'être essentiellement centrée sur le champ photographique, englobe désormais l'ensemble des pratiques de l'image, à une époque où celles-ci se manifestent sur différents supports et en des lieux variés, se transformant constamment.

Depuis 2003, MOMENTA est basée sur une approche curatoriale conviant, à chaque édition de la biennale, un ou une commissaire à conceptualiser et à développer une programmation artistique rigoureuse et une structure discursive à partir de thèmes d'actualité. Ancrée dans le paysage montréalais, la biennale est portée par une ligne éditoriale croisant la production artistique québécoise et canadienne avec des pratiques provenant d'ailleurs, dans le but de mettre en perspective les relations qui les unissent. Faisant état des tendances qui composent un paysage artistique fluctuant et prenant acte des enjeux sociopolitiques, culturels, économiques et géographiques sillonnés par les pratiques de l'image, MOMENTA se veut le lieu de l'observation critique et de la production de savoirs où l'expérience devient la clé pour un regard renouvelé sur le monde.

<https://www.momentabiennale.com>

La Biennale internationale d'art numérique (BIAN) :

Créé en 2012, La Biennale internationale d'art numérique (BIAN) est une grande exposition, ponctuée de vernissages et d'événements spéciaux, qui propose un parcours artistique entièrement dédié à l'art numérique. Elle réunit les grands lieux de la création contemporaine à Montréal et propose une palette éclectique d'œuvres et d'artistes contemporains, locaux et internationaux. Elle mobilise dans une action commune les acteurs des domaines des arts et des nouvelles technologies.

<http://bianmontreal.ca>

ÉVÈNEMENTS - EXPOSITIONS :

Art Souterrain :

Fondé en 2009, Art Souterrain se caractérise par des expositions présentées au sein du réseau souterrain de la ville de Montréal, pendant la période hivernale. D'une durée de 15 jours, l'édition 2010 proposait un parcours de 4 Km où 100 projets d'artistes (photographie, la vidéo, l'installation et la performance) étaient rendus public. De plus, des visites guidées, des performances, des présentations d'artistes et des conférences données par des professionnels sur des sujets d'actualité en art contemporain figuraient aussi à la programmation.

Il n'y a pas de thématique précise, mais plusieurs spécificités auxquelles doivent répondre/soumettre les travaux et œuvres des artistes. Pour l'édition de 2010 par exemple, dépendamment du lieu d'exposition, les œuvres devaient soit interagir avec le public (le faire participer), soit « dialoguer » avec les œuvres d'art public déjà en place. La sélection des artistes se fait sur appel de dossier.

Art Souterrain a pour mandat de promouvoir, de familiariser et de diffuser l'art contemporain auprès d'un large public, tout en valorisant le patrimoine culturel.

www.artsouterrain.com/

Flashe Fête

La Flashe Fête est un festival multidisciplinaire qui célèbre chaque année, durant quatre jours, la création. Arts visuels, danse, musique, poésie, théâtre, arts de la rue, du cirque, métiers d'art et nouvelles pratiques artistiques sont au programme. Flashe Fête est produite et organisée par IQ L'Atelier un regroupement de créateurs multidisciplinaires. Les artistes sont sélectionnés par le comité organisateur en fonction de la thématique établie.

<http://www.flashefete.com>

Le Mois multi :

Depuis sa première édition, en l'an 2000, le Mois multi a fait sa marque. Organisé par les Productions Recto-Verso, ce festival annuel d'art multidisciplinaire et électronique réunit un grand nombre d'artistes nationaux et internationaux de divers « langages artistiques » (art visuel, vidéo, art audio, poésie, performance...). Durant près d'un mois, l'évènement met à la portée de tous l'art dans ce qu'il se fait de plus actuel. Le Mois multi c'est aussi plusieurs activités connexes, des conférences, des « rencontres multi », des visites guidées et commentées, etc.

La sélection des artistes se fait sur appel de projets et « concerne toutes les compagnies et les artistes professionnels des arts interdisciplinaires, des arts électroniques et de toutes formes d'art où le croisement des disciplines est à la base de la démarche artistique ». L'oeuvre proposée peut être de nature scénique, installative, performative ou de toutes autres formes (intérieur ou extérieur).

<http://mmrectoverso.org>

ORANGE :

Évènement international d'art actuel de Saint-Hyacinthe, Orange se démarque par un concept pour le moins original, celui de la rencontre entre l'art contemporain et l'agroalimentaire. Au programme, conférences, « rendez-vous des papilles », expositions, soirées de projections, etc.

L'organisation de l'évènement est prise en charge par ORANGE L'évènement d'art actuel de Saint-Hyacinthe, organisme à but non lucratif, en collaboration avec EXPRESSION, Centre d'exposition de Saint-Hyacinthe. La sélection des artistes se fait sur appels de dossiers et sur invitation. Ce sont les commissaires invités qui procèdent à la sélection des dossiers.

<http://www.expression.qc.ca/orange/index.php>

Rencontre internationale d'art performance de Québec (RIAP)

Les Rencontres internationales d'art performance (RIAP) de Québec sont organisées tous les deux ans depuis 1984 par Le Lieu, centre en art actuel. Anciennement appelés Festival d'Interventions, ces événements-rencontres durent une dizaine de jours et sont axés sur « les arts de la présence » à savoir l'art action et l'art performance. Chaque édition a son thème ou ses spécificités; c'est le comité organisateur du Lieu qui choisit et invite les artistes en fonction de leur discipline et s'ils correspondent à l'orientation de l'évènement.

<https://inter-lelieu.org/riap/riap/>

Rendez-vous des arts sans frontière

Créé en 2004 par les Escales Improbables de Montréal (EIM), un organisme sans but lucratif, les Rendez-vous des arts sans frontière est un événement extérieur qui prend la forme d'un parcours interdisciplinaire, sur les quais du Vieux Port de Montréal. L'évènement a lieu généralement au cours du mois de septembre durant 4 jours, de 14h à 18h. Les Rendez-vous des arts sans frontière relèvent de l'art actuel et sont le lieu où se rencontrent les disciplines telles que l'installation, la performance, les projections, la danse, la sculpture, la musique, la peinture, le multimédia, la vidéo, etc.

<http://www.escalesimprobables.com/>

VIVA! ART ACTION

VIVA! ART ACTION est un festival de performances né en 2006 d'une initiative collective entre plusieurs centres d'artistes dont DARE-DARE, La Centrale, CLARK, Skol, Praxis et articule. Comme son nom l'indique, VIVA ! ART ACTION présente l'Art - Action - Actuel. Sous la direction d'un commissaire, les artistes, venus des quatre coins du monde, sont invités à « performer » à l'intérieur et à l'extérieur des murs des centres. Sans avoir de thématique précise, l'évènement d'une dizaine de jours comporte certaines spécificités et célèbre par la performance, le happening, les interventions artistiques publiques et participatives, la forme, l'éphémère et l'immatériel. Chaque centre a sa programmation; la sélection des artistes se fait par appel de dossiers. Plusieurs activités se greffent à l'évènement : conférences, rencontres avec les artistes, souper etc...

<http://vivamontreal.org/>

SYMPOSIUMS :

Ces événements sont des rencontres, des colloques, des discussions, des échanges entre spécialistes et dans notre cas entre artistes, généralement d'une ou de plusieurs disciplines, rassemblés autour d'un thème. Tout un travail de création est exécuté sur place et débouche parfois sur une exposition ou, dans le cas d'un symposium de sculptures extérieures, sur l'exposition permanente dans différents sites naturels. La sélection des artistes se fait par proposition de maquettes, présentation de dossiers et/ou sur invitation. Au Québec, plusieurs symposiums se tiennent tous les ans, dont voici quelques exemples.

Symposium international d'art contemporain de Baie Saint-Paul :

Créé en 1982, le Symposium de Baie Saint-Paul offre pendant un mois au public amateur et connaisseur, de vivre une expérience de création en arts visuels en assistant à l'élaboration en *direct des œuvres produites par les artistes invités*. Depuis quelques années, l'événement de Baie Saint-Paul davantage axé sur la peinture s'ouvre aux nouvelles frontières artistiques et explore les autres disciplines. Chaque année, des artistes sont sélectionnés suivant une certaine thématique et autres critères énoncés par le commissaire de l'événement. Par exemple, l'édition de 2010 a pour thème « l'Union fait la force » et affiche un parti pris écologique. Ainsi, les artistes sont invités à présenter des projets utilisant des matériaux récupérés, recyclés ou non toxiques. Depuis sa première édition, ce sont plus de 350 artistes provenant du Québec, du Canada et de 26 pays qui y ont participé. Le symposium accueille en moyenne plus de 15 000 visiteurs par an.

<http://www.symposium-baiesaintpaul.com/>

Le Symposium de peinture de Baie-Comeau :

Le Symposium de peinture de Baie-Comeau est un événement thématique qui a lieu tous les ans depuis 1987. L'événement s'intéresse essentiellement à la peinture figurative (huile, acrylique, aquarelle et autres). Durant près d'une semaine, le Symposium de Baie-Comeau présente la production d'artistes traditionnels et contemporains provenant du Québec, du Canada, des États-Unis et de l'Europe.

<http://www.sympobaiecomeau.ca/accueil>

Symposium du bois flotté, à Sainte-Anne des Monts (Gaspésie) :

Le symposium de la région de Sainte-Anne des Monts en Gaspésie fait partie intégrante du Festival des Grandes Marées. Chaque année durant quatre jours le symposium rassemble une dizaine de sculpteurs professionnels de la région et de partout en province, dûment choisis par le comité organisateur du festival, pour créer des œuvres d'art à partir des matériaux laissés sur le rivage par la mer. Les visiteurs sont invités à participer à un concours de bricolage dont les pièces doivent être réalisées à partir de matériaux de la mer. De nombreuses activités sont également au programme: spectacles musicaux, animation, feux d'artifice, foire aux artisans locaux, dégustations des produits de la mer, visites guidées des œuvres des années antérieures ainsi que du circuit patrimonial, etc.

<https://www.feteduboisflotte.com/>

Le Symposium de peinture de Saint-Germain-de Kamouraska :

Le premier symposium de peinture de Saint-Germain de Kamouraska eut lieu au cours de l'été 1994. D'une durée d'une semaine, il constitue le principal événement culturel de la région du Bas-Saint-Laurent. Les artistes qui veulent participer doivent remplir un formulaire présentant, leur parcours artistique, leurs œuvres par rapport à un thème précis, et déboursier 200 \$ suite à leur sélection. Les coûts couvriront notamment

l'emplacement de travail (intérieur ou extérieur). Parmi les inscriptions, 100 artistes seront retenus et regroupés selon les catégories suivantes : huile, acrylique, aquarelle, dessin, pastel, mixte. Au cours de l'événement, plusieurs activités et concours sont proposés aux visiteurs et aux artistes.

<http://symposiumdukamouraska.com/participer/>

Le Symposium de peinture de Bromont :

Le symposium de peinture de Bromont fut fondé en 1994 par la Société Bromont en Art, un organisme à but non lucratif. Durant 3 jours, près d'une centaine d'artistes utilisant différents médiums tels que l'huile, l'acrylique, l'aquarelle, le fusain, le pastel, la photographie, l'encre de chine, ou encore la sculpture se donnent rendez-vous dans les Cantons de l'Est. Pour participer au symposium de Bromont, les artistes doivent envoyer un dossier présentant leurs œuvres et leur parcours en tant qu'artiste. L'inscription s'élève à près de 200\$ remboursable si l'artiste n'est pas sélectionné par le comité. Une fois choisi, l'artiste doit fournir son propre matériel d'installation, un chapiteau blanc, chevalets, table, chaise, etc...

<https://www.bromontenart.ca/>

FESTIVALS :

Montréal en arts:

Depuis sa création en l'an 2000, la SPDAC (organisme à but non lucratif) organise Mtl en Arts, un événement de création et de diffusion des arts visuels incontournable de la scène culturelle montréalaise qui permet de mettre en avant la créativité des artistes au public.

Mtl en Arts s'étend sur plus d'un kilomètre de l'artère commerciale la plus importante de Montréal, la rue Sainte-Catherine, fermée à la circulation automobile durant tout l'été et accueille à chaque année plus de 200 artistes issus de différentes disciplines. Plusieurs d'entre eux participent à son imposante expo-vente, tandis que d'autres offre au public une série de performances multidisciplinaires et interactives.

<http://2018fest.mtlenarts.com/a-propos/>

Festival Recycl'Art

Depuis 2004, le CACO présente durant la saison estivale le Festival Recycl'Art qui regroupe des oeuvres réparties à l'intérieur du centre d'art ainsi que dans le parc qui l'entoure, réalisées par des artistes québécois à partir d'éléments récupérés de la nature et de notre quotidien, redonnant un sens différent et une nouvelle existence aux matériaux recyclés. L'édition de 2009, 50 artistes professionnels et de la relève provenant majoritairement du Québec présentèrent des oeuvres construites avec au moins 80 % de matériaux récupérés de notre environnement et de la nature.

<http://www.recyclartgatineau.ca/>

FOIRES :

PAPIER, Foire d'art contemporain Montréal (Québec) :

L'association des galeries d'art contemporain (AGAC) propose depuis 2007 *PAPIER*, la seule foire d'art contemporain dédiée à la création sur papier au Québec (dessins, estampes, gravures, photographies, livres d'artiste, etc.). Durant 3 jours, ce sont plus d'une trentaine d'exposants montréalais et canadiens parmi les galeries d'art, les institutions muséales, les publications, qui présentent le meilleur de leurs artistes dans le but de développer et/ou dynamiser le marché.

<http://www.agac.qc.ca/>

Foire en art actuel de Québec

La Foire en art actuel de Québec a été créée en 2013 par 4 historiennes de l'art Marie-Pier April, Gabrielle Bouchard, Jeanne Couture et Fnoune Taha afin de mettre en valeur le collectionnement d'œuvres auprès d'un nouveau public. La Foire en art actuel de Québec a comme objectif de promouvoir l'achat d'œuvres d'artistes de la relève ou établis, travaillant majoritairement dans la province de Québec. Cet événement novateur vise à démocratiser l'achat d'œuvres d'art et à stimuler la rencontre entre les acheteurs et les artistes.

Par sa structure innovante, elle propose une alternative à certains circuits du marché de l'art, visant à présenter majoritairement des artistes non-représentés en galerie. Contribuant à l'effervescence du milieu des arts visuels à Québec, l'organisme propose un nouveau modèle de diffusion et de promotion des artistes de la province, se situant à mi-chemin entre la galerie privée et le centre d'artistes. Plus qu'un lieu de vente, la Foire joue un rôle distinctif dans l'éducation et la sensibilisation des publics en démocratisant et en encourageant l'achat d'une œuvre d'art.

<http://foireartactuel.com>

Chapitre 12

Quelques manifestations internationales en art contemporain

Les grands événements d'art contemporain rassemblent des pléiades d'artistes et/ou de galeries d'art venues des quatre coins de la planète. Lieux privilégiés d'échanges (esthétiques et surtout commerciaux), ces événements sont déterminants pour le marché de l'art, tant sur le plan économique qu'esthétique. En effet, les bilans qui y sont publiés, notamment par les conservateurs et les critiques, font autorité dans le milieu et donnent le ton à l'établissement de critères des collectionneurs et des musées. Ces événements, ces salons et ces foires recèlent une importance certaine pour les artistes et leurs galeries puisque c'est l'occasion de tester le marché. C'est une étape fondamentale dans la carrière de ceux qui y participent puisqu'il s'y établit, une sorte de « palmarès » international des valeurs esthétiques et marchandes.

On distinguera a priori les événements de diffusion, comme les biennales, dont l'objectif est la présentation d'œuvres et la découverte de nouveaux artistes, et les événements « marchands », comme les foires ou les salons qui visent d'abord et avant tout à la vente d'œuvres.

Les Biennales

Ces événements artistiques multidisciplinaires ont pour objectif de confronter les pratiques artistiques autour de notions et de questions communes correspondant à l'actualité de l'art. Une biennale a lieu tous les deux ans. Les artistes qui y exposent sont en général sélectionnés par un comité international.

Sur le modèle des expositions universelles, la Biennale de Venise, créée en 1895, est la doyenne des biennales internationales. Depuis le début des années 90, on assiste à une explosion des biennales à travers le monde, de nombreuses villes ayant compris l'intérêt d'organiser un événement unificateur et à portée internationale. Il existe aujourd'hui plus d'un cent biennales qui se tiennent annuellement à travers le monde. Parmi les plus célèbres, la Biennale de Venise bien sur, mais aussi celle de Paris créée en 1959 par André Malraux, la Biennale de Lyon ou encore la Documenta en Allemagne.

La Biennale de Venise :

Depuis plus d'un siècle, la Biennale de Venise est l'une des plus prestigieuses manifestations d'art de son temps. En effet, depuis 1895, celle-ci s'attache à promouvoir les différents mouvements d'avant-garde ainsi que toutes les tendances artistiques les plus novatrices.

La Biennale de Paris :

La Biennale de Paris favorise l'idée d'un art qui n'obéit à aucun cadre régulateur tout en étant en phase avec notre contemporanéité, avec ses évolutions politiques, économiques et sociales. Rompant avec la logique de production et de circulation du marché des biens symboliques, la Biennale de Paris défend un art qui interroge et qui opère sans jamais avoir recours à l'objet d'art.

La Biennale de Lyon :

La Biennale d'art contemporain de Lyon figure parmi les biennales d'art contemporain les plus marquantes d'aujourd'hui. Créée en 1991 par le ministère de la Culture et la ville de Lyon, elle est à présent la biennale française majeure de la scène artistique contemporaine et occupe une place de tout premier plan dans le monde l'art. Rendez-vous incontournable, elle attire un public de plus en plus large (140.000 visiteurs en 2007).

La Documenta:

Cette exposition d'art contemporain de renommée internationale eut lieu pour la première fois en 1955 à Kassel en Allemagne. Devant le grand succès de l'événement, on décida de le reproduire tous les sept ans et par la suite tous les cinq ans. *La Documenta* est devenue une manifestation décisive des échanges artistiques internationaux et un lieu de réflexion sur l'art du vingtième siècle.

Les foires, les salons

Pendant plusieurs jours, ces manifestations artistiques et commerciales deviennent le lieu de rencontre de centaines de professionnels du marché de l'art issus de toutes les nationalités : galeristes, collectionneurs, conservateurs, directeurs de musées et personnalités du monde de l'art contemporain international. Les foires sont en quelque sorte des occasions de confrontations esthétiques et marchandes entre l'offre et la demande : les marchands d'art y testent les nouvelles tendances et les acheteurs (collectionneurs, conservateurs et spéculateurs) y découvrent les nouvelles orientations. Il s'agit davantage d'un lieu d'échanges commerciaux que d'une exposition destinée au grand public. Ces foires et ces salons servent de tremplin aux artistes à la recherche d'une reconnaissance par les professionnels de l'art.

Créée en 1967, la foire de Cologne est la plus ancienne. Avec le temps, ce phénomène s'est multiplié et répandu. D'abord à Bâle en 1970, puis à Paris en 1974, puis petit à petit le phénomène s'est étendu jusqu'aux États-Unis. Avec l'emballement du marché au début des années 80 et l'intérêt grandissant d'un certain public pour l'art contemporain, les foires ont connu un développement soudain. C'est ainsi qu'apparurent celles de Zurich, Bologne, Bari, Madrid, Amsterdam, Bruxelles, Francfort, Düsseldorf, Los Angeles, Miami, Nice, etc. et récemment celle de Shanghai.

International Art Fair de Cologne :

ART COLOGNE est la foire la plus importante d'art de l'Allemagne qui soit tenue chaque année. Depuis sa fondation en 1967, la Foire Internationale d'art de Cologne a été le « vaisseau amiral » pour toutes les foires internationales d'art, et en termes de composition, elle est unique dans le monde. Le nombre de participants est limité à près de 260 galeries internationalement reconnues et choisit par un comité international. Chaque année, la foire ART COLOGNE déplace autour de 70,000 visiteurs.

Art Basel Suisse :

Cette manifestation d'art contemporain se tient chaque année à Bâle, en Suisse. Elle présente près de 300 galeries de premier plan en Amérique du Nord, en Amérique latine, en Europe, en Asie et en Afrique, 2 500 artistes exposants, et avec un nombre de 61 000 participants pour l'année 2009.

Art Basel Miami :

Elle est l'une des plus importantes foires d'art contemporain aux États-Unis. Considérée comme l'écho culturel et social des deux Amériques. L'Art Basel Miami réunit une sélection exclusive internationale des 220 galeries les plus réputées d'Amérique du Nord, d'Amérique latine, d'Europe, d'Asie et d'Afrique, présentant le travail de plus de 2000 artistes. La qualité exceptionnelle des œuvres et la mise en place de programmes spéciaux pour les collectionneurs et les conservateurs contribuent à faire de cet événement un moment particulier de la rencontre avec l'art.

La FIAC :

La première FIAC a lieu en 1974, sous le nom de « Salon international d'art contemporain ». En 2010, la FIAC rassemblera environ 200 galeries d'art moderne et d'art contemporain. Un ensemble de sculptures monumentales et d'installations d'œuvres contemporaines sera également exposé dans le Jardin des Tuileries. Conjuguant installations, sculptures, performances ou œuvres sonores, les œuvres, en interaction avec le public, prennent corps entre les allées, les bassins et les pelouses du jardin. Réunissant 181 galeries (73 françaises et 108 étrangères), avec des œuvres modernes et contemporaines ainsi que des pièces de design, cette foire est résolument ouverte sur la ville et sur l'art.

Frieze Art Fair à Londres :

Chaque année la Frieze Art se tient au Regent' s Park à Londres. Saluée pour son originalité, elle sélectionne et accueille chaque année plus de 150 de différentes nationalités et présente une sélection originale d'œuvres contemporaines.

Art Chicago :

Cette foire internationale annuelle de l'art moderne et contemporain rassemble les leaders des galeries émergentes et établies. Art Chicago offre aux conservateurs, collectionneurs, artistes et amateurs d'art une gamme complète des travaux actuels des maîtres modernes dans une grande variété de supports, notamment: peinture, photographie, dessins, estampes, sculpture, vidéo et installations spéciales.

Toronto International Art Fair :

Fondée en 2000, la foire internationale de Toronto est une des foires les plus florissantes en Amérique du Nord. Chaque année, elle se tient au Metro Toronto Convention Centre.

Artexpo New York :

Artexpo New York est le plus grand marché International des beaux-arts du monde, « l'entrepôt », « la vente en gros » d'œuvres et de publications de plus de 1000 artistes venus de tous les coins de la planète. Depuis ses 30 ans d'histoire, Artexpo New York fut l'hôte de plusieurs artistes de renom.

Chapitre 13

Les associations d'artistes

Au cours de sa carrière, l'artiste pourrait vouloir s'affilier à une association professionnelle. Faire partie d'une association d'artistes professionnels, c'est participer au développement d'une solidarité avec le milieu, avoir accès à une foule d'information utile et bénéficier d'une certaine réciprocité quant à la défense de ses intérêts professionnels, moraux et/ou socio-économiques. En effet, selon son mandat spécifique, une association d'artistes travaille pour l'artiste en lui proposant différents services, informations ou autres.

Si seules les associations professionnelles⁴ dûment mandatées par la Loi S-32.01 sont habilitées à représenter les artistes à l'échelle provinciale et agir comme porte-parole officiel des artistes de leur domaine respectif, il existe d'autres organismes dont le champ d'action sera d'envergure disciplinaire, local ou provincial et dont l'adhésion pourrait s'avérer profitable pour les artistes. Les Conseils régionaux de la culture, notamment, constituent des références utiles à divers égards.

Nous vous présentons ici les principales associations; les informations sur chacun d'elle proviennent de leur site Internet.

Les principales associations

Illustration Québec (IQ)

Fondée en 1983, Illustration Québec est un organisme sans but lucratif ayant pour mission de regrouper et de soutenir les illustrateurs, de promouvoir et de diffuser l'illustration. Ses services sont essentiellement reliés à la promotion des illustrateurs. Elle vise à mettre à leur disposition des outils de promotion performants aux meilleurs tarifs possibles.

Elle offre à la relève en illustration le soutien nécessaire afin de comprendre et de pratiquer leur profession dans les meilleures conditions possibles. De même, elle encourage les illustrateurs d'expérience à soutenir leur milieu en contribuant à la formation de cette relève.

L'IQ regroupe des illustrateurs de renommée internationale autant que des artistes amateurs, qui sont unis dans un même désir de création artistique et dans une même volonté de succès.

www.illustrationquebec.com

⁴ Ces associations sont : le Conseil des métiers d'art du Québec, l'Union des écrivaines et des écrivains du Québec, le Regroupement des artistes en arts visuels du Québec et l'Association québécoise des auteurs dramatiques.

ARPRIM – Regroupement pour la promotion de l’art imprimé

De 1978 à 2004, le Conseil québécois de l’estampe représentait et défendait les intérêts des estampeurs québécois sur les plans professionnel, économique, social et moral. Afin de répondre davantage aux besoins des artistes et du milieu de l’estampe avec l’introduction de nouvelles pratiques, l’organisme a subi une restructuration complète de sa structure, de son mandat et de ses activités en février 2005. Le Conseil québécois de l’estampe a donc été modifié pour ARPRIM, Regroupement pour la promotion de l’art imprimé.

L’art imprimé rassemble toutes les techniques d’art traditionnelles et/ou innovatrices qui utilisent la matrice comme moyen de création. Le mandat d’ARPRIM est de promouvoir la connaissance, la circulation et la diffusion de l’estampe contemporaine et de l’art imprimé actuel à l’échelle nationale et internationale.

www.arprim.org

Le Conseil des métiers d’art du Québec

Corporation professionnelle des artistes et artisans en métiers d’art, le Conseil des métiers d’art du Québec (CMAQ), fondé en 1989, regroupe plus de 900 membres et représente l’ensemble des professionnels du secteur, c’est-à-dire 3000 artisans à travers le Québec. Ses objectifs sont les suivants :

- Promouvoir et défendre les intérêts moraux et socio-économiques des artisans, des ateliers et du secteur des métiers d’art;
- offrir aux artisans des services visant à développer et à promouvoir la qualité et l’excellence de la production en métiers d’art;
- commercialiser les produits des métiers d’art au Québec et à l’extérieur.

Le CMAQ est le principal levier du développement des métiers d’art québécois et de leur commercialisation nationale et internationale. Par ses corporations affiliées, il est le promoteur des deux plus importants salons professionnels, le Salon des métiers d’art du Québec et Plein Art. De plus, par l’entremise de Design Métiers d’art, une compagnie sans but lucratif dont il est propriétaire, le CMAQ possède trois boutiques où l’on retrouve exclusivement des créations d’artisans, l’une dans la métropole (Marché Bonsecours), les deux autres dans la capitale (Place-Royale), ainsi que la Galerie CRÉA - Métiers d’art contemporains, vouée à la diffusion des pièces uniques et de recherche.

<https://www.metiersdart.ca/>

Le Conseil québécois des arts médiatiques

Le CQAM a pour mission d’assurer la défense, la promotion et la représentation des créateurs professionnels, des travailleurs culturels et des organismes en arts médiatiques auprès des instances gouvernementales et des communautés locales, nationales et internationales et auprès des autres associations professionnelles en arts et culture.

www.cqam.org

Le Regroupement des artistes en arts visuels - RAAV

Le RAAV défend depuis 1990 les droits et les intérêts de tous les créateurs et toutes les créatrices en arts visuels au Québec. C'est la seule association reconnue pour représenter l'ensemble des artistes professionnels ayant une démarche de création en arts visuels.

À cette fin, le RAAV a obtenu le statut d'association « reconnue », par la Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs (CRAAAP) qui est une société d'État et un tribunal administratif, tributaire du ministère de la Culture et des Communications, décision émise le 24 novembre 1992, en vertu de 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., ch. S-32.01).

Tel qu'inscrit dans la Loi S-32.01, le mandat du RAAV est de :

- Veiller au maintien de l'honneur de la profession artistique et à la liberté de son exercice;
- Promouvoir la réalisation de conditions favorisant la création et la diffusion des œuvres;
- Défendre et promouvoir les intérêts économiques, sociaux, moraux et professionnels des artistes professionnels;
- Représenter les artistes professionnels chaque fois qu'il est d'intérêt général de le faire.

www.raav.org

Regroupement des arts interdisciplinaires du Québec

Fondé en avril 2005, le Regroupement des arts interdisciplinaires du Québec est un organisme à but non lucratif qui rassemble et représente les compagnies, les diffuseurs et les artistes oeuvrant en arts interdisciplinaires au Québec. Il a pour mandat la défense des intérêts professionnels et l'amélioration des conditions socio-économiques de ses membres. Par ses activités d'information, de concertation, de réseautage, de promotion et de formation, le RAIQ entend participer activement au développement et au rayonnement de la discipline sur l'ensemble du territoire. Dans une perspective à long terme, le RAIQ souhaite apporter une contribution importante permettant: de multiplier les échanges et collaborations entre les différents intervenants du secteur au Québec et d'ailleurs; favoriser une meilleure connaissance chez le public de ces nouvelles formes d'art; et enfin d'obtenir de la part des différents pouvoirs publics une juste reconnaissance des arts interdisciplinaires.

Les arts interdisciplinaires

<http://raiq.ca>

Les conseils régionaux de la culture

De manière générale, les Conseils régionaux de la culture (CRC) identifient, analysent et défendent les besoins culturels des régions du Québec. Les CRC ont pour mission de promouvoir le développement régional et la décentralisation des instruments de développement culturel. Ils établissent et véhiculent les préoccupations, les besoins et les priorités régionales auprès des instances gouvernementales afin que les interventions de l'État correspondent aux particularités de chaque région. Ils peuvent aussi aiguiller les artistes résidant en région vers les programmes d'aide existants des

diverses municipalités. Voici les informations disponibles sur le site du Conseil des arts et lettres du Québec.

Conseil de la culture du Bas-Saint-Laurent

Mandat : Rassembler, regrouper et représenter. Mission de concertation, de consultation et d'animation. Il agit à titre de conseiller, d'aviseur et de promoteur et se charge d'offrir des services adéquats à ses membres.

www.crcbsl.org

Conseil régional de la culture du Saguenay-Lac-Saint-Jean

Mandat : Exerçant son leadership au sein du milieu des arts professionnels, de la culture, des communications et auprès de ses partenaires socio-économiques, il doit favoriser le développement du secteur en privilégiant les rôles de concertation, de rassemblement, de représentation et de services sur le territoire du Saguenay-Lac-Saint-Jean.

<http://culturesaguenaylacsaintjean.ca/>

Conseil de la culture des régions de Québec et de Chaudière-Appalaches

Mandat : Regrouper, représenter et offrir des services aux intervenants culturels de l'ensemble des disciplines artistiques. Favoriser le développement des arts et de la culture dans les régions de Québec et Chaudière-Appalaches. Baser son action sur la concertation, ce qui permet d'intervenir auprès de différents partenaires et de jouer un rôle-conseil sur le développement des arts et de la culture. Sa concertation conduit à des actions de développement, de sensibilisation et de promotion.

www.culture-quebec.gc.ca

Culture Mauricie

Mandat : Rassembler et représenter les artistes professionnels ainsi que les diffuseurs et organismes culturels des régions Mauricie et Centre du Québec; assurer la promotion et la prise en compte des intérêts artistiques et culturels auprès des diverses instances régionales et nationales en ayant comme objectif premier le développement des arts et de la culture.

www.culturemauricie.ca

Conseil de la culture de l'Estrie

Mandat : Regrouper des organismes de création, de production, de diffusion et de formation préoccupés par l'un des aspects de la culture en région; constituer un réseau de services, de soutien, d'information et de contacts pour l'ensemble des acteurs de la scène culturelle de la région estrienne; collaborer à la promotion et au développement des arts et de la culture, par la concertation.

www.cultureestrie.org

Culture Montréal (répondant régional)

Mandat : Culture Montréal est une organisation indépendante et sans but lucratif rassemblant toute personne intéressée à promouvoir la culture sous toutes ses formes comme élément essentiel du développement de Montréal. Culture Montréal est un lieu de réflexion, de concertation, de coordination et d'intervention dont l'action est orientée vers les milieux culturels, les instances décisionnelles politiques et civiles, de même que les citoyens. Culture Montréal participe à la définition, à la reconnaissance et à la diffusion de la culture montréalaise dans sa richesse et sa pluralité, à travers des activités de recherche, d'analyse et de communication.

www.culturemontreal.ca

Conseil régional de la culture de l'Outaouais

Mandat : Conseiller, concerter, consulter et représenter le milieu culturel et artistique de la région, en ayant comme premier objectif le développement du secteur; soutenir et promouvoir les efforts des artistes, des organismes culturels et des entreprises culturelles qui oeuvrent à l'intérieur de champs d'activités spécifiques : lettres, métiers d'art, arts de la scène, arts médiatiques, arts visuels, patrimoine sur le territoire de l'Outaouais; représenter le milieu culturel et artistique de l'Outaouais auprès de divers partenaires régionaux et auprès d'instances nationales.

www.crcq.org

Conseil de la culture de l'Abitibi-Témiscamingue

Mandat : Concerter et planifier le développement des arts et de la culture, consulter et représenter les intérêts des artistes et organismes culturels et artistiques, et promouvoir les réalisations de ces milieux.

<http://ccat.qc.ca/>

Conseil de la culture de la Côte-Nord

Mandat : Le Conseil régional de la culture et des communications de la Côte-Nord est un organisme sans but lucratif dont la mission touche le développement des arts, des lettres, de la culture et des communications. Ses rôles fondamentaux sont de concerter, rassembler, représenter et conseiller les secteurs de la culture et des communications de la région nord-côtière. Son conseil d'administration, composé de 15 personnes, assure la représentativité du milieu. On y trouve des délégués par territoire de municipalité régionale de comté (MRC) de même que des représentants des domaines concernés.

Afin de favoriser le développement et le rayonnement des créateurs et des artisans de la culture et des communications, des alliances et des collaborations ont été établies avec différents partenaires régionaux et provinciaux : Conseil des arts et des lettres du Québec, Conseil régional de développement de la Côte-Nord, Conseil québécois des ressources humaines en culture, direction régionale d'Emploi-Québec, Fonds de stabilisation et de consolidation des arts et de la culture du Québec et Tourisme Québec.

<http://culturecotenord.com>

Conseil de la culture de la Gaspésie

Mandat : Promouvoir et défendre les intérêts du milieu culturel gaspésien et soutenir son développement.

www.culturegaspesie.org

Arrimage - Corporation culturelle des Îles-de-la-Madeleine

Mandat : Arrimage a une mission de concertation, de soutien et de planification en matière de développement des arts et de la culture, de consultation et de représentation des intérêts des artistes et des organismes culturels et artistiques et de promotion des réalisations de ces milieux.

www.arrimage-im.qc.ca

Culture Lanaudière

Mandat : Regrouper les individus et les organismes qui oeuvrent au développement culturel régional; contribuer à la définition des orientations et au développement de l'activité culturelle sur le territoire; représenter les intérêts et les volontés du milieu culturel afin d'obtenir au nom de toute la région des interventions gouvernementales ou autres propres à favoriser le développement des arts et de la culture dans Lanaudière; faire connaître la réalité et les particularités de la culture dans Lanaudière, à l'intérieur et à l'extérieur de la région; favoriser une plus grande participation des citoyennes et citoyens à la vie culturelle.

www.culturelanaudiere.qc.ca

Conseil de la culture des Laurentides

Mandat : Soutenir les artistes, artisans, organismes culturels, municipaux, scolaires et privés, de les rassembler et d'en concerter les actions afin de développer et de promouvoir les arts, la culture et les communications de la région administrative des Laurentides. Il a aussi comme mandat la planification stratégique du secteur culturel dans le cadre du plan de développement régional.

www.culturelaurentides.com

Conseil montréalais de la culture et des communications

Mandat : A pour mission fondamentale le développement de la culture et des communications en Montérégie. Rassembler et représenter les milieux professionnels de ces secteurs et assurer la promotion et la défense de leurs intérêts auprès des instances locales, régionales et nationales dans une perspective d'harmonisation et de développement global.

www.culturemonteregie.qc.ca

Conseil de développement culturel du Centre-du-Québec

Mandat : Le Conseil de développement culturel du Centre-du-Québec (CDCCQ) a comme mission d'appuyer le développement culturel de la région du Centre-du-Québec et entend y parvenir en regroupant, concertant, conseillant, informant et représentant les intervenants centricois de l'ensemble des domaines artistiques et culturels.

<http://www.culturecdq.ca/>

Conseil régional de la culture de Laval

Fondé en décembre 2014, le Conseil régional de la culture de Laval (CRCL) agit à titre de partenaire privilégié en matière de développement culturel sur le territoire lavallois. Sa mission consiste à rassembler, concerter, représenter, conseiller et accompagner les acteurs du milieu culturel lavallois et leurs partenaires afin de favoriser l'essor de la culture au bénéfice des citoyens, le tout dans une perspective de développement durable.

<http://crclaval.com/>

Chapitre 14

Ne partez pas vers les États-Unis sans votre Visa... de travail

L'ambassade canadienne des États-Unis d'Amérique a tenu au printemps 2011 une vidéoconférence pancanadienne qui portait exclusivement sur les conditions d'émission de visas américains à l'intention des artistes souhaitant présenter leur production artistique aux É.-U. Invité par le Consulat des États-Unis, le RAAV assistait à cette vidéoconférence.

Considérant la nature des nouvelles exigences de l'administration étatsunienne, mais aussi du fait que des artistes pourraient être tentés de développer leur marché, nous vous proposons ici une synthèse des conditions et des étapes pour obtenir un visa.

Le Contexte

Dans la foulée des événements du 11 septembre 2001, les États-Unis se sont donné des normes plus sévères et ont multiplié les procédures d'immigration et d'importation afin d'assurer la sécurité du pays. Et qui dit « sécurité », dit aussi « contrôle ». Ainsi, l'administration étatsunienne a multiplié les normes et les procédures, rendant l'accès plus difficile à ce pays, notamment en ce qui concerne les personnes intéressées à travailler aux É.-U. Cela dit, si vous comptez vous y rendre en tant que touriste, en vertu des ententes bilatérales Canada - États-Unis, cela ne devrait pas poser de problème; un passeport devrait suffire. Si vous comptez vous y rendre pour y exercer votre profession artistique —contre rémunération—, un Visa sera nécessaire.

Les types de visas

Selon le U.S. Citizenship and Immigration Services (USCIS), le demandeur d'un visa temporaire est un citoyen étranger qui souhaite entrer aux États-Unis dans un but particulier et pour une période de temps limité. Par ailleurs, le demandeur d'un visa permanent est une personne qui souhaite s'installer définitivement aux États-Unis. Ces deux groupes de visas sont soumis à des procédures et des critères d'éligibilité totalement différents. Le principe adopté par les USCIS pour déterminer si vous avez besoin d'un visa ou non est relativement simple. Serez-vous rémunéré par une personne, une entreprise ou un organisme états-unien pour exercer votre profession artistique? Si la réponse est positive, obtenir un visa sera nécessaire.

Il existe un vaste éventail de visas pour une personne qui ne serait pas citoyenne des États-Unis et qui souhaiterait travailler temporairement aux États-Unis contre rémunération. Si vous prévoyez aller exposer votre travail aux États-Unis, y faire une résidence d'artiste rémunérée, donner une ou plusieurs conférences, enseigner ou toutes autres activités professionnelles rémunérées effectuées en tant qu'artiste, sachez qu'il vous faudra impérativement demander et obtenir un visa.

Quel visa demander?

L'administration états-unienne s'est munie d'un certain éventail de visas pour contrôler l'émigration et les travailleurs illégaux qui affluent vers ce pays. Les artistes en arts visuels ne font pas exception et peuvent généralement demander le Visa P (ou autre type de visa, selon la nature des activités professionnelles). Notez que si votre conjoint ou conjointe et/ou vos enfants vous accompagnent, un visa leur sera nécessaire. Les Visas de travail prévus pour les artistes sont ceux de la catégorie P. En voici une brève description :

Visa P-1 : Athlètes, Groupes Artistiques et Personnel de Support

Le visa P-1 est généralement accordé aux personnes venant aux États-Unis afin de participer à des compétitions sportives. Cela dit, ce visa est aussi accordé à des artistes, acteurs, groupes musicaux, etc. venant aux États-Unis pour un événement spécifique. Un maximum de vingt-cinq mille (25 000) visas P-1 est émis chaque année aux États-Unis. Ce type de visa est délivré selon certaines conditions : l'athlète, l'artiste, l'acteur, le groupe musical, etc. doit démontrer qu'il a reçu une reconnaissance internationale. Le demandeur doit être reconnu pour ses performances et/ou spectacles par des organisations, entités spécialisées, critiques, etc. Ce groupe doit avoir un spectacle important et avoir une réputation bien établie.

Visa P-2 : Échange artistique

Le visa P-2 est réservé aux artistes venant aux États-Unis dans le cadre d'un programme d'échange selon une formule de réciprocité entre un organisme des États-Unis et un organisme d'un autre pays. Le Visa P-2 est valide pour une période d'un an maximum, pourvu que vous présentiez une preuve de travail (contrat, itinéraire de tournée).

Visa P-3 : Échange artistique culturel unique

Le visa P-3 est réservé aux artistes et gens du spectacle qui souhaitent entrer aux États-Unis pour participer, individuellement ou en tant qu'élément d'un groupe, pour y effectuer une performance unique. Les titulaires du visa P-3 sont également autorisés à entrer aux États-Unis pour enseigner ou donner des leçons particulières à d'autres individus dans le cadre de leur discipline particulière.

Visa P-4 : Conjoint-e et enfants de moins de vingt et un (21) ans

Les conjoints-es et les enfants de moins de vingt et un (21) ans du titulaire du visa P qui désirent l'accompagner peuvent demander le visa P-4. Cela dit, obtenir ce visa ne permet à un-e conjoint-e de travailler aux États-Unis.

Obtenir son visa P.

Participerez-vous à une exposition? Vous irez aux États-Unis pour produire des œuvres dans le cadre d'une résidence d'artiste? Les démarches que vous devrez entreprendre pour obtenir le bon visa dépendent de la nature des activités professionnelles que vous comptez entreprendre aux É.-U. Pour obtenir un visa P, il faut savoir que le processus, selon les cas, peut être long, voir laborieux, et occasionner certains frais.⁵ Voici un résumé des étapes à suivre pour obtenir un tel visa.

⁵ Les frais exigés pour une demande régulière de Visa P sont de 325 \$US. Toutefois, vous pouvez obtenir un traitement accéléré — le *Premium Service* — en versant la somme de 1125 \$US.

En un premier temps, l'organisme qui sollicite vos services professionnels (un musée, une université, un centre d'artistes, une galerie d'art, etc.) doit déposer au U.S. Citizenship and Immigration Services (USCIS) une demande d'ouverture de dossier en votre nom. Plus précisément, l'organisme devra remplir le formulaire I-129 pour l'acheminer au USCIS qui pour sa part, vérifiera l'éligibilité de la requête et l'autorisera ou non. Si tout est conforme, le USCIS émettra un formulaire I-797 ainsi qu'un numéro d'accusé de réception, lequel figurera sur le formulaire I-129. Notez que vous devrez avoir en main ce numéro lors de l'entrevue avec l'officier consulaire (une étape subséquente).

Cette étape permet à l'administration états-unienne de s'assurer que vous êtes éligibles au visa P. Alors que le USCIS doit traiter un grand nombre de demandes de visa, il recommande que votre « employeur » procède au moins 6 mois avant la date d'« embauche ». Cela dit, le USCIS parvient généralement à traiter une demande de visa des délais plus courts.

Par la suite, il vous faudra remplir en ligne certains formulaires, payer des frais de traitement de dossiers, colliger un certain nombre de documents (anciens passeports, un passeport actuel valide pour un minimum de 6 mois, lettre d'invitation de l'organisme états-unien qui vous « embauche », etc.). Une fois que vous avez tous les documents en main, vous pouvez prendre rendez-vous avec un officier consulaire qui vous recevra en entrevue à l'ambassade ou au consulat. Préférentiellement, il faut rencontrer cet officier dans un consulat ou une ambassade de votre province ou de votre pays.⁶ Autre élément important pour l'entrevue : avoir en main son numéro d'accusé de réception. Notez que, selon le type de visa demandé, des frais de traitement de dossiers sont exigés, soit 150 \$US pour un visa P). Si l'entrevue s'avère positive, l'ambassade ou le consulat pourra délivrer le visa demandé.

Vendre ses œuvres aux États-Unis?

Avec ou sans visa, les artistes canadiens ne peuvent vendre eux-mêmes leurs œuvres sur le territoire des États-Unis à moins, bien sûr, d'être aussi citoyen des États-Unis. Néanmoins, ils peuvent confier leurs œuvres (n'oubliez pas de signer un contrat) à une galerie d'art états-unienne ou à un citoyen états-unien qui s'occupera de les vendre en son nom. Par ailleurs, si vous participez à une foire ou un salon, là encore, les législations états-uniennes interdisent formellement à un étranger de vendre directement ses œuvres. Néanmoins, un artiste pourra prendre des commandes pour les honorer depuis le Canada en envoyant les œuvres aux acheteurs, une fois de retour au pays.

Concrètement

Afin d'illustrer notre propos, nous vous proposons ici quelques exemples qui pourront vous donner un meilleur aperçu de la situation. Cela dit, l'auteur de ces lignes n'étant pas un spécialiste de l'émigration états-unienne, nous vous suggérons fortement de communiquer avec l'ambassade ou le consulat général des États-Unis d'Amérique dont les employés sauront vous conseiller.

⁶ Au Québec, le Consulat général des États Unis d'Amérique est situé au 1155, rue Saint-Alexandre, à Montréal.

- Vous vous rendez aux États-Unis pour y voyager et surtout peindre (dessiner, sculpter, etc.). Sachez que vous ne pourrez vendre vous-mêmes aux États-Unis les oeuvres produites lors de votre séjour. Il vous faudra les laisser en consignation dans une galerie d'art ou les ramener au Canada. Vous pourrez néanmoins prendre des commandes et les expédier aux acheteurs depuis le Canada. Toutefois, en ramenant ces oeuvres au pays, vous vous trouvez alors en situation d'importation et vous devez vous conformer aux lois canadiennes. Car, un douanier canadien pourrait vous demander de prouver que ces oeuvres sont bel et bien les vôtres, afin de s'assurer que vous ne tentez pas de faire entrer au pays des œuvres d'art volées. Si cette situation s'applique à votre cas, s'informer auprès des autorités frontalières canadiennes est nécessaire. Cela dit, une astuce serait de ne pas signer vos oeuvres, lesquelles seront alors considérées techniquement parlant, comme non terminées par les douaniers et la TPS à payer sur ces œuvres sera alors moindre que si ces mêmes oeuvres étaient terminées.
- Intéressé par votre pratique artistique, un musée prépare une exposition de vos œuvres. Dans le cadre de cette exposition, vous recevrez des redevances de droit d'auteur (droit d'exposition, catalogue, produits dérivés, etc.) et naturellement, vous souhaitez être présent au vernissage et peut-être même donner des conférences. Puisque vous serez rémunéré pour la tenue de cette exposition, afin d'être en règle, il vous faudra obtenir un visa P.
- Désireux d'élargir votre marché vous prévoyez vous rendre à New York pour aller rencontrer des galeristes. Plutôt que d'apporter vos œuvres, prévoyez plusieurs CD-Rom, un iPod ou un ordinateur portable (à moins que n'ayez un site Internet). Dans ce cas, il est peut préférable d'annoncer aux douaniers que vous vous y rendez comme touriste.
- Vous avez loué un kiosque pour participer à une foire ou un salon. Si la valeur totale des œuvres que vous transportez excède 2 000 0\$, il vous faudra obtenir depuis le Canada tous les documents officiels qui vous permettent de voyager aux États-Unis avec vos œuvres (assurances, carnet ATA, etc.). Consulter un courtier spécialisé en transport d'oeuvres sera certainement la meilleure chose à faire. De plus, vous ne pourrez vendre directement vos œuvres. En cas de vente, encore une fois, vous devrez revenir au Canada avec vos œuvres et envoyer l'objet de la vente à l'acheteur par l'intermédiaire d'un transporteur. En fait, au moment du salon ou de la foire, vous ne pourrez que prendre des commandes.

Pour conclure

En somme, les mots clés sont « information », « organisation » et « planification ». Car, non seulement il est essentiel de détenir les bonnes informations qui vous permettront de préparer votre séjour en fonction des objectifs que vous vous êtes fixés, mais aussi de se conformer aux législations en vigueur, tout en planifiant chacune des étapes. Le respect de ce principe, des procédures et des législations en vigueur vous évitera bien des tracas.

Pour plus d'informations :

- Bureau des affaires consulaires (en anglais seulement)
<https://travel.state.gov/content/travel.html>
- Ambassade canadienne des États-Unis
http://international.gc.ca/world-monde/united_states-etats_unis/index.aspx?lang=fra
- Consulat général des États-Unis à Montréal
<https://ca.usembassy.gov/embassy-consulates/montreal/>
- Le système du Service pour Visa des États-Unis
<https://fr.usembassy.gov/fr/visas-fr/visas-de-sejour-temporaire/>

Pour + d'informations – exportation :

- Guide l'exportateur canadien d'art contemporain en France :
<http://publications.gc.ca/collections/Collection/CH4-112-1-2006F.pdf>
- Guide pas-à-pas à l'exportation
<http://deleguescommerciaux.gc.ca/exporters-exportateurs/guide-exporting-guide-exportation.aspx?lang=fra>