

PROFESSION ARTISTE

Dictionnaire des compétences des artistes en arts visuels

LE REGROUPEMENT
DES ARTISTES EN ARTS VISUELS
DU QUÉBEC



Dictionnaire des compétences des artistes en arts visuels

LE REGROUPEMENT
DES ARTISTES EN ARTS VISUELS
DU QUÉBEC



Crédits

Recherche et rédaction :

Éric Dufresne-Arbique et Annie Gauthier

Chargé de projet :

Éric Dufresne-Arbique

Financement :

Conseil québécois des ressources humaines en culture

Artistes consultés-ées :

Céline B. Laterreur, Martin Bureau, Michel Campeau, Yvon Cozic, Manon de Pauw, Gaétan Gosselin, Lise Létourneau, Yves Louis-Seize, Nadia Myre et Sylvie Tourangeau.

Révision :

Suzanne Arbique

Christian Bédard

Éric Dufresne-Arbique

Annie Gauthier

Nos remerciements à Josée Bélanger, Louise Boucher, Sylvain Faucher, Jean Lalonde, Joanna Piro et Chantal Vaillancourt

ISBN : 978-2-923021-20-1 (PDF)

Dépôt légal : Bibliothèque et archives nationales du Québec

Toutes reproductions interdites sans autorisation écrite.

© Conseil québécois des ressources humaines en culture – 2010

Table des matières

Mot de la présidente du RAAV	7
Introduction	9
Première partie :	
Les compétences. Définitions, champs et fonctions	10
1. Compétences artistiques	11
1.1 Compétences de recherche et de création	11
1.2 Compétences techniques	14
2. Compétences de présentation de son travail	18
2.1 Compétences de promotion	18
2.2 Compétences de diffusion	21
3. Compétences entrepreneuriales	27
3.1 Compétences de gestion	27
3.2 Compétences de réseautage	31
3.2 Compétences d'administration	33
Deuxième partie :	
Le contexte professionnel. Connaître son milieu pour mieux y cheminer	36
1. Le cadre légal	37
2. Le curriculum Vitae	42
3. Le texte de démarche et le texte de présentation de projet	49
4. S'orienter, chercher sa voie, trouver son chemin	52
5. Les centres d'artistes autogérés	57
6. Les galeries privées	60
7. L'agent d'artiste en arts visuels	66
8. La diffusion dans les musées et les centres d'exposition	68
9. Le Réseau Accès culture	71

Troisième partie :	
Les Allume-feu ou l'approche par la réflexion sur soi et la qualité de l'engagement	74
1. Être artiste. Explorer son processus créatif	75
1.1 Le processus créatif	76
1.2 L'art pratique de la créativité	78
1.3 La motivation de poursuivre	80
1.4 Apprendre et s'apprendre	83
1.5 Le cycle organisationnel de la vie	87
1.6 Mode de vie et mode de création	89
2. L'artiste et quelques outils. Réfléchir dans l'action	92
2.1 Le SWOT	93
2.2 Réfléchir au concept de « carrière » comme artiste en arts visuels	95
2.3 La carte heuristique	97
2.4 La liste	100
2.5 Gérer son temps	101
3. L'artiste dans son contexte. Prendre sa place dans le milieu professionnel	102
3.1 Notes sur la personnalité	103
3.2 L'artiste en relation professionnelle	107
Conclusion	110
Annexes	113
Associations d'artistes	114
Associations de diffuseurs	117
Organismes de gestion collective du droit d'auteur	121
Autres organisations et associations pertinentes	123
Bibliographie et webographie	126

*Être artiste est un état d'esprit,
une façon particulière de regarder.*

Yvon Cozic, artiste

Mot de la présidente du RAAV

Qu'est-ce que « faire carrière en arts visuels » ?

Honnie par certains, adoptée par d'autres, l'idée de « faire carrière » en arts visuels dénote chez ceux et celles qui s'engagent dans cette voie professionnelle une prise en charge de leur pratique. Cette attitude témoigne d'une volonté de prendre sa carrière bien en main, de gérer ses affaires, d'obtenir un certain succès dans l'espoir de vivre de son art.

Cela dit, cette prise en charge de sa carrière ne mènera pas nécessairement un artiste aux portes de la réussite et du succès; si le talent n'est pas au rendez-vous, si son œuvre ne reçoit pas la consécration des instances et acteurs du milieu de l'art, un artiste atteindra difficilement les objectifs qu'il se sera donnés. Car, si un artiste ne sait trop comment s'y prendre pour promouvoir son travail, l'exposer, le vendre et gérer les multiples facettes de sa carrière, si talentueux soit-il, ses chances de vivre de son art seront plutôt minces. À moins qu'il ne remédie à cela, il pourrait être contraint de prioriser un travail alimentaire et, éventuellement, de délaisser sa pratique.

Bon nombre d'artistes le savent d'expérience : s'engager dans cette voie, c'est accepter de porter une foule de chapeaux. Selon les besoins du moment, un artiste se fera créateur, chercheur, concepteur, technicien, mais aussi vendeur, administrateur, promoteur gestionnaire, chargé de projets, rédacteur, informaticien, en plus d'être citoyen, parent, amoureux, etc.

Bien plus qu'une simple description de tâches, ce dictionnaire met en relief la richesse et l'ampleur de cette profession passionnante, mais aussi l'engagement de ceux et celles qui la choisissent. De plus, ce dictionnaire permet de mieux comprendre l'ensemble des tâches inhérentes à cette profession de même que les compétences et les connaissances spécifiques à chacun de ces chapeaux. Il dresse un portrait global de la profession et certains s'y reconnaîtront pleinement, d'autres partiellement. Ce document inédit permet de saisir les connaissances et les compétences d'un artiste, dresse un portrait du milieu et propose des solutions à différentes problématiques que pourra rencontrer un artiste au cours de son cheminement professionnel.

À l'aube de ses 20 ans, le RAAV offre aux artistes un vaste portrait de la pratique professionnelle des arts visuels et propose des pistes des réflexions, mais aussi des moyens qui aideront les artistes à cheminer professionnellement et, souhaitons-le, les aideront à mieux vivre de leur art.

Lise Létourneau
Septembre 2010

Introduction

La pratique artistique professionnelle, notamment en arts visuels, est en constante mutation. L'environnement dans lequel évolue l'artiste, aussi bien que les outils, dont il ou elle dispose, se transforment notamment au gré des progrès de la technologie. En arts visuels, les créateurs doivent nécessairement développer des expertises diversifiées et acquérir des compétences et connaissances spécifiques et transversales afin d'avoir en main de meilleurs atouts pour tirer un revenu décent de l'exercice de leur profession. L'acte de création implique la recherche et l'expérimentation, et suscite chez l'artiste une redéfinition constante de son identité et de sa place dans la société. Ce questionnement fondamental interroge la notion même d'œuvre d'art, ce qui a pour conséquence de repousser les limites de la pratique. Tout cela a un impact tant sur la production de l'œuvre elle-même, que sur sa mise en marché et sur sa réception dans le public.

Ce *Dictionnaire des compétences* a pour principal objet d'éclairer les artistes en début de carrière sur les atouts majeurs qu'ils doivent avoir en main pour partir gagnants. Cet outil pourra aussi aider les artistes aguerris à identifier leurs forces et leurs faiblesses et favoriser l'accroissement de leurs connaissances et de compétences. Car il est souvent utile de faire le point et, au besoin, de réviser certains façons de faire ou de penser. Les acteurs du milieu de l'enseignement des arts visuels trouveront également dans ce dictionnaire un outil d'information, et de formation, pertinent qui pourra alimenter les discussions en classe.

La première partie de ce dictionnaire consiste en une présentation théorique des divers champs des compétences de la profession d'artiste en arts visuels. Nous y procédons à une présentation factuelle des expertises, fonctions et activités reliées à la pratique des arts visuels. Naturellement, un artiste ne possédera pas forcément tous les champs de compétences ici énoncés ; à un moment ou l'autre de son cheminement professionnel, il pourrait néanmoins recourir à l'un de ces champs ou exercer l'une ou l'autre des fonctions. Par ailleurs, un néophyte des arts visuels pourra mieux saisir l'ampleur des compétences requises par cette profession.

Afin d'illustrer plus concrètement la profession d'artiste, la seconde partie propose au lecteur un aperçu du milieu professionnel dans lequel évolue un artiste en arts visuels. Nous avons voulu teinter de pragmatisme cette section et pour ce, nous avons intégré des textes sur les composantes du dossier d'artiste, lequel constitue un outil essentiel pour cheminer professionnellement dans ce milieu.

La troisième partie, intitulée *Les Allume feu*, propose aux artistes qui voudraient jeter un regard neuf sur leur pratique professionnelle, des outils pratiques et des cadres de références sous forme de fiche. Résolument multidisciplinaires, les exercices compris dans cette partie du Dictionnaire sont une invitation ludique à la réflexion sur ses propres façons de travailler.

Pour la réalisation de ce document, nous avons dû faire des choix en vertu, naturellement, de nos objectifs, mais aussi en regard de la spécificité du milieu et des besoins des artistes. Il s'agissait donc de réaliser une publication la plus représentative possible des multiples facettes de la pratique professionnelle des arts visuels au Québec. Aussi, le *modus operandi* qui s'est imposé était clair : consulter des artistes dont les parcours témoignent de la diversité disciplinaire et qui détiennent des expériences variées de diffusion (musées, centres d'artistes, galeries d'art, autodiffusion, In Situ, art public, etc.). Les artistes consultés se sont très volontiers prêtés au jeu de la consultation en participant généreusement aux groupes de discussions et à la révision du contenu. Sans la précieuse collaboration de ces artistes, ce dictionnaire n'aurait pu voir le jour. C'est pourquoi nous leur exprimons ici notre plus sincère gratitude.

C'est donc avec plaisir que nous proposons aux artistes et aux divers acteurs du milieu des arts visuels, ce *Dictionnaire des compétences*, dans l'espoir qu'il s'avérera utile et bénéfique.

Éric Dufresne-Arbique
Chargé de projets et Coordonnateur au développement professionnel

*L'imagination est plus importante que la connaissance,
car la connaissance est limitée alors que l'imagination touche le monde entier,
stimule le progrès, donne naissance à l'évolution.*
Albert Einstein, physicien (1879-1955)
Prix Nobel de physique

La pratique, c'est ce que l'on fait vraiment et non ce que l'on voudrait.
Sylvie Cotton, artiste
Citation tirée des « Contemplations »
sur son site Web

LES COMPÉTENCES DÉFINITIONS, CHAMPS ET FONCTIONS

L'approche théorique

Première partie

La recherche et la créativité des artistes des arts visuels les entraînent régulièrement vers des terres inconnues, et favorisent l'émergence de nouvelles œuvres. Engagés dans un processus créatif, ils sont invités à élargir le spectre de leurs compétences et de leurs connaissances, lesquelles seront d'ordres thématiques, philosophiques, existentiels, techniques, etc.

Parallèlement à la création d'œuvres, un artiste souhaitera rendre celles-ci publiques et pour ce faire, la recherche d'un diffuseur (galerie d'art, centre d'artistes autogéré, maison de la culture, etc.) sera impérative. Qui plus est, une foule de tâches connexes pimenteront le travail inhérent à la diffusion de ses œuvres : recherche de financement, gestion (du temps, des ressources), administration, archivage, révision de texte et édition, élaboration d'une mise en espace, etc.

En somme, tout au long de sa carrière, de ses recherches et de ses expériences de diffusion, un artiste pourra certainement déployer une quantité importante de compétences que nous avons ici regroupées en trois champs : les compétences artistiques, les compétences de présentation de son travail et les compétences entrepreneuriales. Selon les circonstances, il sollicitera celles qu'il maîtrise déjà et pourrait devoir en acquérir de nouvelles. Ces connaissances et ces compétences lui permettront de réaliser ses projets de création, d'atteindre ses objectifs de carrière et de surmonter les obstacles.

Réalisée grâce à la contribution des artistes consultés, cette première partie dresse l'éventail des champs de compétences, des fonctions, des savoir-être et des savoir-faire auxquels un artiste pourrait avoir recours, à un moment ou un autre de sa vie professionnelle. Afin d'ancrer ce portrait dans une certaine réalité, nous avons choisi d'exemplifier les champs de compétences. Certains artistes pourront s'y référer en guise d'aide-mémoire, d'autres y découvriront de nouvelles facettes de leur profession.

Nullement prescriptive, cette première partie vise à inventorier les possibles, les qualifier. Il s'agit aussi d'inviter un artiste déjà en carrière à réfléchir sur son cheminement professionnel tout en sensibilisant un jeune artiste aux réalités qui l'attendent dans l'exercice de sa profession.

Note

Pour des raisons pratiques, le texte a été rédigé au masculin. Cependant, il est évidemment destiné aux artistes des deux sexes.

1. COMPÉTENCES ARTISTIQUES

1.1 COMPÉTENCES DE RECHERCHE ET DE CRÉATION

Capacité à stimuler et à soutenir la création de projets artistiques, à traduire et à réaliser ses idées en un produit fini ou en une action aboutie.

Fonctions	Exemples d'activités
<p>1.1.1 Rechercher / créer / vivre</p> <p>Reconnaître, développer et accepter ses propres méthodes de création pour concevoir une œuvre d'art ou une action performative personnelle.</p>	<ul style="list-style-type: none">• S'autodiscipliner : se donner un cadre, une méthodologie de travail, respecter ses choix et les modifier au besoin.• Être à l'écoute de soi, de son environnement, de sa culture, de sa société pour saisir une idée et éventuellement, l'utiliser, la développer, l'approfondir ou lui donner forme.• Aménager et protéger son temps de création, de réflexion et d'idéation. Prévoir des périodes à cet effet si on partage son temps avec un travail alimentaire. Ces périodes de création, peu importe leur nature, peuvent être prises à tout moment et en tous lieux, pas seulement dans l'atelier. Elles peuvent avoir lieu durant la nuit, pendant un déplacement, en attendant un rendez-vous, etc.• Prendre conscience de son processus créatif : le définir, l'écrire, l'analyser et le schématiser. Entre autres, un processus peut se définir par étapes : préparation, incubation, illumination, vérification ou encore par l'alternance entre différents modes de pensée (p. ex. divergent/convergent) ¹.• Savoir reconnaître et accepter ses périodes de gestation.• Définir, développer et utiliser son langage plastique propre en adoptant une ou plusieurs disciplines.• Cultiver sa créativité et sa curiosité artistique autant à l'égard de sa discipline que des autres disciplines artistiques; aussi, être attentif à son époque.

¹ Le processus créatif est abordé dans *Les Allume feu* qui se trouve en 3^e partie de cet ouvrage. Pour en savoir plus, on pourra aussi se référer à Didier Anzieu, *Le Corps de l'œuvre* ou à Anton Ehrenzweig, *L'Ordre caché de l'art*.

1.1.1 Rechercher / créer / vivre
(suite)

- Effectuer des recherches pour nourrir sa pratique. Ce peut être : lire des livres, naviguer sur Internet, rencontrer des personnes, visiter des expositions, assister à des événements, etc.
- Participer à des formations, à des ateliers ou à une résidence de recherche et de création pour mettre à jour ses connaissances et ses compétences et/ou en développer de nouvelles.
- Reconnaître et citer ses influences, ses sources et ses inspirations (texte fondateur, artistes, œuvres marquantes dans la recherche de sa singularité).
- Échanger sur ses idées pour les valider ou les invalider ; aller chercher une rétroaction sur ses projets en développement.

Quelques savoir-être :

Faire preuve de créativité et de curiosité, être persévérant, à l'écoute de soi, intègre et proactif. S'autodiscipliner, développer sa capacité de visualisation, d'introspection, d'analyse et de réflexion. Savoir observer, s'autoévaluer, être posé et réfléchi pour s'adonner à la recherche, accepter un rythme de travail irrégulier, tout en restant déterminé.

Réflexion :

Au quotidien et à sa manière, travailler à son ou à ses projet(s) artistique(s).
Observer comment son mode de vie influence son mode de création et vice-versa.

Le meilleur moyen d'avoir de bonnes idées, c'est d'en avoir beaucoup.

Linus Pauling, chimiste et physicien (1901-1994)
Prix Nobel de science

Rien n'est impossible, seules les limites de nos esprits définissent certaines choses comme inconcevables.

Marc Levy, écrivain (1961 -)
Extrait de *Et si c'était vrai...*

1.1.2 Réaliser / performer :

Mettre en forme une œuvre, concrétiser une idée, un concept, une image mentale ou une action.

- Travailler, travailler, travailler.
- S'exercer, se « réchauffer », développer sa pratique dans le geste, dans l'action, le recueillement et la réflexion.
- Esquisser des projets en faisant des plans et/ou des écrits préliminaires en travaillant par essai-erreur ou en se mettant en situation concrètement.
- Aménager son ou ses espaces de travail en fonction de l'œuvre en production et ce, de manière sécuritaire.
- Interroger et valider les nouvelles idées.
- Tirer profit des impondérables, des trouvailles, etc.
- Explorer ou créer avec de nouveaux matériaux, de nouveaux outils, de nouvelles avenues.
- Transposer une suite d'actions en un concept performatif ou en un processus créatif.
- Préciser une intention de travail par des esquisses, des écrits, des expérimentations en atelier, etc.
- Développer l'attitude performative et la qualité de présence nécessaires aux actions à poser.
- Équilibrer l'aspect structurel et l'aspect aléatoire d'une action en devenir.
- Expérimenter diverses approches, se déstabiliser pour susciter l'avancement de sa pratique (provoquer des changements pour rompre l'habitude).

Quelques savoir-être :

Capacité à conceptualiser, à prendre des risques, à abstraire, à investiguer, à projeter et à visualiser une idée et parfois, à innover. Développer la tolérance face à l'inconnu, l'ouverture d'esprit, l'engagement. Avoir de l'initiative, de la ténacité, de la constance, de la discipline.

Et les libertés à s'accorder :

Décider de ne pas développer telle ou telle compétence. Chaque artiste doit travailler avec les habiletés et les connaissances qui le caractérisent et par conséquent, composer avec ses limites et ses incompétences. Créer en s'appuyant sur ses forces et ses faiblesses, ses qualités et ses défauts, se rappeler que la vie d'artiste n'est pas linéaire.

1.2 COMPÉTENCES TECHNIQUES

Capacité à combiner et à maîtriser les techniques et le vocabulaire inhérents à son langage plastique et à son expérience tangible.

Fonctions	Exemples d'activités
<p>1.2.1 Exécuter / concrétiser / donner forme / matérialiser</p> <p>Traduire ses idées par des images, des objets, des mots, des sons et/ou des actions.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Planifier les étapes de la réalisation d'une œuvre.• S'outiller : acquérir, entretenir et maîtriser les outils et les technologies inhérents à sa pratique ; au besoin, inventer et développer des outils et des techniques.• Développer et approfondir sa connaissance des techniques et des technologies ainsi que des matériaux susceptibles de renouveler son langage plastique.• Vérifier et explorer les aspects techniques de l'oeuvre en devenir mais aussi, l'utilisation et l'intégration d'objets, d'images ou d'autres éléments inhérents à l'œuvre à créer.• Prévoir la sous-traitance s'il y a lieu.• Aménager son espace de travail (atelier, chantier, place publique et tout autre contexte particulier de création) pour y travailler agréablement de manière sécuritaire et fonctionnelle.• Utiliser les matériaux et les outils de manière sécuritaire.• Utiliser les bons matériaux et les techniques adéquates pour assurer, s'il y a lieu, la pérennité de son œuvre.• Embaucher et gérer des contractuels ; savoir déléguer l'exécution de l'œuvre ou de parties de l'œuvre.• Accueillir les idées des autres afin d'améliorer la production technique de l'œuvre et s'informer au besoin.

Fonctions

Exemples d'activités

1.2.1 Exécuter / concrétiser / donner forme / matérialiser (suite)

- Composer avec les accidents de parcours.
- Participer à une résidence de production.
- Écrire sur son travail, tenir un journal de bord, documenter la réalisation d'une œuvre, d'une action.

Quelques savoir-être :

Faire preuve de dextérité, de flexibilité, d'ingéniosité, de polyvalence (multitâches), de perspicacité. Développer son intelligence motrice, sa curiosité, sa persévérance, sa minutie, sa résistance physique. Être consciencieux, explorer son expressivité, Développer sa capacité à prévoir, à réviser le processus, à décider, à trouver des solutions, à visualiser, à s'autodiscipliner.

*Avoir des idées originales, ce n'est pas être créatif.
La création, c'est l'élaboration des idées pendant le geste de faire.*
Vilém Flusser, professeur de philosophie (1920-1991)

Si ce sont les plumes qui font le plumage, ce n'est pas la colle qui fait le collage.
Max Ernst, peintre et sculpteur (1891-1976)
Extrait de *Au-delà de la peinture*

Recommencer, ce n'est pas refaire.
César Baldaccini, sculpteur (1921-1998)
Extrait d'une interview dans *Opus International*

1.2.2 Réaliser une œuvre d'art public

- S'inscrire aux fichiers des artistes, gérés par le Ministère de la Culture, des communications et de la condition féminine (pour réaliser un projet d'intégration des arts à l'architecture).
- Détenir les connaissances et les compétences requises pour réaliser de tels projets.
- S'informer des appels de projets publiés dans les journaux ou sur Internet.
- Savoir écouter les consignes des architectes, des usagers et des employés et comprendre le concept ou la commande tout en étant sensible au contexte d'intégration de l'œuvre au lieu, à la spécificité architecturale et à la fonction historique s'il y a lieu.
- Répondre aux appels de dossiers des municipalités ou donner suite à une invitation à réaliser une œuvre d'art public. Poser sa candidature.
- Planifier l'élaboration de l'œuvre et détailler chacune de ses étapes.
- Rédiger un budget détaillé selon les critères du programme sollicité. Suivre les lignes directrices du programme et se procurer le formulaire approprié s'il y a lieu.
- Réaliser et présenter une ou des maquettes de l'œuvre; faire faire la maquette si nécessaire.
- Défendre et présenter son projet aux membres du comité d'acquisition ou du comité *ad hoc*, selon la nature des projets.
- Signer un contrat d'exécution entre l'artiste et le propriétaire du bâtiment où l'œuvre sera installée.
- Faire ou demander des devis techniques de conception et de réalisation des différentes étapes de l'œuvre.
- S'assurer de rencontrer les normes de sécurité exigées dans le lieu d'installation de l'œuvre ou dans l'espace public, selon.
- Harmoniser la réalisation de l'œuvre au déroulement des travaux de construction.

1.2.2 Réaliser une œuvre d'art public
(suite)

- Contracter une assurance-responsabilité.
- Sélectionner, embaucher et superviser les contractuels; s'entourer de professionnels compétents qui favoriseront la réussite du projet.
- Planifier et orchestrer l'installation de l'œuvre.
- Respecter l'échéancier, le plan de travail.
- Entretenir une relation soutenue avec les architectes et les entrepreneurs impliqués dans le projet.
- Acquérir et/ou louer l'équipement nécessaire.
- Prévoir le transport de l'œuvre, des équipements et matériaux.
- Être capable de donner un titre à l'œuvre (au projet).
- Réaliser ou faire réaliser la plaque d'identification et/ou la fiche explicative de l'œuvre si ce projet n'est pas réalisé dans le cadre de la Politique d'intégration des arts à l'architecture.
- Rédiger un devis détaillé d'entretien des œuvres.

Quelques savoir-être :

Capacité à travailler en équipe, à déléguer, à s'entourer de professionnels compétents, à mobiliser, à influencer, à respecter les délais, les consignes. Faire preuve de leadership, de flexibilité, d'ingéniosité et de polyvalence (multitâches). Savoir prévoir, réviser le processus, trouver des solutions et décider. Avoir une bonne résistance physique, être précis et consciencieux.

Un conseil d'artiste aguerri :

Sachez faire des concessions sans pour autant dénaturer l'essentiel du projet que l'on propose.

Le moins que l'on puisse demander à une sculpture, c'est qu'elle ne bouge pas.
Salvador Dalí, peintre espagnol (1904-1989)
Extrait de *Les Cocus du vieil art moderne*

2. COMPÉTENCES DE PRÉSENTATION DE SON TRAVAIL

2.1 COMPÉTENCES DE PROMOTION

Capacité d'assurer et d'accroître la visibilité et le rayonnement public de ses œuvres.

Fonctions	Exemples d'activités
<p>2.1.1 Promouvoir son travail</p> <p>Créer des occasions de présenter ou de vendre son travail.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Se connaître, trouver son créneau esthétique et savoir le communiquer.• Réseauter : entrer en contact avec les personnes du milieu artistique et leur parler de son travail et de ses projets.• Discerner des diffuseurs susceptibles de présenter son travail ou de le vendre; rechercher des appels de dossier et y répondre.• Sur le vif (ou non), pouvoir verbaliser sa démarche artistique de manière cohérente et selon son auditoire.• Solliciter les médias (écrits, télévisuels, radiophoniques, web) pour obtenir une couverture médiatique et/ou des entrevues.• Réaliser ou superviser la production d'outils de communication : cartons d'invitation, cartes d'affaires, site Internet, page Web, etc.• Fournir des documents visuels et/ou des documents écrits aux diffuseurs (galeries privées, centres d'artistes, musées, festivals, revues...) ou, à la firme ou à l'agent de communication externe pour qu'ils les acheminent aux médias qui en font la demande.• Investir et utiliser les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Flickr, Delicious, etc).• Adhérer à des associations professionnelles pour une meilleure visibilité et une certaine validation de sa pratique.

2.1.1 Promouvoir son travail
[suite]

- Saisir des opportunités, faire preuve d'ouverture d'esprit et de flexibilité; participer à des conférences de presse, à des colloques, à des comités de travail, par exemple.
- Participer à des rencontres sociales (vernissages, lancements et autres événements) pour élargir son réseau.
- Tenir à jour son dossier d'artiste; CV, texte de démarche, documents visuels, dossier de presse.
- Rencontrer des groupes scolaires de tous niveaux s'il y a lieu.
- Intéresser des auteurs à écrire au sujet de sa pratique (produire un texte pour une revue d'art, un opuscule, un site Web...).
- Déposer son dossier d'artiste à Artexte (et à d'autres centres de documentation comme à La Chambre Blanche, à Vidéographe, au Women's Arts Resources Centre, etc.) et le mettre à jour régulièrement.
- Établir une liste de contacts et les informer de vos événements à venir. Évidemment, il faut tenir à jour les adresses courriel des artistes, des commissaires indépendants, des critiques, des diffuseurs, des collectionneurs et autres personnes intéressées et concernées par vos réalisations.
- Alimenter et tenir à jour son site Internet ou son blog.
- Faire traduire sa documentation pour avoir accès à la scène canadienne et internationale.
- Participer à des revues de portfolio.

2.1.1 Promouvoir son travail
[suite]

- Assister à une formation de base ou à un atelier sur le réseautage, les relations publiques, le marketing, etc.
- S'informer sur le marché de l'art et chercher à connaître son marché. Savoir se positionner et trouver une galerie correspondant à sa pratique.
- Maîtriser le français écrit et oral; au besoin, faire vérifier l'orthographe de ses textes, parler anglais.

Quelques savoir-être :

Être proactif et sociable, avoir l'esprit de synthèse et le sens des affaires, sinon s'associer avec des gens qui l'ont. Savoir vivre avec la critique et le refus, développer le sens de la répartie, vaincre sa timidité, être à l'aise dans différents milieux, faire preuve de diplomatie, accepter les critiques, elles peuvent vous rendre service.

Et le tuyau des timides :

Embaucher quelqu'un pour faire vos présentations (et au besoin, votre promotion) d'artiste si vous ne vous sentez pas capable de les faire.

*Puisqu'on ne peut changer la direction du vent,
il faut apprendre à orienter les voiles.*
James Dean, acteur (1931-1955)

*Les bons sculpteurs attrapent les ressemblances,
les malins attrapent les commandes.*
Jean Mistler, écrivain et politicien (1897-1988)

2.2 COMPÉTENCES DE DIFFUSION

Capacité de présenter et de faire circuler son travail en communiquant de manière cohérente sa démarche artistique.

Fonctions	Exemples d'activités
<p>2.2.1 Se préparer à diffuser</p> <p>Rechercher les opportunités d'expositions, de participations à des activités de diffusion ou de vente.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Rechercher des lieux de diffusion et/ou des galeries d'art dont la direction artistique et/ou le mandat correspond à sa pratique artistique.• Cibler un lieu d'exposition pertinent à la diffusion de ses œuvres.• Évaluer la pertinence, les retombées et le bien-fondé de présenter son travail chez tel ou tel diffuseur, avant de s'engager.• Adapter son projet en fonction du lieu ou de l'espace de diffusion, s'il y a lieu.• Répondre aux appels de dossiers en respectant les consignes de présentation de chacun des diffuseurs et en soumettant de manière concise une proposition écrite claire de son projet.• Établir la valeur monétaire de ses œuvres, avec l'aide d'un expert si nécessaire et cela à des fins d'assurances, de mise en marché, de circulation internationale, etc.• Communiquer avec le responsable de la programmation des lieux de diffusion convoités; connaître les critères de sélection des dossiers s'il y a lieu.

Quelques savoir-être :

Savoir planifier, se positionner, projeter son travail dans un espace donné, maîtriser les outils informatiques. S'informer au sujet des différents lieux de diffusion, communiquer de manière convaincante. Avoir l'esprit de synthèse et l'esprit critique. Développer sa capacité d'écouter, d'évaluer et de partager l'information. Être assidu, faire preuve d'ouverture.

Se rappeler ceci :

Chaque fois que l'on présente un projet d'exposition lors d'appels de dossiers ou d'autres comités d'évaluation, c'est une ou plusieurs personnes qui regardent et qui considèrent la pertinence de son travail.

2.2.2 S'exposer / Exposer

Présenter son travail publiquement; exposer, faire une performance ou une manœuvre, publier un livre d'artiste, mettre en ligne une œuvre numérique, etc.

- Négocier, signer et respecter le contrat de diffusion ou de représentation pour établir les responsabilités de chacune des parties surtout dans le cas de la présentation d'œuvres médiatiques qui impliquent souvent la location et l'assurance d'équipements spécialisés.
- Louer un espace par ses propres moyens ou exposer dans un espace à l'extérieur des lieux de diffusion habituels, selon la nature de ses projets.
- Choisir, explorer et expérimenter l'espace (réel ou virtuel) de présentation de son travail ou d'une action.
- S'adapter aux contraintes du lieu, au contexte de présentation de l'œuvre ou aux particularités des actions à poser.
- Être capable de bien mettre en valeur sa production artistique dans l'espace : spatialisation, design d'exposition, scénographie, muséographie.
- Savoir communiquer ses besoins techniques clairement.
- Fournir si nécessaire un plan de montage détaillé de l'exposition ou de l'installation des œuvres.
- Installer ou participer à l'installation de ses œuvres dans un espace d'exposition ou dans l'espace public.
- Savoir parler de son travail de manière cohérente, surtout lors d'un vernissage, d'une conférence, d'un lancement, d'une entrevue, etc.
- Documenter et photographier (ou faire photographier) l'exposition, l'événement pour ses archives personnelles.
- Collaborer avec le diffuseur qu'il soit galeriste, directeur artistique, conservateur, etc. ou avec un commissaire indépendant et respecter les échéanciers.
- Composer avec les imprévus avant, pendant et après la performance, l'événement ou l'exposition.

2.2.2 S'exposer / Exposer
(suite)

- Se préparer à transporter ou à faire voyager ses œuvres : fabriquer les caisses de transport, rédiger les rapports d'état de conservation des œuvres et leur plan d'installation s'il y a lieu, négocier avec le transporteur, etc.
- Dans les cas d'exposition internationale, travailler avec les courtiers, régler la paperasse (carnet ATA, assurances, etc.), identifier les transporteurs spécialisés, négocier les frais et les conditions de transport, respecter les lois internationales en matière de transport.
- Tirer parti des avantages connexes, par exemple parler de son travail avec un diffuseur pour obtenir sa rétroaction (feedback) et nourrir sa propre réflexion au sujet de son travail.
- Accueillir la critique positive ou même négative, celle-ci peut être constructive.
- Détenir certaines connaissances des normes muséales : éclairage, hauteur d'accrochage, etc.

Quelques savoir-être :

S'investir dans la mise en exposition de ses œuvres, s'adapter au contexte, savoir composer avec les contraintes, être assidu et respecter les délais. Être avenant, avoir une qualité de présence, savoir prévoir, faire preuve de résistance physique, morale et mentale. Avoir une tolérance au stress, une capacité à jouer; savoir déléguer et travailler en équipe. Faire preuve d'audace et de contrôle de soi, être débrouillard.

*Les choses ne sont pas difficiles à faire, ce qui est difficile
c'est de nous mettre en état de les faire.*
Constantin Brancusi, sculpteur (1876-1957)
Extrait du Catalogue de l'Exposition de New-York

Les idées ne sont pas faites pour être pensées, mais vécues.
André Malraux, écrivain, aventurier et homme politique (1901-1916)

Chaque fois, une exposition est une sorte de question posée.
Christian Boltanski, artiste (1944-)
Extrait d'une interview sur Evene.fr - octobre 2007

2.2.3 Publier

Gérer, coordonner ou participer à une publication sur son travail.

Présenter et diffuser son travail sur un support imprimé, numérique ou virtuel (monographie, dossier dans une revue spécialisée, sur le web, CD, DVD...).

- Cibler le type de support approprié à sa pratique et le canal de diffusion.
- Déterminer le public ciblé par la publication.
- Structurer le contenu écrit et visuel du projet et le négocier.
- Trouver l'éditeur (maison d'édition, centre d'artistes, galerie, musée, etc.) s'il ne s'agit pas de vous-même (auto-édition).
- Chercher un partenaire financier si nécessaire – un ou des diffuseur(s) – engagé(s) dans le projet de publication, avoir son propre galeriste, des commanditaires, des subventionnaires et (pourquoi pas?) un mécène par exemple.
- Respecter les échéanciers de travail.
- Obtenir les licences de reproduction si vous n'avez pas tous les droits, par exemple pour la publication d'images qui ne sont pas vos œuvres ou des citations.
- Écrire ou commander des textes et/ou solliciter un ou des auteur(s) s'il y a lieu.
- Négocier et signer des ententes avec les écrivains, les correcteurs, les traducteurs.
- Rédiger les légendes, les biographies, la liste des œuvres, la liste des expositions, la bibliographie, etc.
- Déterminer le titre, le contenu des couvertures et de l'épave.
- Corriger ou faire corriger les épreuves et valider les crédits d'images.
- Traduire le texte au besoin.
- Assurer la mise en page et le graphisme ou superviser le travail du graphiste.

2.2.3 Publier
[suite]

- Approuver la version préliminaire et par la suite, corriger les diverses maquettes.
- Acheminer le matériel chez l'imprimeur et faire le suivi d'impression avec le graphiste.
- Obtenir un ISBN et effectuer le dépôt légal auprès des bibliothèques nationales ou tout autre type d'enregistrement requis pour ce type de publication.
- Prendre en considération l'éventuelle vétusté du ou des supports numériques choisis.
- Prévoir et coordonner le lancement.
- Planifier les activités promotionnelles et établir un budget en conséquence.
- Assurer votre distribution ou transiger avec Édipresse, par l'intermédiaire du Réseau Art actuel, pour assurer la distribution et la promotion de la publication.
- Gérer les stocks.

Quelques savoir-être :

Respecter les normes de l'industrie du livre (respect des consignes), avoir le souci du détail, la capacité à rédiger, à influencer (convaincre les partenaires), la capacité à communiquer et à échanger. Faire preuve de patience, être rigoureux, se concentrer sur des détails.

Conseils de l'éditeur :

L'édition est une industrie réglementée qui a son propre *modus operandi*; se lancer dans un projet d'édition sans connaître ses règles, c'est risquer de dépenser beaucoup d'argent sans bénéficier d'une distribution adéquate.

Un beau livre, c'est celui qui sème à foison les points d'interrogation.
Jean Cocteau, cinéaste, écrivain, artiste et dramaturge (1889-1963)
Extrait de *Le rappel à l'ordre*

Être artiste, c'est aussi être en affaire!

Sylviane Poirier (1954-2008)
galeriste, agente d'artistes et formatrice

3 COMPÉTENCES ENTREPRENEURIALES

3.1 COMPÉTENCES DE GESTION

Capacité à mener ses ambitions artistiques en planifiant, en dirigeant et en structurant son développement à court, moyen et long terme.

Fonctions	Exemples d'activités
<p>3.1.1 Gérer / structurer</p> <p>S'organiser, planifier et gouverner ses activités en ayant une perspective globale et des objectifs à court, moyen et long terme.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Planifier et visualiser son développement artistique.• S'entourer des gens qui favoriseront le développement de sa carrière.• Fixer ses objectifs à court, moyen et long terme et identifier les moyens nécessaires (formation, travail alimentaire) pour les atteindre.• Établir et gérer les priorités de son travail.• Assurer le suivi de ses projets.• Gérer les ressources disponibles; obtenir celles qui manqueraient à la réussite d'un projet.• Identifier les revenus minimum nécessaires à la poursuite de sa pratique artistique et se donner les moyens de ses choix.• Faire un bilan professionnel sporadiquement; faire le point sur soi et sur sa carrière.• Se former et étudier afin d'acquérir les connaissances et les compétences entrepreneuriales requises au développement et à la gestion de sa carrière.

Fonctions

Exemples d'activités

3.1.1 Gérer / structurer (suite)

- Gérer son emploi du temps, organiser son calendrier, prioriser ses activités.
- Évaluer les retombées professionnelles de ses choix, de ses objectifs et de ses décisions par rapport à ses objectifs de départ.
- Se repositionner suite à cette évaluation.

Quelques savoir-être :

Être réaliste, patient, rigoureux et tolérant face à l'inconnu. Prendre du recul au besoin, savoir déléguer, respecter les lois, résoudre des problèmes. Avoir le souci du détail, développer sa capacité à rédiger ou se faire aider. Savoir compter, évaluer et mesurer ses avancées, faire preuve d'optimisme, avoir confiance en soi et en ses capacités.

Réflexion :

L'artiste, tout comme le dirigeant d'entreprise réalise des tâches discontinues, fragmentées et non planifiées. Il doit prendre des risques et savoir vivre avec l'inconnu, l'imprévisible.

*Un artiste aujourd'hui doit aussi savoir gérer son affaire
et arrêter de croire que tout arrive naturellement.*

Les Rita Mitsouko

Extrait d'une interview sur Evene.fr - avril 2007

Un homme d'affaires est un croisement entre un danseur et une machine à calculer.

Paul Valéry, écrivain, poète, philosophe et épistémologue (1871-1945)

3.1.2 Financer sa pratique

Trouver des moyens de subvenir à ses besoins afin de soutenir sa pratique artistique.

- Prendre en main ses finances; rechercher l'autonomie financière.
- Rechercher des opportunités de financement de sa pratique auprès des bailleurs de fonds publics et privés.
- Écrire, déposer des demandes de subvention après les avoir fait relire par un pair. Solliciter différents programmes de subvention selon ses besoins que ce soit pour de la création, de la production, de la publication ou autre.
- Inviter des collectionneurs à son atelier dans le but de faire connaître et de vendre ses œuvres.
- Solliciter des commanditaires et/ou des mécènes pour financer son atelier, ses matériaux, ses projets, etc. Certains artistes font aussi du troc avec leurs différents fournisseurs, parfois même avec leur dentiste...
- S'informer et connaître les règles établies de la reproduction commerciale lorsque l'on développe des produits dérivés.
- Développer son marché en élargissant son réseau de contacts.
- Négocier les termes de l'entente de représentation, d'exposition, de consignation et/ou de vente des œuvres et signer un contrat avec le galeriste.
- Rechercher une galerie afin d'être représenté.
- Établir la valeur marchande de ses œuvres, avec l'aide d'un expert si nécessaire.
- Participer à des foires lorsque le galeriste requiert la présence de l'artiste.

3.1.2 Financer sa pratique
[suite]

- Trouver le bon équilibre entre les différentes sources de revenus liées ou non à sa pratique.
- Gérer ses droits d'auteur (exposition, reproduction, etc.) ou en confier la gestion à une société (SODRAC, CARCC).
- Vendre ses œuvres, ses produits dérivés et/ou ses publications via un site personnel.
- Participer à des encans-bénéfices lorsqu'il est pertinent de le faire et lorsque les conditions de vente demeurent avantageuses pour l'artiste.

Quelques savoir-être :

Développer un esprit stratégique, un esprit d'analyse, pratique et réaliste, un sens de l'organisation, une capacité à évaluer. Avoir du flair, du jugement, le sens des affaires, un certain contrôle sur les dépenses. Faire preuve de structure, d'initiative, d'esprit entrepreneurial. Être motivé, imputable, savoir partager, mais en dosant sa générosité.

Réflexion :

Tous les artistes abordent différemment la nécessité de financer leur travail artistique. Certains ont des pratiques qui ne se prêtent pas à la vente auprès de particuliers ou de collectionneurs. D'autres artistes jouissent déjà d'une reconnaissance publique; ils peuvent alors compter sur l'acquisition sporadique de leurs œuvres par des musées (ou d'autres grandes collections), se voir attribuer un prix, réaliser un projet d'intégration d'art à l'architecture ou encore, subvenir à leurs besoins quotidiens par différents autres moyens lesquels peuvent changer d'une année à l'autre.

*Si seulement Dieu pouvait me faire un signe!
Comme faire un gros dépôt à mon nom dans une banque suisse.*
Woody Allen, réalisateur, scénariste, acteur et musicien (1935-)
Extrait du journal *New Yorker* - novembre 1973

Les affaires ne sont vraiment fatigantes que quand on n'en fait pas.
Pierre Véron, écrivain et poète (1831-1900)

3.2 COMPÉTENCES DE RÉSEAUTAGE

Capacité à entrer en relation, à tisser des liens avec des personnes.

Fonctions	Exemples d'activités
<p>3.2.1 Réseauter</p> <p>Entrer en relation, tisser des liens avec des personnes.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Identifier, solliciter et rencontrer les partenaires susceptibles de contribuer à la réalisation de son parcours artistique ou de son plan de carrière.• Informer ses réseaux de contacts du développement de ses projets (courriels, Facebook, Twitter, MySpace, LinkedIn, son site Internet...).• Entrer en relation, développer sa sociabilité. Suivre une formation sur le réseautage.• Partager ses expériences et ses références avec ses pairs (les autres artistes).• Rechercher, valoriser et encourager les échanges et la mise en commun de compétences et d'habiletés.• Agir comme intermédiaire au sein ses réseaux sociaux et professionnels.• Participer à l'avancement des idées, prendre part à sa communauté de pratique par exemple en participant à des comités, à des colloques, à des conférences, à des présentations d'artistes, à des jurys, des groupes de discussions, à des formations, etc.• Développer et entretenir des manières éthiques d'interagir avec ses pairs et le public.

3.2.1 Réseauter
[suite]

- S'impliquer dans l'administration d'organismes artistiques soit comme membre de CA, en siégeant sur un jury, en donnant son avis sur des sujets d'intérêt commun et surtout, en respectant les consignes inhérentes aux fonctions que l'on accepte d'occuper.
- Être un artiste visible et actif dans toutes les sphères d'activités.

Quelques savoir-être :

Avoir de l'entregent, un esprit stratégique, faire preuve d'initiative, être soi-même, impliqué, sociable, diplomate, motivé, loyal et respectueux. Savoir partager, aider au besoin, communiquer, se donner des objectifs réalistes, se montrer en public.

La permission qui fait du bien :

Accepter de ne pas connaître tout le monde et de ne pas partager toujours les mêmes opinions que ceux qui sont en position d'autorité.

*Il ne faut jamais juger les gens sur leurs fréquentations.
Tenez, Judas, par exemple, il avait des amis irréprochables.*
Paul Verlaine, poète (1844-1896)

*Dans votre ascension professionnelle,
soyez toujours très gentil pour ceux que vous dépassez en montant.
Vous les retrouverez au même endroit en redescendant.*
Woody Allen, réalisateur, scénariste, acteur et musicien (1935-)

3.3 COMPÉTENCES D'ADMINISTRATION

*Capacité à contrôler et à organiser ses ressources financières et matérielles.
Capacité à exécuter le travail de bureau.*

Fonctions	Exemples d'activités
<p>3.3.1 Administrer / exécuter</p> <p>Produire, organiser, diriger et contrôler sa carrière artistique.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Se familiariser avec les aspects financiers et juridiques de sa carrière et déterminer sa propre méthodologie de travail.• Assister à une formation en administration ou se documenter sur le sujet.• Connaître les lois inhérentes à sa pratique artistique : <i>Loi canadienne sur le droit d'auteur (C-42), Loi sur le statut de l'artiste et 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 (S-32.01).</i>• Veiller à faire respecter ses droits d'auteurs : droit d'exposition, de reproduction, de télécommunication, etc.• Assurer sa comptabilité; déléguer si nécessaire.• S'acquitter de ses devoirs et de ses engagements professionnels, dans le respect des lois.• Ordonner et archiver ses documents (correspondance, factures d'achats, impôts antérieurs, états de compte, contrats, etc.).• S'occuper de sa fiscalité; faire ses impôts et lorsque nécessaire, s'enregistrer aux registres des taxes provinciales et fédérales et faire les rapports requis.• Rédiger les rapports de subvention en respectant les modalités et échéanciers exigés par les bailleurs de fonds.• Conserver et entreposer ses œuvres, et faire le suivi des œuvres vendues en établissant un répertoire (nom du collectionneur, année de vente, destination de l'œuvre, montant de la vente) et tenir un inventaire de ses œuvres (titre, dimensions, année, image, liste de vente).

3.3.1 Administrer / exécuter
(Suite)

- Gérer les inventaires d'outils et de matériaux.
- Faire la mise à jour des logiciels et sauvegarder ses fichiers informatiques.
- Documenter ses œuvres et/ou ses actions.
- Mettre à jour son site Internet.
- Tenir à jour un inventaire de ses œuvres.
- Planifier sa succession.
- Faire son testament.
- Identifier ses ayants droit.

Quelques savoir-être :

Porter une attention aux détails, avoir le sens des responsabilités, savoir résoudre des problèmes et parfois, gérer dans l'adversité. Développer motivation, assiduité, autodiscipline et rigueur.

Apprenez à « manager », à vous ménager et à faire le ménage !
Inspiré du titre d'un texte de Laurent Lapiere paru dans la revue
Gestion, revue internationale de gestion, Habiletés de direction,
collection « Racines du savoir », HEC, 1996

Il y a deux façons de gérer les difficultés : les modifier ou s'adapter à elles.
Phyllis Bottome, écrivaine et enseignante (1884-1963)

Entreprendre consiste à changer un ordre existant.
Joseph Schumpeter, économiste (1883-1950)

*J'ai travaillé pendant 40 ans à ma pratique artistique et
je n'ai jamais articulé une telle réflexion sur mon travail!*

Résumait Michel Campeau, un des artistes ayant participé à ce projet,
à la fin de la dernière rencontre de discussion.

LE CONTEXTE PROFESSIONNEL

Connaître son milieu pour mieux y cheminer

Deuxième partie

Réaliser de bonnes oeuvres et se doter d'un bon dossier, c'est très bien. Savoir comment le présenter et à qui l'adresser, c'est encore mieux! Puisqu'il existe un nombre important de diffuseurs des arts visuels au Québec, comment s'y retrouver? Quels sont les outils mis à la disposition des artistes pour faire connaître leur travail? Comment le soumettre aux diffuseurs? À quels diffuseurs présenter son dossier? Comment négocier un contrat avec le diffuseur qui a accepté de présenter sa production artistique?

Il est aisé de constater que connaître le rôle et les fonctions des principaux intervenants de son environnement professionnel est nécessaire. Cette connaissance du milieu, de ses rouages et de ses acteurs aidera certainement un artiste à mieux cerner l'univers qui l'attend. De plus, s'il sait comment préparer son dossier d'artiste et à qui l'adresser, il optimisera ainsi ses chances de signer un contrat d'exposition, de représentation ou autre. Ajoutons que la connaissance des lois qui encadrent la pratique professionnelle des arts visuels au Québec permettra d'éviter bien des embûches professionnelles.

Cette partie du guide présente un bref portrait de cet environnement professionnel, de ses rouages et de ses spécificités, mais propose aussi différentes informations pratiques pouvant aider un artiste à comprendre et cheminer dans son milieu professionnel. Si talentueux soit-il, mieux un artiste est informé des conditions de pratiques professionnelles et mieux il est outillé pour bien gérer sa carrière, meilleures seront ses chances de vivre de son art et de s'épanouir dans la carrière qu'il a choisie.

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. »

| 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. »

* 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.

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 habilité 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 signalais, 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 reliés 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 capturer 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 CARCC, 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. »² La SODRAC a signé des ententes avec plus d'une trentaine de pays.

Quant à 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. CARCC 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. CARCC est la propriété de 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 canadiens. CARFAC est le partenaire du RAAV qui, lui, représente les artistes québécois.

En vertu de ses ententes avec d'autres collectifs, CARCC offre à ses adhérents des services internationaux de négociation et de gestion de licences. CARCC 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

² Ces informations proviennent du site Internet de la SODRAC.

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 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.

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, consultez le site du RAAV). L'évaluation des activités professionnelles d'un artiste en arts visuels repose notamment sur le professionnalisme des différents lieux de diffusion où ses œuvres ont été exposées, mais aussi 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 constituent 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 montrer son CV.

S'ADAPTER AU CONTEXTE

Un membre de jury, au CALQ par exemple, devra étudier plusieurs dizaines, voire cent ou deux cents demandes de subventions 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.

La question du nombre de pages doit elle aussi être prise en considération en fonction de paramètres bien précis, liés à l'utilisation qui sera faite du CV. Une décision doit être prise quant à la pertinence de tout indiquer ou de faire une sélection parmi les activités professionnelles réalisées. Si un CV exhaustif contient plusieurs pages, un CV abrégé en a généralement une ou deux. Il peut donc s'avérer utile de tenir un CV regroupant l'ensemble de ses activités pour ensuite procéder à une sélection, selon l'usage qu'on souhaite en faire.

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'abrégé 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.

Rubriques principales d'un CV d'artiste en arts visuels

Les rubriques qu'on retrouve généralement dans un CV sont :

1. Identification
2. Formation (académique, continue 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 à la forme du CV correspond la présentation personnalisée, le contenu contient les 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 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.

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 jugée pertinente, 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.

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 – Formuler ses idées :

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.

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 oeuvres 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'inestimables sources d'information pour qui voudrait exposer ses oeuvres chez un de ces organismes. On pourra aisément y obtenir des informations sur le mandat et la spécificité de ces diffuseurs à qu'on s'apprête à envoyer un dossier.

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

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

Outre le Répertoire des centres d'artistes autogérés, actuellement, il n'existe toujours pas de publication ou de sites Internet qui dresseraient 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, coordonner, vérifier et organiser lorsqu'on expose ses œuvres. En voici quelques-unes :

Contrat.

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

Droit d'exposition.

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

Droit d'exposition VS cachet d'exposition.

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

Droit de reproduction.

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

Assurances.

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

Transport.

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

Pour une promotion responsable.

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

Autopromotion.

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

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 3^e 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.*³

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.

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

³ Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec, *Répertoire des centres d'artistes autogérés du Québec et du Canada*, 6^e édition, Montréal, 2006.

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 droit 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.

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 œuvres 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 œuvres, 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. »⁴

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 une mandat plus généraliste.

⁴ Rhéal Olivier Lanthier, « Si Seulement... L'art contemporain au Québec – un marché à fort potentiel » IN *Vendu-Sold*, Édition Esse, Montréal, 2009, p. 94.

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 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 (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 oeuvres 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.

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 pourra 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.

Selon l'entente, l'agent pourrait travailler de pair avec l'artiste aux multiples tâches de la gestion de sa carrière artistique : préparer les dossiers à envoyer aux organismes subventionnaires ou aux diffuseurs dans le cadre d'appels de dossiers; 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 les spécialistes compétents 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.

La relation d'affaires artiste - agent

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

Vidéographe Distribution
6560, avenue de l'Esplanade, local 305
Montréal (Québec) H2V 4L5 Canada
Téléphone : (514) 866-4720
videographe.qc.ca

Groupe d'intervention Vidéo (GIV)

Vidéos réalisées par des femmes
4001, rue Berri #105
Montréal (Québec) H2L 4H2 Canada
Téléphone : (514) 271-5506
info@givideo.org
www.givideo.org

Vidéo Femmes

Vidéos réalisées par des femmes
291, rue Saint-Vallier Est, bureau 104
Québec (Québec) G1K 3P5 Canada
Téléphone : (418) 529-9188
info@videofemmes.org
www.videofemmes.org

8. La diffusion dans les musées et les 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 a trait aux 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 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 œuvres 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 œuvres 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 œuvres acquises.

Néanmoins, au moment de l'acquisition d'une ou plusieurs œuvres, 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 œuvres 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.

9. Le Réseau Accès culture et les arts visuels

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.*⁵

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.

⁵ Extrait de l'allocation de monsieur Yvon Lamarre, président du comité exécutif IN Jean De Julio-Paquin, *Art public et société, l'expérience des Maisons de la culture de Montréal*, Éditions Hurtubise HMH, 1996, p.57.

| 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 200 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.

L'art, c'est de la philosophie appliquée.

Manon De Pauw, artiste

LES ALLUME FEU

L'approche par la réflexion sur soi et la qualité de l'engagement

Troisième partie

Pour certains artistes, l'incertitude autour de la pratique artistique se pose au quotidien. Parfois même, cette incertitude nous assaille en nous plongeant dans un doute inconfortable, voire paralysant. Certains réfèrent à des moments d'angoisse, Didier Anzieu parle d'un état de « saisissement » et Ehrenzweig, d'un stade initial « où se projettent dans l'œuvre des parties fragmentées du soi ».

Peu importe le vocabulaire utilisé pour les identifier, ces états d'être et ces questionnements sont souhaitables et agissent de manière tonique et judicieuse sur la pratique artistique. Ils servent de catalyseurs. Ils témoignent de la quête et du besoin d'expression de l'artiste.

Dans cette troisième partie, il sera question d'outils pratiques, d'exercices, de cadres de référence pour analyser ses propres façons de travailler. Cette section vise l'amélioration et le développement de la pratique artistique. Vous y trouverez des exercices que vous êtes invités à adapter selon vos besoins. Sur Internet, on retrouve une foule de références au sujet d'activités qui stimulent la créativité ou encore qui supportent le développement de carrière. Évidemment, ces exercices ne sont pas toujours adaptés aux artistes (mais plutôt aux travailleurs en général) et sont tirés de multiples secteurs d'activités (gestion et psychologie par exemple). Les exercices que nous avons choisi de vous présenter ici sont tirés d'ouvrages de référence en gestion, mais aussi en psychanalyse et même, dans certains cas, ont été puisés dans la culture populaire.

Il est informatif et amusant de se prêter au jeu. Lisez-les dans le désordre, attardez-vous aux exercices qui piquent davantage votre curiosité. Tout est permis. Ces 13 fiches sont des allume feu.

1. ÊTRE L'ARTISTE

Explorer son processus créatif

Rechercher-créer-vivre-réaliser

La pratique artistique est le travail que l'on fait, notre expression artistique. La pratique constitue la recherche et la création de cette expression qui ouvre la voie à de nouvelles perspectives par rapport à des oeuvres ou actions passées. Notre pratique est aussi notre façon de vivre, de créer et de se réaliser. La pratique, c'est l'expérience donnée par l'exercice.

L'importance de s'exercer

S'exercer mentalement, c'est apprendre, s'entraîner, s'essayer, s'initier, travailler. Pour approfondir ses recherches, on devrait s'exercer chaque jour et non seulement à un moment précis. Même si ce moment est très intense; s'il est dilué parmi de trop nombreuses activités, il perd de son importance. S'exercer physiquement, c'est aussi faire de l'exercice, prendre l'air, manger et dormir suffisamment, se reposer, apprendre à respirer profondément, tirer parti de nos états d'esprit, apprendre à mieux se connaître, bref, pratiquer chaque jour la « sculpture de soi ».

L'importance de suivre l'actualité artistique

Comprendre son contexte de travail. Découvrir le milieu dans lequel on évolue. Connaître les autres artistes et leurs pratiques. Observer les stratégies de développement de carrière des autres artistes.

Être informé, c'est pouvoir se situer dans son propre milieu professionnel.

1.1 Le processus créatif

La créativité se définit très simplement par notre capacité de création et d'imagination. Avec cette définition, tout le monde peut être créatif, c'est-à-dire que tous peuvent avoir des idées créatives et imaginer des concepts ou des projets.

Le processus créatif quant à lui est plus complexe à définir puisqu'il implique le passage à l'acte créatif. Selon le type d'application que nous en faisons, le processus créatif se définit différemment. Par exemple, en gestion ou en publicité, des groupes de travail décrivent ce processus comme étant 1) la formulation d'un problème, 2) la stimulation des idées, 3) le tri ou la sélection, 4) la validation des idées ou des projets et 5) leur application concrète.

Ces cinq étapes font écho aux cinq phases du processus créatif identifiées et expliquées par le psychanalyste français, Didier Anzieu dans *Le Corps de l'œuvre* (Essais psychanalytiques sur le travail créateur, Paris, Gallimard, 1981). Dans cet ouvrage, il explique que le travail de la création se décline en cinq étapes :

- 1) éprouver un état de saisissement;
- 2) prendre conscience d'un représentant psychique inconscient;
- 3) l'ériger en code organisateur de l'œuvre et choisir un matériau apte à doter ce corps d'un corps;
- 4) composer l'œuvre dans ses détails;
- 5) la produire au dehors.

Chacune des phases comporte sa dynamique, son économie et sa résistance spécifiques. Certes, cet ouvrage est un incontournable pour ceux qui s'intéressent au phénomène. Néanmoins, que l'artiste s'appuie sur une théorie ou sur une autre, qu'il soit plus réceptif au vocabulaire utilisé par un gestionnaire ou par un psychanalyste, il peut s'inspirer des textes sur le sujet pour déconstruire et ainsi mieux comprendre son propre processus créatif. Ainsi, il sera plus en mesure d'agir sur celui-ci et de comprendre les étapes nécessaires au cheminement d'une idée, de son émergence à sa concrétisation.

Au Québec, quelques historiens de l'art se sont aussi penchés sur la question, c'est le cas de Louise Paillé, artiste multidisciplinaire et théoricienne de l'art, qui nous a donné un essai très révélateur sur le sujet : *Livre Livre, la démarche de création*⁶. Elle avance, entre autres, que la démarche artistique peut être expliquée « en optant pour une *attitude expérimentale* qui combine une approche théorique à une expérience personnelle ». Au travers son projet de création, *les livres-livres*, elle revisite les phases de la démarche de création, ses conditions et ses exigences. Elle nous rappelle que le regard (le nôtre ou celui du milieu) porté sur l'œuvre et sur la démarche change avec le temps.

⁶ Louise Paillé, *Livre Livre, la démarche de création*, Éditions d'art Le Sabord, 2004, 156 pages.

| Les 5 phases du processus créatif selon Anzieu⁷

1. Devenir créateur, c'est laisser se produire, au moment opportun d'une crise intérieure, [...] une dissociation ou une régression du Moi, partielles, brusques et profondes : c'est l'état de saisissement.
2. La partie du Moi restée consciente [...], rapporte de cet état un matériel inconscient, réprimé, ou refoulé, ou même jamais encore mobilisé, sur lequel la pensée préconsciente, jusque-là court-circuitée, reprend ses droits.
3. Celle-ci exerce alors son activité de liaison, mais sur la juridiction du Moi idéal, pour transformer en noyau central, organisateur d'une découverte ou d'une création possible, un ou plusieurs de ces représentants de processus, d'états ou de produits psychiques primaires, jusque-là ignorés ou excentrés. Ce noyau organisateur devient donc un code [...] permettant de générer une oeuvre originale [...]. Toute oeuvre à cette phase donne corps à un code.
4. Si le saisissement originel du Moi présente un caractère hallucinatoire, si la transformation d'un représentant mis en code présente un caractère quasi délirant, le corps à corps avec un matériau (sonore, plastique, verbal) s'apparente à la névrotisation. Ce travail de composition de l'oeuvre est une perpétuelle formation de compromis, qui ne peut être menée à bien qu'avec le soutien actif du Surmoi : le style utilise la stratégie propre aux mécanismes de défense inconscients; les remords, les retouches, les variantes, les recours à une documentation, les préoccupations logiques, éthiques, esthétiques, etc. [...]
5. Enfin achevée et publiée, ou jouée ou exposée — si le créateur surmonte ses ultimes inhibitions et sentiments de honte ou de culpabilité — l'oeuvre d'art ou de pensée produit un certain nombre d'effets sur le lecteur, le spectateur, l'auditeur, le visiteur : stimulation de la fantaisie consciente, déclenchement d'un travail de création — la boucle se referme parfois ainsi sur elle-même.

⁷ Didier Anzieu, *Le Corps de l'oeuvre*, essais psychanalytiques sur le travail créateur, Paris, Gallimard, 1981, page 93.

1.2 L'art pratique de la créativité

Un des livres issus de la culture populaire dans le domaine de la créativité est *L'art de la créativité* écrit par Julia Cameron, une romancière, poète, scénariste et dramaturge américaine qui enseigne l'art de la créativité depuis plus de trente ans. Dans cet ouvrage, elle propose, entre autres, trois exercices simples que les artistes peuvent mettre en pratique pour les aider dans leur réflexion et dans l'avancement de leur projet.

Le premier exercice s'intitule, *les Pages du matin*. Elle suggère d'écrire trois pages au réveil à chaque matin pour libérer son esprit et pour jeter sur papier ses pensées, ses frustrations, ses désirs. Il ne s'agit pas d'un exercice de style, mais plutôt d'écriture automatique libre de toute censure.

Deuxièmement, elle explique l'importance de se donner des *Rendez-vous d'artiste* au moins une fois par semaine. Ces rendez-vous consistent en une heure de son temps pour faire une activité reliée à son projet d'artiste; par exemple, aller magasiner des matériaux pour faire avancer un projet qui stagnait suite à un problème technique, ou encore, appeler une personne susceptible de vous aider dans vos démarches. Ce sont autant de petits gestes simples qui font une différence lorsqu'ils sont réalisés et conscientisés (et non oubliés sur la liste des choses à faire).

Finalement, elle propose la *Promenade hebdomadaire*. Ce troisième exercice consiste simplement à sortir prendre une marche. Elle explique que nos idées ont tendance à s'activer avec le fait d'avancer (physiquement dans l'espace). En marchant et en s'aérant, il est possible de changer son état d'esprit et renouveler sa perspective sur un problème ou une situation donnée.

Bref, ce livre propose un programme d'activités sur douze semaines qui vous accompagne dans vos réflexions personnelles. L'auteur suggère des stratégies aussi simples que celle d'échanger au sujet de vos projets avec des personnes de confiance qui connaissent déjà votre travail et qui sont capables d'une écoute active et empreinte d'empathie. Ce livre est divertissant, il se lit avec le même plaisir que l'on aurait à parler de sujets d'intérêts communs avec un ami de longue date.

EXERCICE

L'art pratique de la créativité

Voici un exercice qui s'inspire de ceux proposés dans le livre, *L'art pratique de la créativité* de Julia Cameron :

1. Écrivez tous vos « je devrais » jusqu'au point où vous verrez émerger vos « je pourrais ».
2. Conserver cette énumération. Dans vos actions, mettez l'emphase sur la réalisation de vos rêves et de vos aspirations en laissant aller, par le fait même, le poids du devoir.
3. Répétez cet exercice aussi souvent que nécessaire pour rester en contact avec vos désirs et ne pas vous perdre dans le tourbillon des besoins des autres (en accordant toute son attention à l'autre, on risque de se perdre de vue).

En effet, les besoins des diffuseurs ou encore les exigences des bailleurs de fonds représentent des contraintes avec lesquelles les artistes doivent composer par moments. En demeurant en contact avec ses propres besoins et ses propres visées de développement artistique, l'artiste s'assure de poursuivre son chemin sans trop se disperser ou encore dénaturer son travail artistique selon tous et chacun.

1.3 La motivation de poursuivre

Comme artiste, il est intéressant de se questionner au sujet de sa motivation. En anglais, l'expression *labour of love* définit le travail comme une réponse à un besoin d'accomplissement de soi; le travail pour la « cause » en opposition à un travail alimentaire que l'on accomplirait seulement en contrepartie d'une rémunération. L'artiste répond à un besoin qu'il ne peut taire. Cette pulsion de créer représente bien plus qu'un simple choix de carrière à un moment donné dans un parcours professionnel. Le travail solitaire, pour certains artistes, le manque de rétroaction sur leurs œuvres en cours et leurs objectifs parfois flous (voire existentiels) démontrent que les artistes font preuve d'une détermination hors du commun. Entre d'autres mots, ils font preuve de motivation au travail.

En fait, la motivation représente la force ou l'énergie qui pousse un individu à aller plus loin et à atteindre ses buts. Plusieurs facteurs influencent la motivation; la satisfaction (atteinte d'objectifs), l'engagement et le niveau d'implication au travail en sont des exemples. Quoi qu'il en soit, les artistes, tout comme les autres individus, recherchent ce qu'il leur procure un certain plaisir au détriment de ce qu'il leur est désagréable. Or, le développement de la pratique artistique apporte son lot de défis, d'épreuves et de frustrations qui peuvent entraîner l'artiste dans un état de démotivation momentanée. Il lui faudra donc, pour continuer son travail, retrouver la force et ainsi rétablir son équilibre. Si l'artiste a des élans créatifs, il a aussi des besoins. Bien qu'il existe plusieurs théories de la motivation au travail et plusieurs ouvrages sur le sujet, nous nous contenterons ici de présenter la hiérarchie des besoins selon Maslow. Le tableau 1 identifie trois catégories de besoins : de base, secondaires et méta. Tous ces besoins sont liés entre eux et apportent, chacun à leur niveau, une satisfaction lorsqu'ils sont comblés et, à l'inverse, un désappointement lorsqu'ils demeurent inassouvis. Bien que ces besoins soient présentés comme un tout indivisible, pour accéder au niveau de besoins suivant, il faut avoir satisfait les précédents.

Catégories de besoins ⁸		Exemples
Métabesoins	Transcendance	Dépassement de soi, altruisme, vérité, bonté, beauté, unité, nécessité, finalité, sens, justice, ordre, simplicité, jeu.
	Actualisation de soi	Accomplissement de l'idéal de soi, développement de son potentiel, réalisation de soi.
Besoins secondaires	Estime	Estime de soi : sentiment de puissance, accomplissement, maîtrise, compétence, confiance en soi, indépendance, liberté. Estime des autres : réputation, prestige, statut, succès, gloire, dominance, reconnaissance, attention, importance, dignité, appréciation.
Besoins primaires	Amour	Amitié, attachement, appartenance, complicité, affiliation.
	Sécurité	Stabilité, dépendance, protection, structure, routine, ordre, justice, frontières, etc.
	Besoins physiologiques	Besoin d'oxygène, faim, soif, copulation, sommeil, instinct maternel, besoin d'exercice, de stimulation, etc.

Tableau 1

⁸ A.H. Maslow, *Toward a Psychology of Being*, New York, D. Van Nostrand Co., Second Edition, 1968.

Cette hiérarchie des besoins de Maslow démontre que l'artiste doit d'abord s'assurer de subvenir à ses besoins primaires (physiologiques, de sécurité et d'amour), avant de pouvoir combler les besoins secondaires (d'estime de soi et d'autrui) ou encore les métabesoins (actualisation de soi et transcendance). Cet ordre des choses semble évident à la lecture du tableau 1, pourtant, il est fréquent d'entendre des artistes parler de leur processus créatif en soulignant : « n'avoir pas dormi de la nuit pour poursuivre un élan créatif », ou encore, « s'étonner d'avoir oublié de dîner parce que trop absorbé dans le travail ». Sporadiques, ces situations sont évidemment sans trop de conséquences. Par contre, à long terme, ces habitudes peuvent avoir des répercussions sérieuses sur la santé et la motivation de l'artiste. L'insécurité est malheureusement aussi commune dans la vie des artistes. Nombreux sont ceux qui survivent avec un minimum de revenu tiré de leur pratique les obligeant à vivre des situations d'instabilité prolongées voire, de dépendance à d'autres pour leur bien-être fondamental. Encore une fois, ce manque de structure (de réponse à des besoins fondamentaux) peut engendrer des états de dysfonctionnement. Le respect des pairs et le sentiment d'appartenance à une communauté de pratique (et d'intérêts) ne sont pas non plus toujours acquis pour les artistes ce qui affecte l'estime de soi nécessaire à l'accomplissement de son idéal et au développement de son potentiel. Finalement, la création, le propre de l'artiste, semble appartenir au « plus haut » niveau de besoins; l'actualisation de soi. Or, les artistes ne sont pas tous au même niveau de besoins et, par le fait même, n'ont pas tous comblé les besoins secondaires (estime de soi et des autres) qui leur permettraient de conscientiser des nouveaux besoins de dépassement de soi par exemple.

Allez, motivez-vous!

Des petits gestes pratiques qui peuvent aider à se « remotiver » seraient de scinder ses grands idéaux en objectifs atteignables. Lorsque vous identifiez des buts, votre comportement sera influencé par votre nouvelle volonté de les atteindre. L'objectif est par définition précis; lorsque vous aurez fait l'exercice de clarifier votre pensée, vos visées vous sembleront probablement plus réalisables. Toutefois, l'objectif ne sera efficace que s'il est habilement dosé; s'il ne vous pose aucun défi, il risque de vous ennuyer alors qu'au contraire, s'il est inatteignable, vous risquez de vous décourager et de l'abandonner.

L'artiste motivé au travail est celui qui se sent en possession de ses moyens; qui se reconnaît compétent. L'engagement et l'implication de l'artiste dans son propre développement artistique lui permettent de soutenir sa motivation. Si vous êtes de ceux qui croient que l'art est la vie et que la vie est l'art, l'artiste serait d'une implication totale alors que son travail artistique se confond avec sa vie en général.

EXERCICE

La motivation

Reconnaître son manque de motivation peut donner des pistes de travail vers une résolution de problèmes. Faire un travail qui a du sens renvoie directement à la notion de vie utile, voire à un sentiment d'appartenance. La hiérarchie des besoins de Maslow aide à mieux comprendre les besoins de base à combler avant même de sentir que son travail est empreint de sens.

Reconnaître sa propre façon d'être pour se placer dans un cadre approprié et répondre à ses besoins plutôt que de les ignorer permettrait de redonner un élan sa motivation (par exemple, si l'artiste éprouve le besoin d'échanger avec les autres, il pourra partager son atelier plutôt que l'occuper seul).

Posez-vous ces questions pour mesurer votre motivation :

1. Ai-je toujours mon objectif de départ?
2. Pourquoi ai-je commencé à m'impliquer dans ce processus de création?
3. Quel besoin cherchais-je à combler?

1.4 Apprendre et s'apprendre!

On dit souvent du milieu des arts visuels (ou d'autres disciplines en recherche et développement) qu'il est en questionnement perpétuel. Or, les artistes sont ceux qui engendrent cette remise en question et qui défient parfois l'ordre établi. Dans leur pratique artistique individuelle, il leur arrive aussi souvent de questionner leurs propres façons de résoudre une problématique, leurs habitudes ou leurs défis professionnels. Pour ceux qui passent le stade de la simple remise en question et qui, par la conscientisation, font le point sur une situation donnée et envisagent les conséquences ou même les résultats potentiels sont en fait ceux qui expérimentent l'apprentissage.

L'apprentissage permet à l'artiste de mieux s'adapter à son milieu qui est en constante transformation; c'est-à-dire que s'il veut changer (s'il est motivé par ce changement), ses habitudes, ses modes de pensées automatiques et ses croyances pourront lui permettre de se développer. L'artiste qui apprend est celui qui décide de changer un comportement qui ne répond plus à un besoin. Il le remplace par un nouveau comportement, ce qui implique qu'apprendre, c'est aussi changer!

Dans cette fiche, il sera question de trois approches de l'étude de l'apprentissage. Elles seront nommées et très sommairement effleurées. En les lisant, les artistes pourront s'interroger au sujet de leur propre mode d'apprentissage et observer l'approche qui leur convient davantage. Nous espérons que cet avant-goût vous incitera à consulter les ouvrages de références à leur sujet.

Approches de l'étude de l'apprentissage

L'approche behavioriste est basée sur l'étude du comportement. Elle s'explique par le choix du comportement à adopter ou à rejeter pour atteindre un objectif. Pour conditionner le comportement des personnes dans un milieu de travail donné, il y a instauration de systèmes de récompenses et de mesures disciplinaires qui encouragent ou découragent des changements d'attitudes ou de comportements des personnes.

Pour l'artiste, un exemple de récompenses pourrait être :

- Monétaires : subventions méritoires, vente d'œuvres, réception d'un prix, etc.
- D'autre nature : commentaires positifs sur son travail par d'autres artistes ou travailleurs du milieu, bonnes critiques ou couverture de presse dans les médias, etc.

Alors que son contraire pourrait être :

- Le manque de reconnaissance et de validation par les pairs ou le jugement négatif.

Lorsque l'artiste saisit ce résultat de cause à effet, il tend à le reproduire. Or, dans le milieu professionnel puisque l'artiste est un travailleur autonome et par conséquent n'est pas à l'emploi d'une firme qui pourrait, par l'approche behavioriste, influencer son « rendement », les artistes peuvent bien reproduire un comportement qui leur avait apporté une reconnaissance dans le passé sans que celle-ci se reproduise. Par exemple, un artiste peut manœuvrer pour vendre ses œuvres sans avoir le même résultat d'une fois à l'autre. Il peut solliciter une subvention auprès d'un Conseil des arts et se la voir refusée sans raison liée à la qualité du travail (manque de fonds disponibles par exemple). Néanmoins, l'artiste peut apprendre quel comportement prévaut dans son milieu pour s'adapter aux codes professionnels et se positionner parmi ses pairs.

L'approche cognitive s'appuie sur l'étude de la pensée et sur les limites de la compréhension que l'on a de soi (ses « vérités »). En d'autres mots, si l'artiste veut changer un aspect de sa vie (ses croyances, ses pensées, ses humeurs), il devra faire un apprentissage qui suppose la modification d'une attitude ou d'une conduite à la suite d'une situation donnée. Par exemple, un artiste qui croit que le milieu artistique est accueillant et convivial adoptera vraisemblablement une attitude d'ouverture alors qu'il se présentera dans un vernissage. Au contraire, celui qui croit que ses pairs sont austères et vils, risquera de se protéger et mesurer ses interventions dans un contexte social. Malgré son caractère caricatural, cet exemple illustre que nos pensées (et nos croyances) dictent nos attitudes et nos agissements. L'apprentissage dans ce cas, requiert un changement de la pensée.

L'approche expérientielle est basée, le nom le dit, sur l'expérience vécue. Cette approche postule qu'un apprentissage s'effectue lorsqu'une personne confronte ses idées (abstraites) à son expérience (concrète), en les mettant en oeuvre (action) et en analysant les hypothèses de base et les conséquences de ses actions (réflexion). L'artiste doit expérimenter le processus de mise en exposition de ces œuvres pour confronter ses idées (conceptuelles) à la réalité de leur mise en espace (expérience concrète dans l'action) et en tirant des conclusions sur l'impact de son travail (réflexion). Dans cette approche, il y a apprentissage que lorsqu'on peut tirer des conclusions de nos expériences personnelles en lien avec notre contexte (environnement extérieur) avant d'entreprendre un nouveau cycle (idée-expérience-action-réflexion).

Les résistances au changement

Les résistances au changement sont vécues par des personnes qui craignent la perte (ou la remise en cause) d'un certain ordre établi. Dans une organisation, les changements importants sont habituellement gérés de manière à aider les individus à s'adapter aux changements et faciliter ainsi leur apprentissage des nouvelles réalités avec lesquelles ils doivent dorénavant conjuguer. Dans leur communauté de pratique, les artistes qui ont des résistances aux changements appréhendent leur perte d'identité potentielle (comme groupe) et la réorganisation des façons de faire habituelles. Heureusement, avec le temps et grâce à une prise de conscience du comportement de résistance et à l'appropriation dans l'expérience (prise en charge du changement), l'artiste, qui résistait au changement, pourra assimiler les nouvelles exigences. Les résistances au changement peuvent donc permettre aussi l'apprentissage dans la mesure où elles révèlent les mécanismes de défense de l'individu qui transposent ses expériences passées dans une nouvelle situation donnée.

L'école des coups durs : réactions suggérées et façons d'apprendre ⁹

Source de détresse (c'est généralement un choc psychologique ou un coup inattendu)	Réaction suggérée (permet de résister à une réaction impulsive, de se trouver une place pour prendre de l'air, de chercher de l'aide par exemple)	Façon d'apprendre (constitue souvent une façon de retenir les leçons de l'expérience malheureuse)
Faire une grave erreur	Aller passer sa colère ou sa peine à l'écart des autres	Admettre l'erreur et en chercher la cause
Être surchargé, se sentir incompétent	Réduire sa charge de travail et éviter de rester fixé sur ses imperfections	Se concentrer sur les améliorations possibles
Être forcé d'aller contre ses propres principes	Réaliser qu'il n'y a pas de solution facile	Déterminer ce qu'on veut vraiment, ses valeurs
Être pris dans une impasse	Passer sa frustration dans un endroit en retrait	Bien écouter les arguments de ses adversaires
Être victime d'une injustice	Éviter de blâmer les autres et de se venger impulsivement	Repérer les valeurs qui ont été transgressées et les adopter
Perdre la responsabilité d'un projet	Exprimer sa déception	Admettre la défaite comme juste et étudier les comportements de l'adversaire
Être critiqué par un collègue (autre artiste ou travailleur culturel)	Réagir avec assurance	Étudier la mentalité de celui qui nous critique pour mieux comprendre

Tableau 2

Ce dernier tableau présente les réactions suggérées et les façons d'apprendre selon les sources de détresse potentiellement vécues dans un contexte de travail. L'artiste peut s'en inspirer ne serait-ce que pour comparer ses réactions habituelles et y réfléchir. Les jeux de rôles ou les mises en situation sont très utiles à la prise de conscience. L'artiste est souvent en situation d'apprentissage. Par sa nature curieuse et son ouverture sur le monde, il est constamment déstabilisé; lorsqu'il se risque pour la première fois à présenter une nouvelle recherche, il se montre vulnérable et s'expose à la critique; lorsqu'il doit voir à tous les aspects de la gestion de sa carrière, il peut se sentir surchargé, etc.

⁹ Estelle M. Morin et Caroline Aubé, *Psychologie et management*, Les Éditions de la Chenelière, 2007, p. 230. Tableau traduit et adapté par Marie-Ève Marchand provenant de R. Snell, «Experiential learning at work : why can't it be painless» IN *Management Decision*, 30 (6), 1992, p. 133-142.

EXERCICE

Apprendre à s'apprendre!

Voici un exercice inspiré des astuces proposées par Estelle Morin dans *Psychologie au travail* :

- Prenez quelques instants pour prendre conscience de ce que vous aimez vraiment faire par rapport à ce qui vous ennuie, notez ces activités et tentez d'augmenter la fréquence de celles qui vous plaisent au détriment des autres.
- Fouillez vos sujets d'intérêt, ne vous contentez pas d'informations partielles, cultivez votre curiosité intellectuelle.
- Soyez créatifs, lorsque vous vous trouvez dans une impasse ou que vous êtes pris d'ennui dans vos tâches, regardez-les d'un angle différent ou encore ajoutez-y un défi professionnel.
- Surpassez-vous, surprenez-vous, dépassez vos propres limites en envisageant des solutions créatives et originales.
- Détendez-vous, réservez du temps pour réfléchir et laissez vos idées émerger.

1.5 Le cycle organisationnel de la vie

Le Cycle organisationnel de la vie provient de l'approche de structuration sociale globale appelée *Panarchie* qui a vu le jour au XVI^e siècle. En 1860, Paul Émile de Puydt appliqua la Panarchie aux relations sociales et politiques en démontrant que plusieurs gouvernements librement choisis par leurs électeurs pouvaient coexister côte à côte sur un même territoire, et ainsi pourvoir, plus efficacement et à un moindre coût, les services offerts à la communauté.

De nos jours, ce concept de non-territorialisation des différences dans une attitude de tolérance mutuelle au nom d'une évolution globale continue de nourrir certaines visions anarchistes et environnementalistes.

Le schéma issu de cette théorie scientifique éminemment pragmatique (tableau 3) précise les modes de fonctionnement de tout système qui se veulent avant tout évolutif et où chacun devient l'agent transformateur et le libre arbitre de ces propres choix. Ce schéma s'applique à n'importe quel contexte socio-économique, politique et même artistique.

Ainsi, en examinant cette boucle de l'infini illustrant le continuum de la bonne circulation d'un système de même que les endroits de stagnation possibles, l'artiste aura une vue d'ensemble qui lui permettra d'identifier à quel endroit il se trouve dans ce cycle naturel d'évolution. Traverse-t-il une étape normale ou est-il présentement pris au piège? Cette illustration d'un passage assuré vers l'évolution n'est pas si étrangère à certaines représentations du processus de création identifiant aussi des périodes où nous vivons une crise ou bien nous sommes tout simplement en train d'inventer.

Note :

Nous vous proposons en 1.5 et 1.6 deux activités de mises en situation qui vous demanderont, dans un premier cas, d'intérioriser votre propre processus de création et de le situer, grâce à un schéma abstrait, dans un cycle évolutif. Dans un deuxième temps, nous vous proposons un exercice de mise en situation qui vous permettra une prise de conscience. Dans les deux cas, vous serez appelé à puiser dans votre expérience de vie pour alimenter cet exercice.

EXERCICE

Le cycle organisationnel de la vie

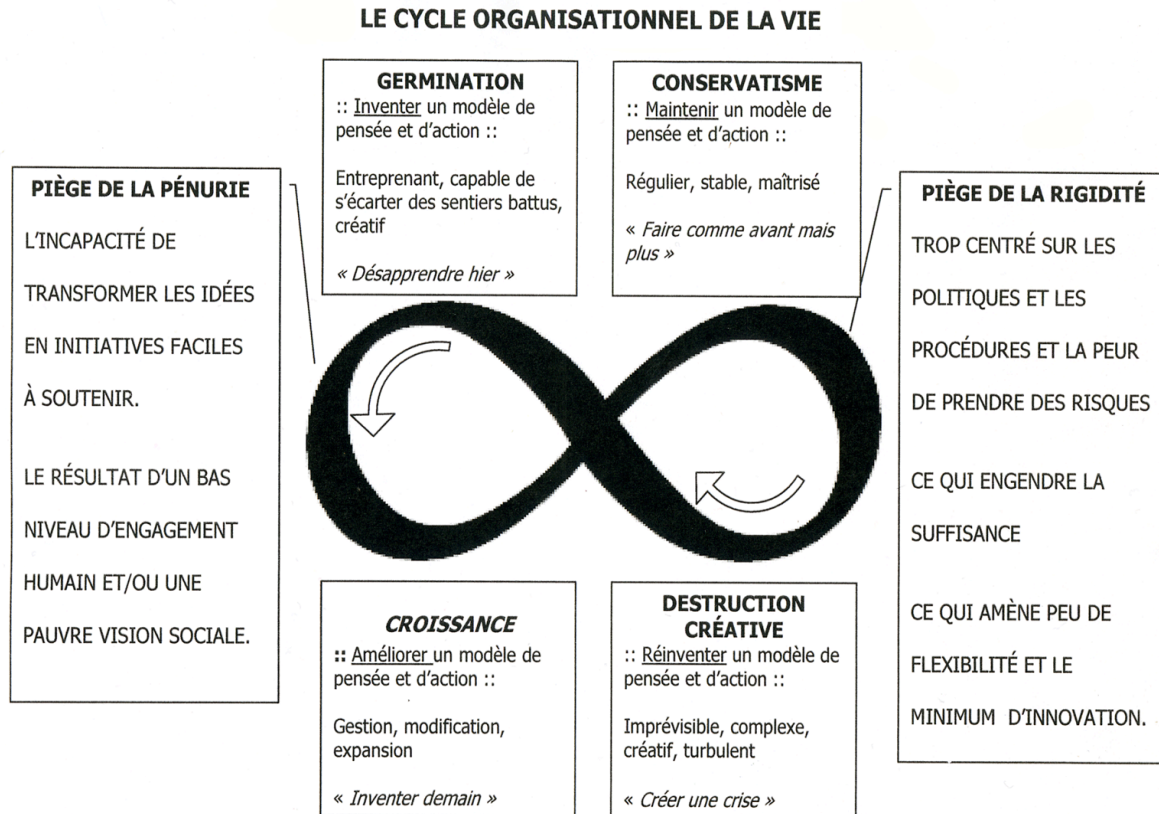


Tableau 3

Prenez le temps de lire et de comprendre le tableau 3 ci-dessus.¹⁰

Il s'agit d'un exercice de réflexion et de visualisation. Le but de cet exercice est de vous faire prendre un certain recul par rapport à votre pratique. Ce regard vous permettra d'évaluer votre cheminement passé et à venir. Il vous permettra de relativiser les étapes que vous passez dans votre processus créatif, mais aussi dans votre cheminement de vie.

Réfléchissez à votre pratique actuellement et tentez de la situer sur la boucle de l'infini. Observez le cycle dans lequel vous êtes. Tentez d'identifier le travail qui vous a amené à ce stade-ci (l'étape précédente sur la boucle de l'infini). Regardez l'étape qui suit. Souvenez-vous que chacune de ces étapes est nécessaire à l'évolution de la pensée et représente le cycle organisationnel de la vie.

¹⁰ Tableau traduit par Pierre Duval tiré de L.H. Gunderson, C.S Holling *Panarchy : Understanding Transformations in Human and Natural Systems*, Island Press, Washington, D.C, 2002, 508 pages.

1.6 Mode de vie et mode de création

Ce schéma (tableau 4) propose une vue d'ensemble de la dynamique des différentes composantes de la profession d'artiste où tous les éléments interagissent entre eux. Nous nous sommes inspirés des schémas du théoricien et artiste américain Richard Schechner¹¹ qui illustre les liens entre l'esthétique et le social. Pour lui, chaque action humaine s'inscrit inévitablement à la fois dans le monde et dans notre conscience.

Nous avons créé un graphique dont le mouvement de départ se situe dans l'interinfluence qu'entretiennent entre eux le mode de vie et le mode de création artistique. Cette synergie se répercute sur le choix des actions de l'artiste en lien avec les compétences et les étapes nécessaires à l'exercice de son métier puis finalement dans la personnalisation de son engagement et de son positionnement dans le domaine et le milieu dans lequel il entend évoluer.

L'objectif de ce schéma est d'observer la circulation ou la stagnation du mouvement global dans lequel l'artiste s'investit de façon à prendre conscience des modifications qui s'opèrent au fur et à mesure de ces décisions. Ainsi, l'artiste demeure le moteur principal d'une structure de fonctionnement constamment adaptable et au service de ce qui le caractérise.

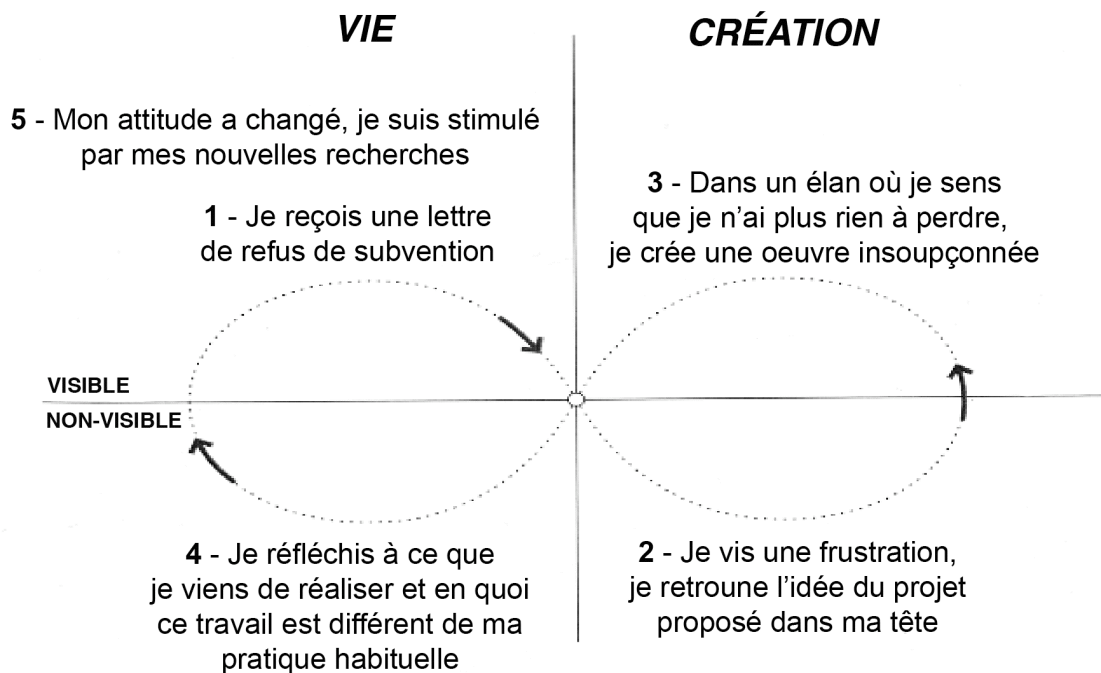


Tableau 4

¹¹ Tableau inspiré de Richard Schechner, *Performance Theory, revised and expanded edition*, Ed. Routledge, New York, London, 1988, p. 190.

Ce schéma permet de se rendre compte et d'agir sur les limitations que l'artiste rencontre dans la vie et d'identifier comment elles se propagent à l'intérieur de la création et en sens inverse également. L'artiste peut alors comprendre de quelle façon cette fluidité éclairée teinte l'interdépendance que celui-ci crée entre ce qui constitue son action, sa conscience et son positionnement dans le « monde » des arts.

La forme du huit de l'infini illustre graphiquement un mouvement évolutif. Par exemple, lorsque nous partons du centre (en suivant le sens des flèches) et que nous parcourons plusieurs fois toute la forme, nous nous investissons dans une circulation sans point de départ ni point d'arrivée.

La ligne horizontale représente un miroir actif reflétant que non seulement le mode de vie et le mode de création artistique interagissent entre eux, mais qu'au cours de cette trajectoire en changement tout n'est pas visible et prévisible. C'est notre observation de ce qui était invisible devenu visible qui permet d'identifier les moments déclencheurs et de réaliser les prises de conscience successives et les apprentissages effectués.

La relation interactive entre le mode de vie et le mode de création se répercute directement sur le contexte de production et au sein du domaine des arts. Ce schéma agit comme un autodiagnostic de son propre mouvement évolutif (l'obtention de « sa couleur personnelle ») tout en permettant de ne pas se sentir en bataille ou en contradiction avec les composantes de natures différentes inhérentes à la profession d'artiste.

EXERCICE

Mode de vie et mode de création

JOUEZ!

1. Debout, fermez les yeux et détendez-vous jusqu'à vous sentir bien centré. Naturellement (sans anticiper), dirigez votre conscience dans l'intention de marcher. Ouvrez les yeux et marchez 10 pas.
2. Arrêtez-vous, refermez les yeux, laissez venir à vous des sensations, des sentiments, des images plus spécifiquement reliées à votre identité d'artiste. Lorsque vous sentez que cette identité est bien ressentie et circonscrite à l'intérieur de vous, tournez-vous vers la direction où vous marchiez auparavant. Ouvrez les yeux et marchez 10 pas.

OBSERVER VOTRE EXPÉRIENCE

Par exemple si les deux marches sont identiques :

Vous êtes en équilibre et vous vous situez sur le point de rencontre des deux ellipses de la boucle de l'infini. Si les deux marches sont différentes, voyez ce qui peut se transférer dans une sphère ou dans l'autre (mode de vie et/ou mode de création et vice-versa).

Par exemple :
Je marche dans la vie = sentiment d'assurance
Je marche dans la création = plus lentement et à tâtons

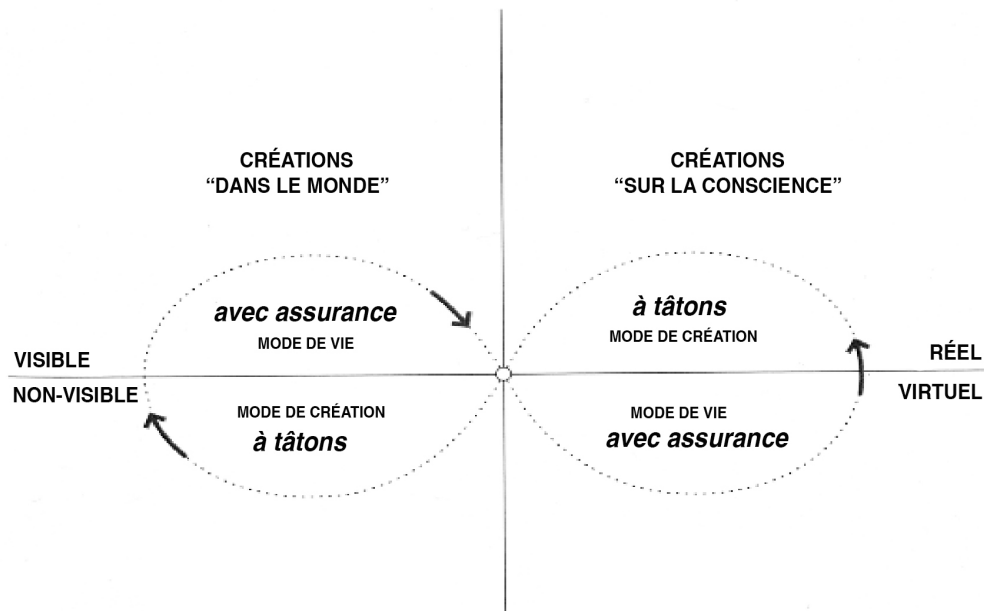


Tableau 5

Note :

Ce tableau provient de Richard Schechner, *Performance Theory, revised and expanded edition*, Ed. Routledge, New York, London, 1988, p. 190.

2. L'ARTISTE ET QUELQUES OUTILS

Réfléchir dans l'action

Dans cette section, nous vous présentons des outils qui pourraient vous soutenir dans votre travail artistique ou encore dans l'exercice de vos activités quotidiennes. Ils sont simples et ils sont empruntés à la pratique de gestion : marketing, organisation du travail et gestion du temps. À chaque fois, vous êtes invités à reconnaître ce qui peut vous aider dans la coordination de vos activités artistiques.

Nous vous proposons de faire l'analyse de votre environnement de travail; l'environnement compris dans son sens large; tant votre communauté de pratique que votre environnement de travail immédiat (dans vos petits gestes du quotidien dans l'atelier ou à la maison).

Pour analyser son environnement, il faut faire preuve d'ouverture et se prêter aux jeux de rôles qui vous invitent à prendre un siège qui n'est pas le vôtre. Ainsi, en changeant de perspective, vous vous permettez d'entrevoir de nouvelles solutions à vos problématiques.

2.1 Le SWOT

L'analyse SWOT de l'anglais *Strengths* (forces), *Weaknesses* (faiblesses), *Opportunities* (opportunités), *Threats* (menaces), est un outil qui permet le diagnostic organisationnel. Ce modèle a été développé dans les années 1960 par Learned, Christensen, Andrews et Guth, quatre professeurs de la *Harvard Business School*.

Cet exercice permet de schématiser simplement l'analyse d'une situation selon deux perspectives; interne et externe. Bien que cet outil ait été développé pour la planification stratégique des organisations et que l'artiste est perçu de plus en plus comme une petite entreprise, pourquoi ne pas adapter cet outil aux réalités d'un travailleur autonome. Ainsi, pour les artistes, il permet de faire le point sur une situation donnée et de mesurer le réalisme d'un de ses objectifs. Par exemple, si l'objectif posé est d'augmenter ses revenus, il faudra se questionner au sujet de ses **forces** et de ses **faiblesses** (perspective interne sur laquelle on a du contrôle), c'est-à-dire au sujet des aspects qui favoriseront ou vous éloigneront de l'atteinte de l'objectif. Dans un deuxième temps, il vous permettra d'identifier les **opportunités** et les **menaces** (perspective externe que l'on subit ou dont on profite) qui s'imposeront par rapport au même objectif.

En remplissant les quatre cases, il est possible d'avoir un portrait rapide d'une situation donnée. Le plus intéressant est d'observer ses propres limites face à l'identification d'un problème. Souvent, si vous demandiez à un ami qui vous connaît bien de remplir le même tableau (avec le même objectif de départ) à votre sujet, il apporterait un regard différent et donc des réponses différentes à vos questions.

Cet exercice vous permet donc de prendre conscience de votre compréhension d'une situation donnée. Si vous poussez la réflexion, vous serez en mesure de rechercher d'autres réponses et ainsi transformer vos propres idées reçues au sujet de vos défis personnels.

Voici un exemple qui pourrait donner des idées :

Objectif : exposer mes oeuvres	Utile pour atteindre l'objectif	Néfastes pour atteindre l'objectif
Interne	<p align="center">(Strengths) Forces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mes œuvres sont prêtes ou mon projet est clair. • Mes documents de présentation sont écrits et révisés (démarche, texte de projet, CV). • Je suis motivé. 	<p align="center">(Weaknesses) Faiblesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manque de confiance en mes capacités. • Je ne connais pas assez les lieux d'exposition. • Peur du rejet (le refus).
Externe	<p align="center">(Opportunities) Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Appels de dossiers annuels. • Possibilité d'obtenir une subvention. • Visite de vernissage et contact avec d'autres artistes pour être plus au fait des lieux de diffusion. 	<p align="center">(Threats) Menaces</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beaucoup d'artistes qui veulent aussi exposer leurs œuvres.

Tableau 6

EXERCICE

Reproduire l'analyse *SWOT*

Pour faire cet exercice, fixez-vous un objectif clair et inscrivez-le dans la case appropriée. Remplissez d'abord les deux cases de la première ligne horizontale (la perspective interne). Ensuite, remplissez les deux cases de la deuxième ligne (la perspective externe).

Analysez vos résultats. Si vous le pouvez, demandez à un collègue de vous donner son avis au sujet des quatre aspects (forces, faiblesses, opportunités et menaces) de l'objectif que vous vous êtes fixé.

Ajoutez la date et conservez votre exercice complété pour mesurer votre développement lorsque vous y référerez à nouveau plus tard.

Objectif :	Utile pour atteindre l'objectif	Néfaste pour atteindre l'objectif
Interne	<i>(Strengths) Forces</i>	<i>(Weaknesses) Faiblesses</i>
Externe	<i>(Opportunities) Opportunités</i>	<i>(Threats) Menaces</i>

Tableau 7

Exercice complété par : _____

Date : _____

2.2 Réfléchir au concept de « carrière » comme artiste en arts visuels ¹²

De plus en plus, nous référons à la « carrière artistique » pour aborder globalement le cheminement professionnel d'un artiste. Loin de convenir à tous les artistes, cette terminologie, qui réfère à l'entrepreneuriat des artistes, appareille le rôle de l'artiste à celui du travailleur dans notre société. Alors que certains considèrent qu'être un artiste, c'est d'abord un état d'esprit et une manière de voir, d'observer et de traduire le monde, d'autres, sans évacuer ce qui précède, conçoivent leurs pratiques de manière plus entrepreneuriale. Or, ces visions sont conciliables.

Quoi qu'il en soit, au cours de sa vie, l'artiste devra faire des choix professionnels qui influenceront son cheminement ou sa « carrière ». C'est pourquoi, il nous apparaît pertinent ici de fournir des questions qui pourraient aider l'artiste à orienter sa pratique, à faire les « bons » choix selon ses propres objectifs de carrière ou vision artistique à plus long terme.

Depuis plusieurs années au Québec, plusieurs formateurs et organismes se sont penchés sur le développement de carrière artistique en mettant sur pied des formations en gestion de carrière artistique. Ils enseignent, entre autres, comment identifier la nature de ses besoins (comme artiste et comme travailleur autonome), son positionnement, son discours, l'identification du public ciblé, la promotion, la mise en marché, les communications...

Le plan de carrière

Qui suis-je et qu'est-ce que je veux comme avenir?

Un rendez-vous professionnel avec soi-même? Tous les travailleurs de tous les domaines s'en posent un éventuellement au cours de leur carrière. Tous feront face à des moments d'incertitude ou de changement professionnel. Certains envisageront même des transitions de carrière en tablant sur leurs compétences transférables dans un autre domaine d'activité.

Entrevoir son développement professionnel sur plusieurs années permet d'atteindre des objectifs et de mesurer ses avancées. Un plan de carrière peut se faire sur 3 ou 5 années et être révisé aussi souvent que les aléas de la vie le commandent.

Lorsque nos buts sont clairement identifiés, il est plus facile d'accepter ou de refuser des propositions puisque nous pouvons évaluer en quelques instants si telle ou telle opportunité nous éloigne de notre but ou, au contraire, nous en rapproche.

¹² Cette fiche est en lien avec la section 3 de la première partie de ce document, laquelle porte sur les compétences entrepreneuriales (pp. 31-38).

EXERCICE

Mon plan de carrière

Pour faire cet exercice, vous êtes invité à reproduire la fiche suivante, la dater et répondre aux questions par écrit. Si le mot « carrière » vous agace, remplacez-le par « cheminement artistique » ou encore par « développement de la pratique artistique ». N'hésitez pas à vous approprier l'outil. Il sera pertinent pour vous que si vous le faites avec franchise et réalisme.

Si vous réalisez votre travail artistique en collaboration avec d'autres artistes, faites l'exercice seul et ensuite partagez les résultats avec vos collaborateurs.

Conservez vos résultats afin de les consulter encore dans quelques années alors que vos réponses (valeurs, croyances, expériences, compétences et exigences) auront changé.

Les questions à se poser :

Mes valeurs et mes exigences :

- Qu'est-ce qu'une carrière artistique pour moi? Quel est mon idéal de carrière?

Mes expériences passées :

- Qu'ai-je accompli jusqu'à présent? En combien d'années?

Mes aptitudes :

- Qu'est-ce que j'aime faire? Qu'est-ce que je n'aime pas faire?

Mes compétences :

- Quelles sont mes forces et mes faiblesses?

Mes objectifs professionnels :

- Quelles sont mes perspectives? Me projeter dans les prochaines 5 années.
- Quels sont les revenus minimums par année avec lesquels je peux produire et vivre?
- Quelles connaissances et/ou compétences devrai-je acquérir pour atteindre mes objectifs?
- Quelles expériences professionnelles devrai-je réaliser pour atteindre mes objectifs?

2.3 La carte heuristique

La carte heuristique (*mind map* en anglais) schématise les connexions sémantiques entre les concepts ou les idées. Elle est une représentation arborescente des données, basée sur les mêmes principes que l'organigramme (l'un étant en fait une variante de l'autre et réciproquement).

Une carte heuristique met en œuvre différentes composantes : utilisation de formes, de couleurs et de graphismes (illustrations, symboles) qui permettent une compréhension aisée par un fonctionnement optimal et conjoint des hémisphères cérébraux.

Le concept des cartes heuristiques a été formalisé à la fin des années soixante par Tony Buzan, consultant et auteur prolifique d'origine anglaise. Ses travaux ont porté sur le cerveau et ses modes d'apprentissage, sur la mémoire et la lecture rapide.

La carte heuristique a de nombreuses applications potentielles dans des domaines personnels, éducatifs et professionnels. On peut l'utiliser pour :

- la prise de notes;
- la préparation d'une conférence, d'un exposé ou d'un cours;
- le brainstorming (remue-méninges);
- la structuration d'un projet ou l'arborescence d'un site Internet;
- la visualisation d'organisation complexe d'idées.

La carte heuristique est utilisée dans l'enseignement et dans le milieu des affaires, et son principe est exposé dans certains cours de management.

EXERCICE

La carte heuristique

Une carte heuristique peut être dessinée en utilisant simplement une feuille de papier et des crayons de couleur. Un grand tableau permet de travailler à plusieurs sur la même carte.

Créez votre carte, c'est facile.

Partez d'un point à développer et dessinez ses différents aspects (branches). Plus vous ajoutez de bulles, plus vous détaillez l'idée et obtenez une vue d'ensemble.



Tableau 8

Si vous êtes bloqué dans l'élaboration de votre carte heuristique, il peut s'avérer utile pour vous aider à détailler une idée, de vous inspirer des sept questions suivantes : qui?, quoi?, quand?, où?, comment?, avec qui, avec quoi? et pourquoi? Bien sûr, ces questions seront vite dépassées par l'élaboration de vos idées. Cette carte est utile pour amorcer et détailler une idée, un concept ou un projet. Elle vous fait voir la « mécanique générale » de cette idée, ce concept ou ce projet.

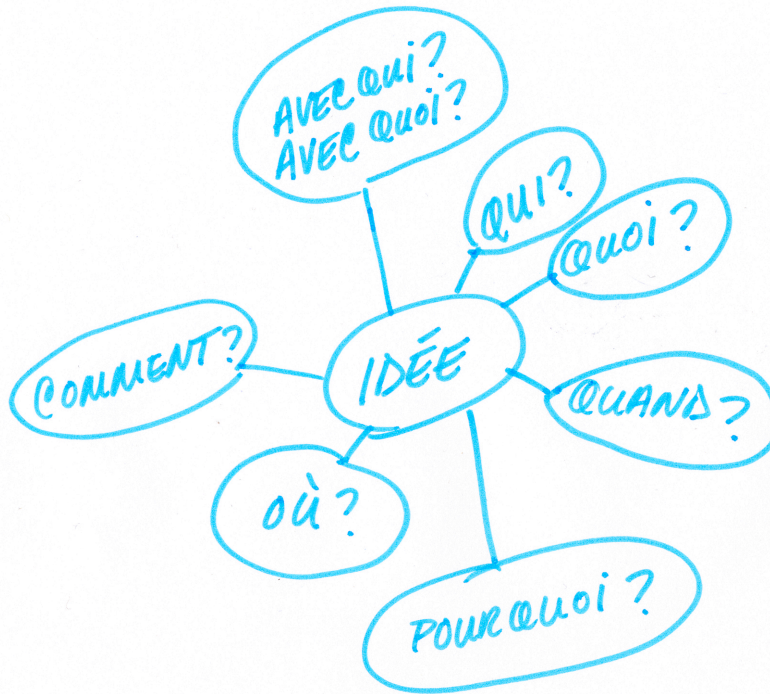


Tableau 9

Utilisez cette technique pour écrire votre démarche artistique, pour préparer un cours ou encore pour créer l'arborescence de votre site Web. Vous référez aussi au site Internet, petillant.com ou, au Québec, creativite.net et pierrepilon.com.

Des logiciels (*MindManager*, *iMindMap* ou encore *ThinkGraph*) ont aussi été conçus pour l'élaboration de cartes heuristiques numériques. Que vous la dessiniez à la main ou avec votre ordinateur, la carte heuristique représente un outil facile à utiliser et stimulant pour la schématisation de vos idées.

2.4 La liste

Écrire une liste est utile pour nous libérer l'esprit sans oublier pour autant ces choses que nous souhaitons faire. La liste, lorsqu'elle comprend les bons éléments, peut nous aider à progresser de manière cohérente dans le temps.

Les bons éléments

La liste doit comporter des actions que nous pouvons réaliser en une seule fois, des actions que nous pouvons faire nous-mêmes pour l'atteinte d'un but. Éliminez ou reformulez tous les éléments d'une liste qui stagnent parce qu'ils semblent irréalisables. Consignez des tâches qui ne sont pas trop longues à accomplir, si vous avez un élément qui se déploie dans le temps, réduisez-le en étapes. D'un autre côté, si la tâche en question est trop courte, mieux vaut s'en occuper tout de suite (plutôt que de perdre son temps à l'écrire ou à la planifier).

La liberté d'esprit

Lorsque nous accomplissons des éléments de la liste, nous diminuons le stress relié à la charge du travail à faire. En raturant les éléments au fur et à mesure qu'ils sont réalisés, nous constatons notre progression. Finalement, n'écrivez pas des listes éternelles, choisissez ce qui doit être accompli à court terme (par exemple dans une seule journée) et passez à une autre liste pour un autre jour.

Voici une liste de références sur le sujet :

- *Le vertige de la liste* d'Umberto Eco
- *L'art des listes* de Dominique Loreau
- *La liste des listes* sur Wikipédia

2.5 Gérer son temps

Voici quelques trucs à essayer si vous voulez mieux gérer votre temps; commencer par dire NON à tout ce qui vous éloigne ou vous distrait du but que vous voulez atteindre.

- Installez votre environnement de travail de façon à minimiser vos déplacements, ayez tout le nécessaire à portée de main.
- Pensez à vous d'abord, ne vous laissez pas entraîner dans les plans des autres sauf si vous le désirez vraiment.
- Faites de l'ordre dans votre vie, archivez vos documents, classez vos dossiers au fur et à mesure.
- Reconnaissez votre rythme de travail. Par exemple, si vous êtes très productif le matin, occupez-vous des tâches plus difficiles à ce moment pour vous permettre de traiter les plus aisées à d'autres moments de la journée où votre concentration est moins grande.
- Lorsque vous n'arrivez pas à vous mettre au travail, divisez-le en plus petites tâches afin d'amoinrir son ampleur et vous permettre de commencer par une première étape.
- La quête de perfection gruge insidieusement votre temps, réalisez les tâches dans le but de les accomplir avec succès (et non à la perfection).
- Captez vos idées lorsqu'elles surgissent. Ayez sur vous un calepin ou un autre moyen d'enregistrer vos pensées sans quoi vous risquez de vous embourber l'esprit ou de simplement perdre votre idée.
- Lorsque vous devez accomplir une tâche, fermez votre cellulaire ou autre téléavertisseur. Vous n'avez pas à être disponible en tout temps pour tous.
- Dans le même ordre d'idées, désactivez les avis de réception de message et consultez vos courriels une ou deux fois par jour sans plus.
- N'hésitez pas à célébrer vos bons coups, lorsque vous complétez un travail d'envergure, sortez et amusez-vous.

3. L'ARTISTE DANS SON CONTEXTE

Prendre sa place dans le milieu professionnel

En tant qu'artiste, il nous arrive de vivre un certain isolement. Lorsqu'on cherche des solutions à des problématiques qui nous semblent insolubles ou qu'on a l'impression d'être dans une impasse, il existe plusieurs outils pour trouver des solutions.

Se connaître et se comprendre peut nous aider à trouver des solutions. Il arrive de s'imposer des conditions ou des stratégies qui ne nous ressemblent pas. À trop vouloir tendre vers un modèle inapproprié pour soi, on se frustre et on se décourage.

Les artistes sont appelés à interagir avec leurs pairs pour, entre autres, rayonner dans leur milieu professionnel. Comment les artistes composent-ils avec les défis que posent les différents types de personnalité et les difficultés liées au réseautage?

3.1 Notes sur la personnalité

Pour mieux comprendre les insatisfactions vécues lors de vos rapports professionnels avec vos pairs, il importe de bien se connaître, mais aussi de savoir à qui l'on a affaire.

La personnalité peut nous informer au sujet des difficultés que l'on rencontre ou encore des réactions des personnes qui nous entourent. Les cas de figure sont nombreux pour exprimer des traits de personnalité de certains artistes par rapport à d'autres. Par exemple, comment expliquer que certains artistes attendent d'être reconnus (ou découverts) alors que d'autres travaillent avec acharnement sans même y penser? Pourquoi certains croient qu'un tel ou un autre n'apprécie pas son travail, alors que d'autres ne semblent pas perdre leur temps à s'inquiéter?

En analysant vos réactions, vous pouvez identifier si le moteur de votre développement est interne (en vous) ou externe (en les autres) et quel est le degré de confiance que vous accordez aux autres. Par exemple, comme artiste croyez-vous pouvoir changer votre situation ou pensez-vous devoir remettre votre développement de carrière en les mains de quelqu'un d'autre? Quels sont vos croyances et leurs fondements?

Les deux prochains tableaux exposent une partie du travail de recherche sur la typologie des « employés » selon Lesage et Rice-Lesage. Il est intéressant de situer sa personnalité selon ses principales difficultés, ses réactions habituelles et le genre de tâche qui convient le mieux à son type.

Voici une adaptation de la typologie des employés selon Lesage et Rice-Lesage¹³ :

Interne-confiant (IC) <i>Ce qui m'arrive d'intéressant dans ma carrière dépend de moi et de la façon dont je peux choisir les situations où je pourrais échanger et collaborer de façon satisfaisante pour moi et les autres.</i>	Interne-méfiant (IM) <i>Ce qui m'arrive d'intéressant dans ma carrière ne dépend que de moi, c'est-à-dire de ce que je peux soutirer des autres avant qu'ils ne me l'interdisent.</i>
Externe-confiant (EC) <i>J'ai eu de la chance d'exposer dans ce musée. Les dirigeants de cette organisation sont intéressés par moi. Je dois m'efforcer de bien faire ce qu'ils demandent, car ils savent ce qui est bon pour mon développement de carrière.</i>	Externe-méfiant (EM) <i>Comme partout ailleurs, les personnes influentes de ce milieu sont égoïstes et malhonnêtes. L'idée, c'est de bien se protéger et d'éviter les coups autant que possible pour essayer de survivre.</i>

Tableau 10

¹³ Tableau adapté de P.B. Lesage et Judith Rice-Lesage, «Comment tenir compte des différences individuelles au travail?» IN *Gestion*, 7(4), 1982, pp. 17-26.

Les principales difficultés, les réactions habituelles et le genre de tâche le mieux adaptée à chaque type d'individu ¹⁴

	IC interne confiant	EM externe méfiant	EC externe confiant	IM interne méfiant
A) Principales difficultés éprouvées par l'individu	Se sentir sous-utilisé s'il ne fait qu'une tâche qu'il maîtrise déjà.	Se sentir exploité par les personnes influentes qui contrôlent « les règles du jeu ».	Avoir l'impression que son galeriste ne s'occupe pas assez de lui ou qu'il doit décider lui-même ce qu'il faut faire.	Se sentir sous-estimé (c'est-à-dire qu'on ne s'aperçoit pas que c'est lui le meilleur et qu'il mérite de travailler sans aucune contrainte).
B) Réaction typique de l'individu	S'associer à des gens capables afin de créer des défis et d'accomplir des projets utiles en surplus de sa tâche.	Chercher un emploi où les critères sont impersonnels et objectifs, sans risque pour lui.	Trouver une personne puissante qui va lui dire quoi faire.	Faire sa propre publicité, chercher à faire des coups de maître pour prouver sa supériorité.
C) Solution ultime de l'individu si la situation empêche B)	Quitter la profession d'artiste après mûre réflexion tout en restant en bons termes avec les membres de sa communauté.	Se plaindre à ses pairs, mais endurer en maugréant (« c'est la vie »).	Bricoler en attendant qu'on s'occupe de lui.	Être présent le moins possible dans son travail et adopter les signes extérieurs de succès en dehors de son domaine. À la limite, il part amer de son milieu.
D) Genre de tâche la mieux adaptée à chaque type	Beaucoup de défis où il pourra collaborer avec d'autres et progresser, bâtir. Il préfère des critères de succès explicites, ce qui lui permet d'apprendre de ses erreurs.	Tâche sécurisante dont les critères sont impersonnels et objectifs, ne les soumettant pas au jugement des autres, qu'il craint.	Tâche où il est lié à un supérieur immédiat qui lui dit quoi faire, le corrige au besoin, mais sans le réprimander.	Tâches variées où il n'a à compter que sur lui-même pour convaincre et séduire les autres, où les critères sont ambigus, où il n'est pas obligé d'administrer ce qu'il met sur pied.

Tableau 11

¹⁴ Idem.

Délibérément, nous n'avons pas inclus de tests de personnalité à cette publication puisque nous jugeons qu'ils devraient être effectués par des professionnels (spécialistes en orientation ou autres) qui sauront appliquer des grilles d'analyse spécifiques et qui pourront accompagner les personnes qui consultent pour une démarche plus approfondie.

Différentes approches d'analyses ont été développées et peuvent permettre de mieux se connaître en tant que travailleur autonome ou artiste professionnel. Elles peuvent offrir de la perspective dans le travail au quotidien et aider l'artiste à trouver des solutions à ses difficultés.

Les tests de personnalité sont des outils parmi d'autres. Plusieurs sites Internet proposent des tests en ligne, confirmant (ou infirmant) ce que l'on croit savoir sur soi-même. Si vous ne comptez pas consulter de spécialiste à ce sujet, mais que vous êtes curieux, voici un site qui pourrait vous intéresser : centraltest.ca.

La personnalité joue un rôle clé dans votre rapport aux autres. Les traits de votre personnalité sont, entre autres, ce qui vous distingue des autres. Ils se traduisent, par exemple, par votre caractère extraverti ou introverti, votre stabilité émotionnelle ou votre nature anxieuse ou encore, votre ouverture aux expériences par rapport à votre caractère plus conformiste, etc. Quoi qu'il en soit, la personnalité influence le jugement et ne serait ce que pour cette raison, les artistes peuvent sentir le besoin de s'y attarder.

EXERCICE

La personnalité

Après avoir lu la section 3.1 portant sur la personnalité, répondez à cette simple question :

Comme artiste, vous sentez-vous à votre place?

En énumérant les raisons, vous identifierez les traits de votre personnalité qui cadrent (ou non) avec votre type de pratique (ou de carrière). Par exemple, si l'incertitude et le manque de reconnaissance vous affectent, pouvez-vous contrebalancer avec d'autres aspects de la vie d'artiste qui vous enchantent, comme la flexibilité des horaires, la latitude d'actions, etc. Sinon, que pouvez-vous changer à votre travail pour qu'il s'adapte davantage à votre type de personnalité?

3.2 L'artiste en relation professionnelle

Il y a un adage, qui dit : « l'important n'est pas ce que tu connais, mais qui tu connais! ». Sans valider complètement cet énoncé, il faut reconnaître qu'un réseau professionnel bien entretenu peut soutenir ou favoriser le développement de carrière artistique.

Les bonnes relations professionnelles sont basées sur la confiance mutuelle. Pour s'assurer de faire du « réseautage » efficace, il importe de passer à l'action. À cet effet, il sera utile de se préparer en s'informant au sujet des personnes que l'on veut rencontrer et en déterminant quels sont ses objectifs par rapport à cette rencontre. Aussi, faire des suivis s'il y a lieu pour garder le contact et entretenir son réseau.

Un fait rassurant est que tous les artistes ont un réseau de contacts, et ce réseau s'élargit au fil du temps (rarement, il diminue en nombre avec les années). Un simple contact peut devenir un collaborateur de choix dans certains cas. Les artistes, comme tous les professionnels, ont besoin des autres pour développer leur carrière. C'est-à-dire que pour diffuser leur travail ou même pour le produire, les artistes doivent interagir avec leurs pairs ou les travailleurs culturels de leur milieu professionnel. La qualité du réseau d'un artiste peut alors faire une différence dans la création de son travail, sa promotion ou encore sa circulation.

La relation humaine

La relation humaine se construit à travers deux processus : l'attachement qui crée la relation avec l'autre et la socialisation qui est l'expression de cette relation, la manière d'être avec l'autre. Les artistes sont toujours assujettis aux autres pour se réaliser, c'est-à-dire pour exposer et s'exposer. Sans les autres, l'artiste est inconnu, non validé et il n'est pas un artiste professionnel selon la Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature (L.R.Q., c.S-32.01). Effectivement, les deux articles de loi suivants démontrent l'importance que « l'autre » prend dans le développement professionnel des artistes :

4.1.5 voir ses œuvres exposées, produites, publiées, représentées en public ou mises en marché par un diffuseur tel que défini à l'article 3 de la Loi S-32.01);

4.1.6 recevoir de ses pairs le témoignage qu'ils le tiennent pour un artiste professionnel en arts visuels par des moyens tels qu'un prix, une bourse, une nomination à un jury, la sélection à un événement de diffusion dans un contexte professionnel ou tout autre moyen de même nature; [...].

Pour refermer la boucle du processus créatif, l'artiste doit « produire au dehors » son œuvre (5^e phase du processus créatif d'Anzieu en 1.1 de cette 3^e partie). Il doit donc apprendre comment se conduire avec les autres, comment s'adapter à son milieu professionnel et social dans le but d'être reconnu, mais aussi de parvenir à diffuser son travail dans un réseau professionnel.

Pour communiquer efficacement avec les autres, les artistes ont intérêt à conscientiser davantage leur attitude et non seulement la qualité ou la quantité d'activités poursuivies. Pour entrer en relation avec les autres et pour améliorer leur capacité d'écoute tout en acceptant les divergences d'opinions et les différences individuelles et culturelles, les artistes peuvent adopter quelques attitudes convenables comme l'authenticité ou l'écoute empathique, par exemple.

Bref, s'entendre avec les autres se définit par sa capacité de rétroaction et par sa capacité à pratiquer l'écoute active. Bien que chaque individu tende généralement vers la bonne entente avec les autres, il subsiste dans les relations humaines des moments d'incompréhension mutuelle qui mènent au conflit. Pour aborder la question des règlements de différends, voici un tableau (tableau 12) qui expose les cinq modes de résolution de conflits.

1. COMPÉTITION

Ce mode est particulièrement pertinent, lorsque :

- Vous voulez engager une action rapidement;
- La décision est urgente;
- Vous êtes responsable de mettre en place un changement impopulaire;
- Les autres approches ont échoué.

2. COLLABORATION

Ce mode est particulièrement pertinent lorsque :

- Les enjeux sont importants;
- Les intérêts individuels sont semblables;
- Vous voulez éliminer une hostilité qui a gêné une relation professionnelle;
- Vous voulez obtenir l'engagement de la part des autres;
- On est disposé à y consacrer le temps nécessaire.

3. ÉVITEMENT

Ce mode est particulièrement pertinent lorsque :

- L'enjeu est peu important;
- Il y a d'autres problèmes plus urgents;
- Les possibilités d'atteindre votre but sont faibles;
- Le processus de résolution du conflit causerait plus de tort que le conflit lui-même;
- Le degré d'émotivité est trop élevé.

4. ACCOMODATION

Ce mode est particulièrement pertinent lorsque :

- Vous vous rendez compte que vous avez commis une erreur;
- L'enjeu du conflit est beaucoup plus important pour l'autre que pour vous;
- Il faut bâtir un capital politique pour faire face à d'autres situations importantes;
- Vous devez faire preuve de bonne volonté.

5. COMPROMIS

Ce mode est particulièrement pertinent lorsque :

- Les deux protagonistes ont des pouvoirs égaux et poursuivent avec détermination des objectifs absolument contradictoires;
- Vous souhaitez aboutir à un règlement provisoire de problèmes complexes;
- Vous voulez un expédient, faute de temps.

Tableau 12

¹⁵ Tableau adapté et tiré d'Estelle M. Morin et Caroline Aubé, *Psychologie et management*, Les Éditions de la Chenelière, 2007, p.287

EXERCICE

Nous en relation avec les autres

Êtes-vous satisfaits des relations que vous entretenez avec vos pairs et les autres intervenants du milieu des arts visuels? En étant plus conscients de ses comportements et de ses relations avec les autres, les artistes apprennent à définir en quoi consiste une relation satisfaisante pour eux-mêmes à un moment donné de leurs vies ou leurs parcours professionnels. Les relations avec les autres se transforment et évoluent. Dans une communauté de pratiques, les artistes qui auront développé et entretenu de bonnes relations avec les autres chemineront plus facilement vers leurs objectifs de carrière.

Voici quelques trucs pour entrer en contact avec les autres. Poursuivez la liste avec vos exemples de bonnes pratiques :

- Libérez du temps pour rencontrer les autres et participer à des activités sociales dans votre milieu.
- Ce n'est pas suffisant d'être ouvert, il faut vous « montrer » ouvert, c'est-à-dire, regarder les autres dans les yeux, souriez-leur, saluez-les, etc.
- Aidez vos pairs (par exemple en les référant ou en partageant avec eux vos bonnes et moins bonnes pratiques), éventuellement, ces personnes risquent de vous rendre la pareille.
- Pour les artistes très timides, lors d'un vernissage ou d'une simple rencontre entre pairs, fixez-vous un objectif de réseautage. Par exemple, en entrant dans la salle, observez les personnes présentes et posez-vous un défi et allez parler avec une personne présente que vous voulez rencontrer depuis longtemps. Attention, agissez avec discernement lorsque vous abordez des personnes. Soyez renseigné sur elles. Vous serez particulièrement satisfait de votre soirée si vous avez surmonté votre gêne et rencontré la personne en question. Aussi, plus vous mettrez en pratique cette technique, plus vous gagnerez en assurance et en confiance personnelle pour les prochaines fois.
- Soyez au courant de l'actualité de votre milieu pour pouvoir tenir une conversation informée et émettre des opinions éclairées.
- Quoique l'énoncé suivant semble évident, il est nécessaire de rappeler de parler assez fort pour qu'on vous comprenne et ne prenez pas pour acquis qu'on vous connaisse.
- Écoutez les autres, ne prenez pas toute la place.
- Ayez des outils de communications prêts et à jour (cartes d'affaires, site Internet à jour, etc.).
- ...

Conclusion

Cet outil de référence, *Profession artiste*, s'ouvre sur l'énoncé, « être artiste est d'abord un état d'esprit ». Si les compétences professionnelles sont un amalgame des savoirs théoriques, des savoir-faire et des savoirs-être, en d'autres mots, si les compétences sont des « savoirs-agir », être un artiste compétent implique de maîtriser un certain nombre d'aptitudes (connaissances, capacités cognitives, habiletés manuelles et attitudes socio-affectives) et la faculté de les mobiliser dans la résolution de problèmes. Un état d'esprit qui favorise l'ouverture, la curiosité, la capacité à s'émouvoir et à se transformer.

*[...] la compétence est propriété de l'individu. Cependant, la vie sociale est organisée de telle façon que certaines catégories de personnes rencontrent des problèmes d'un même type. Ainsi par exemple, toute une série de problèmes liés à l'éducation ne concerne que les parents, les enseignants, les formateurs ; ceux liés aux soins des maladies, les médecins, les infirmiers et le personnel soignant en général [...] On peut observer que chacune de ces catégories sociales a en commun un ensemble de compétences qui se sont révélées indispensables pour résoudre certains types de problèmes courants, propres à son univers. [...] La conscience de ce patrimoine commun contribue à donner une identité sociale, créer une culture commune et un sentiment d'appartenance. Si la compétence est une propriété personnelle, elle est aussi un bien collectif. Être reconnu compétent, ce n'est donc pas seulement pouvoir résoudre personnellement des problèmes. C'est aussi appartenir à un groupe et s'inscrire dans une vie collective. La compétence est donc aussi une condition de l'intégration sociale. Autrement dit, on peut chercher à acquérir des compétences pour être efficace, mais aussi pour appartenir et participer à une communauté.*¹⁶

Dans ce contexte, être un artiste « compétent » signifie-t-il être un artiste qui appartient à sa communauté, qui s'inscrit et s'engage dans la vie collective, parmi ses pairs? Ou encore, être un artiste qui participe à l'avancement de la pratique (collective) des arts visuels et qui endosse les valeurs de cette communauté (de pratique)? Si, de manière générale, la compétence est reconnue surtout par l'aptitude d'un artiste à faire ou à poser des gestes que les autres artistes reconnaissent comme étant conformes à ce qui est attendu, est-ce à dire que les artistes sont compétents par validation seulement?

La compétence est un concept construit socialement qui se distingue du concept de la qualité ou même du mérite artistique. Un artiste peut donc être compétent sans pour autant créer des œuvres importantes ou se mériter une subvention. La compétence n'est pas un gage de succès. Par contre, elle peut permettre aux artistes qui créent des œuvres significatives de les faire valoir. L'artiste n'acquiert donc pas des compétences simplement pour lui-même, mais plutôt pour mieux s'orienter et prendre sa place dans sa communauté de pratique : il s'agit souvent de données factuelles (d'éléments rationnels) sur lesquels il a le contrôle, c'est-à-dire le pouvoir de changer et par le fait même d'influencer son milieu professionnel.

¹⁶ Énoncé tiré du site Internet, *Le Grain asbl Atelier de pédagogie sociale (Bruxelles)* et publié le 13 octobre 2006.

Une des visées de l'artiste est évidemment de créer des œuvres, un des buts de cette publication est de l'accompagner dès l'émergence de son idée jusqu'à sa présentation publique. Cet outil n'est pas prescriptif et surtout ne prétend pas regrouper toutes les notions du développement de la carrière artistique. Il n'y a pas de mode d'emploi pour être un artiste, chacun vit et mène sa carrière différemment. Il suffit de penser à tout ce qui est impossible de contrôler, mais qui peut affecter le cours du développement d'une carrière artistique; le *timing*, les relations interpersonnelles, les normes en vigueur, les priorités des autres lorsqu'elles sont différentes des nôtres...

C'est pourquoi suite à la lecture de cette publication, vous êtes invités à vous demander ce que vous voulez faire maintenant avec cette information. À quel point comptez-vous vous engager dans la partie que vous contrôlez de votre propre développement de carrière? Comment vous y prendrez-vous et pourquoi? Plus vous prenez en charge les différents aspects de votre carrière artistique (et non seulement la création de l'oeuvre) plus vous risquez d'être satisfait de son développement. Pour tout le reste, j'entends ici l'incontrôlable, il vous reste toujours la chance!

Je vous souhaite de créer des opportunités (alternatives) pour vous-même, de poursuivre plusieurs (plus d'un) projets à la fois et de pousser vos propres limites.

Annie Gauthier

*La vie d'artiste est une aventure, il faut apprivoiser son imprévisibilité
et croire en son lendemain en continuant sans relâche.*

- Yvon Cozic, artiste

Associations d'artistes

Association des groupes en arts visuels francophones

L'Association des groupes en arts visuels francophones (AGAVF) est un porte-parole pour l'ensemble du secteur des arts visuels des communautés franco-canadiennes. L'association énonce et diffuse une vision de développement et défend vigoureusement les enjeux et les intérêts du secteur des arts visuels sur la scène politique.

L'AGAVF, par le biais d'initiatives tangibles est le catalyseur du secteur. Elle améliore et favorise les conditions de création, de diffusion et de promotion du travail des artistes visuels et voit à la professionnalisation du domaine. L'association rassemble, via son réseau, les divers intervenants du secteur des arts visuels au Canada français.

Les buts :

- Être le porte-parole national des groupes œuvrant dans le domaine des arts visuels professionnels dans les milieux franco-canadiens.
- Positionner et créer un espace équitable pour le secteur des arts visuels du Canada français au sein des principales instances gouvernementales en améliorant les conditions de financement.
- Représenter et positionner le milieu des arts visuels franco-canadiens auprès d'autres instances associatives au pays.
- Appuyer ses membres dans le développement d'activités de professionnalisation et de consolidation de leurs structures.
- Voir à l'amélioration des conditions de production et de diffusion du travail des artistes visuels franco-canadiens professionnels et voir à la promotion du travail des artistes en arts visuels membres d'associations professionnelles, de galeries, de centres autogérés, de producteurs d'événements et collectifs d'artistes du Canada français.
- Engager et maintenir un dialogue et une concertation avec les organismes engagés dans le développement culturel des communautés canadiennes françaises.

www.agavf.ca

Association des illustrateurs et illustratrices du Québec (AIIQ)

Fondée en 1983, l'Association des illustrateurs et illustratrices du 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 possible.

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

L'AIIQ 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

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 estampiers 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 et de l'art imprimé actuels à l'échelle nationale et internationale.

www.arprim.org

Canadian Artists Representation / Front des artistes canadiens

Canadian Artists' Representation/Le Front des artistes canadiens (CARFAC), organisme pancanadien, constitue la voix des artistes canadiens en arts visuels à l'échelle nationale. En tant qu'association à but non lucratif, son mandat est de promouvoir les arts visuels au Canada et de favoriser des conditions socioéconomiques propices à la production d'œuvres d'art. À cette fin, CARFAC mène des recherches et organise des projets éducatifs. Fondé par des artistes en 1968, CARFAC a été reconnu par la législation sur la Loi sur le statut de l'artiste. CARFAC est géré par un conseil d'administration actif, élu par ses membres.

En tant que porte-parole national des artistes canadiens, CARFAC défend les droits économiques et juridiques des artistes et apprend au public à traiter de façon juste avec eux. Ce faisant, CARFAC favorise un climat socioéconomique propice à la production d'art visuel, à la recherche et à la formation du public.

www.carfac.ca

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

English Language Artists Network

The English Language Arts Network (ELAN) is devoted to helping Quebec's 7,500* English-language artists connect with one another, with their francophone colleagues and with their audiences in Quebec, Canada and internationally. ELAN is above all a dynamic, multi-disciplinary community. Created in 2005 by a group of professional artists who wanted to exchange ideas, resources and connections, ELAN offers monthly "schmoozers", workshops, mentorship, a monthly newsletter, and a website that allows members to promote their work and connect on-line.

www.quebec-elan.org

L'Alliance des arts médiatiques indépendants (AAMI)

L'Alliance des arts médiatiques indépendants (AAMI) est un organisme de services national à but non lucratif dans le domaine des arts qui fait la promotion et défend les intérêts de la communauté des arts médiatiques. Représentant plus de 90 organisations indépendantes de production, distribution et diffusion en cinéma, vidéo et nouveaux médias, l'AAMI sert ainsi plus de 12 000 artistes indépendants et travailleurs culturels.

www.imaa.ca

Regroupement des artistes en arts visuels du Québec (RAAV)

Fondé en 1989, le Regroupement des artistes en arts visuels du Québec, le RAAV, est l'association mandatée pour représenter l'ensemble des artistes professionnels ayant une démarche de création en arts visuels.

Le mandat du RAAV émane 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 (Loi S-32.01). Cette loi définit les critères de professionnalisme des créateurs (les artistes), régleme leur représentation collective et oblige les parties (les utilisateurs et les artistes) à signer des contrats lors de toute utilisation d'œuvre.

L'assemblée générale annuelle (AGA) est ouverte à l'ensemble des artistes en arts visuels. Les membres professionnels en règle et les membres d'honneur ont droit de parole et de vote. L'AGA élit un conseil d'administration (CA) composé de onze administrateurs-trices dont, un non artiste et dix artistes professionnels provenant d'au moins trois régions en dehors de l'agglomération montréalaise et représentant au moins deux (2) des trois domaines de création suivants :

- a) la création visuelle en picturalité (peinture, dessin, photo, arts numériques, gravure...)
- b) la création visuelle en spatialité (sculpture, installation, « land art »...)
- c) la création visuelle en temporalité (performance, vidéo d'art, arts médiatiques...).

Le conseil d'administration nomme le directeur général et choisit, chaque année, les officiers de la corporation qui forment le conseil de direction.

Des comités de membres bénévoles formés par le CA se rencontrent et proposent au CA des recommandations visant à orienter les actions dans des dossiers particuliers.

www.raav.org

Associations de diffuseurs

Association des galeries d'art contemporain

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, et enfin de stimuler le marché de l'art contemporain.

www.agac.qc.ca

Association des marchands d'art du Canada / Art Dealers Association of Canada

Association des marchands d'art du Canada/Art Dealers Association of Canada Inc. (AMAC/ADAC) est un organisme national à but non lucratif qui a été fondé en 1966. Cette association est le plus important organisme de représentation des principales galeries commerciales privées au Canada, et les galeries membres représentent les artistes les plus connus du pays. Le mandat d'AMAC/ADAC inclut la promotion du marché de l'art au Canada et des arts visuels dans tout le pays et à l'étranger.

AMAC/ADAC s'implique activement dans l'étude des questions et l'élaboration des politiques concernant les arts visuels. Dans le cadre de cette initiative, l'association entretient un dialogue constant avec les agences gouvernementales à tous les niveaux (fédéral, provincial et municipal). AMAC/ADAC assume également une fonction d'organisme de liaison avec les galeries publiques, musées et organismes culturels au Canada et sur le plan international.

La Fondation artistique AMAC/ADAC décerne chaque année deux bourses d'études d'un montant de 2 500,00 \$; l'une de ces bourses est décernée à un étudiant de quatrième année en histoire de l'art (rédaction créative), et la seconde bourse est décernée à un étudiant de quatrième année d'un programme en arts visuels (studio).

AMAC/ADAC fait également la promotion de ses membres et de l'art en général dans le cadre de diverses initiatives comme participation des marchands d'art aux salons artistiques internationaux, publications de brochures et autres articles de promotion, initiatives de financement, et stratégies de développement des marchés. Enfin, AMAC/ADAC dispense depuis plus de 30 ans des prestations d'évaluation au public et aux institutions culturelles, aux fins de don, fiscalité et succession.

www.ad-ac.ca

Association des musées canadiens

L'Association des musées canadiens (AMC) est l'organisation nationale vouée à l'avancement des musées du Canada. L'AMC représente les professionnels du secteur muséal au Canada et à l'étranger. Elle travaille à la reconnaissance, à la croissance et à la stabilité du secteur muséal. C'est en 1947 qu'un petit groupe de personnes de la ville de Québec fondent l'association. En 1951, le Canada compte alors à peine 161 musées. En 1972, on retrouve déjà 838 musées, galeries et institutions apparentées à travers le pays. Tandis que la qualité des musées canadiens augmente rapidement, le besoin d'une organisation telle que l'AMC se fait de plus en plus sentir.

Aujourd'hui, l'AMC comporte près de 2 000 membres et offre des formations, programmes de développement professionnel, opportunités de réseautage, ainsi qu'un vaste bassin de connaissances. De plus, un personnel dévoué s'est distingué afin d'unifier et améliorer les musées canadiens et faire valoir leurs droits.

Les membres de l'AMC incluent les musées à but non lucratif, les galeries d'art, les centres de sciences, les aquariums, les centres d'archives, les temples de la renommée sportive, les centres d'artistes, les zoos et les sites historiques de partout au Canada, des grandes galeries métropolitaines en passant par les petits musées communautaires. Tous ces établissements se consacrent à la préservation et à la représentation de l'héritage canadien pour le public. Au cours des 60 dernières années, les musées canadiens se sont forgé une réputation internationale quant à l'excellence de leur programmation, leur service dévoué et leurs normes élevées en matière de professionnalisme.

www.museums.ca

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

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.

www.arccc-cccaa.org

Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec

Le Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec, 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.¹⁷

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.

www.rcaaq.org

Réseau Accès Culture

En matière de diffusion culturelle, la Ville de Montréal 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.

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. En moyenne par année, près de 200 expositions solos et collectives y sont présentées, environ 75% de ces celles-ci exposent le travail d'artistes professionnels en solo. Les programmations sont construites selon un ou des objectifs spécifiques à chaque diffuseur, en arrimage avec la mission première du réseau. On y présente les arts visuels, les métiers d'art, les arts médiatiques, les expositions thématiques, etc. De plus, la plupart des diffuseurs conçoivent des activités d'accompagnements en lien avec les expositions : ateliers et activités d'animation, table ronde, conférences, etc.

Pour exposer dans l'une ou l'autre des salles du Réseau, vous pouvez communiquer avec l'agent culturel de la maison avec laquelle vous souhaitez collaborer et /ou soumettre un dossier complet au Comité Arts visuels du réseau Accès Culture à l'adresse suivante :

Direction du développement culturel

Édifice Louis-Charland - Pavillon Prince
5216 - 801, rue Brennan
Montréal (Québec) H3C 0G4

www.ville.montreal.qc.ca

¹⁷ Tiré de www.rcaaq.org/html/fr/organisation.php

Société des musées québécois

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 (quels que soient 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 300 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.

www.smq.qc.ca

Organismes de gestion collective du droit d'auteur

Canadian Artists Representation Copyright Collective

En anglais seulement

Copyright in Canada is automatic upon creation of a work and usually lasts for the artist's lifetime plus fifty years. Through its licensing services, CARCC can help an artist to protect copyright and to benefit from it. Copyright fees are a necessary and prime source of income for visual artists. Even after the original work is sold, the copyrights remain with the artist (unless specifically assigned or separately sold). Thus, an artist can continue to generate revenue from a work that has been sold. Sold or not, a work may generate income through copyright use in exhibition, reproduction (in books or magazines & etc), digital reproduction on CD ROM, publication on the internet, use in film or video, etc. The possibilities are endless.

CARCC stands for Canadian Artists Representation Copyright Collective Inc.

CARCC was established in 1990 by CARFAC, Canadian Artists' Representation / Le Front des artistes canadiens, a professional association that works for visual artists. CARCC was founded to put into practice the principles concerning artists' copyrights for which CARFAC continues to advocate – the professional practice of using written agreements (licences) and the payment of appropriate fees for the use of copyright. CARCC is a corporation separate from CARFAC, but controlled by CARFAC, which is CARCC's sole shareholder. Members of CARFAC's executive committee form CARCC's board of directors.

www.carcc.ca

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

La Société du droit de reproduction des auteurs, compositeurs et éditeurs au Canada négocie, au nom de ses membres, des ententes collectives et individuelles avec les utilisateurs de leurs œuvres, perçoit les redevances en découlant et les redistribue aux ayants droit qu'elle représente. Elle contrôle donc toute fixation des œuvres de ses membres sur tout type de supports audio, audiovisuel, visuel ou numérique ainsi que l'exploitation des enregistrements sur ces supports.

Dans les ententes collectives, la SODRAC accorde une licence générale d'exploitation aux utilisateurs en retour de laquelle elle perçoit un montant forfaitaire ou un pourcentage des revenus qu'elle redistribue à ses membres dont les œuvres ont été utilisées. Quant aux ententes individuelles, qui concernent notamment la reproduction d'œuvres musicales préexistantes dans certaines productions audiovisuelles, la SODRAC consulte généralement les ayants droit lorsque le droit moral peut être évoqué.

www.sodrac.ca

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

La Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction, mieux connue sous le nom de COPIBEC, est une corporation sans but lucratif, créée en novembre 1997 par l'Union des écrivains et écrivains québécois (UNEQ) et l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL). De nouveaux membres représentant les auteurs et les éditeurs de journaux et de périodiques, ainsi que les artistes des arts visuels, ont depuis joint les rangs de COPIBEC. Au nom des éditeurs, des auteurs et artistes québécois qui lui en ont confié le mandat, COPIBEC a pour mission de gérer les droits de reproduction de leurs œuvres imprimées (livres, journaux et périodiques). La société gère tant la reproduction sur support papier par des moyens traditionnels comme la photocopie et la télécopie que celle faite sur supports électroniques (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.

COPIBEC émet des autorisations aux usagers qui désirent reproduire des œuvres protégées [dont des œuvres d'arts visuels] sous forme de licence. Il s'agira soit d'une licence globale soit d'une licence spécifique. La licence globale vise certaines catégories d'usagers d'un fort volume d'œuvres protégées comme les maisons d'enseignement, les gouvernements ou encore, certaines entreprises privées. Ces licences permettent la reproduction, sur certains supports et selon des limites préétablies, des extraits d'œuvres du répertoire de COPIBEC. Ces licences prévoient le paiement de redevances, ainsi que les modalités d'identification des œuvres reproduites.

La licence spécifique vise l'utilisateur qui n'est pas couvert par une licence globale ou encore le signataire d'une licence globale pour une reproduction non prévue par sa licence. Elle autorise la reproduction de certaines œuvres du répertoire selon des modalités et des tarifs variant en fonction de la demande.

www.copibec.qc.ca

Autres organisations et associations pertinentes

Les art et la ville

Organisation sans but lucratif fondée en 1987, le réseau Les Arts et la Ville réunit les milieux municipaux et culturels afin de promouvoir, de soutenir et de défendre le développement culturel et artistique des municipalités.

Fort de ses 423 municipalités et 129 organisations culturelles membres, le réseau rassemble aujourd'hui plus de 1500 personnes – élus et fonctionnaires municipaux, artistes et travailleurs culturels – autour du développement culturel local.

Solidement implanté au Québec et représentant plus de 75 % de sa population, Les Arts et la Ville a entrepris, au tournant de l'an 2000, de développer des liens d'échange avec les collectivités francophones et acadiennes de l'ensemble du Canada.

www.arts-ville.org

Artexpte – centre d'information en art

De manière à favoriser le rayonnement et la compréhension des arts visuels contemporains, Artexpte réalise des activités d'étude, d'interprétation et de diffusion s'appuyant sur une importante collection documentaire, sur la fiabilité de ses ressources, ainsi que sur un réseau de partenaires multidisciplinaires. Favorisant les alliances et les partenariats dans le but de faire connaître, d'interpréter et de mettre en valeur le matériel documentaire produit dans le champ de l'art, Artexpte affirme publiquement une présence du caractère expérimental, novateur et critique de l'art contemporain. Ses activités touchent tous les aspects des arts visuels de 1965 à nos jours, tout en portant une attention particulière au Québec et au Canada.

www.artexpte.ca

Centre de l'art contemporain canadien

L'essentiel des activités du CACC se concentre sur le Projet de la Base de données sur l'art canadien. Le projet a été établi par Bill Kirby en 1996 et est passé en ligne l'année suivante. Son objectif est encore de présenter sur le Web les carrières des principaux artistes professionnels et écrivains du domaine des arts du Canada, mais aussi les graphistes et les conservateurs. Il s'agit surtout de documenter l'histoire de l'art canadien illustrée par les activités de groupes d'artistes et d'organisations artistiques au Canada. Depuis 1996, le CACC alimente une collection virtuelle qui se compose de textes sur l'art canadien, de photographies d'œuvres d'art, mais aussi, d'extraits vidéo et audio d'œuvres créées par des artistes canadiens.

La Base de données sur l'art canadien, en anglais et en français, a été conçue comme un site Web d'apprentissage interactif qui relie les artistes, écrivains et graphistes contemporains canadiens aux éducateurs, étudiants et spectateurs dans le monde entier.

Le CACC est essentiellement une « organisation virtuelle », qui n'a ni personnel permanent ni locaux permanents. La Base de données contient maintenant plus de 53 000 images et fichiers médiatiques, plus de 2 400 textes dans leur intégralité, et plusieurs projets de documentation sur des groupes d'artistes et des organisations artistiques.

www.ccca.ca

Centre de conservation du Québec

Le Centre représente à la fois la seule institution gouvernementale et la plus importante équipe de conservation-restauration au Québec, tant par le nombre des personnes que par les spécialités représentées. Il joue donc un rôle de premier plan par ses interventions directes et par son expertise auprès des divers réseaux québécois engagés dans la conservation du patrimoine mobilier.

Pour mener à bien sa mission, le Centre s'est fixé des objectifs stratégiques qui lui permettent de jouer pleinement son rôle d'institution nationale ayant à la fois un mandat concret de service et une responsabilité de chef de file dans le domaine de la conservation.

Le mandat du Centre consiste à :

- fournir des services professionnels de restauration et d'expertise;
- sensibiliser les institutions muséales et autres à l'importance de la conservation préventive;
- encourager le développement de la connaissance, des compétences et des aménagements nécessaires à la meilleure conservation du patrimoine mobilier.

Enfin, les artistes en arts visuels pourraient être intéressés par l'expertise du Centre de conservation du Québec alors que celui-ci peut offrir certains conseils qui favoriseront la pérennité de leurs œuvres. Le centre pourrait aussi aider les artistes à la restauration de leurs œuvres. Ajoutons qu'un guide pratique sur la conservation des œuvres d'art public vient d'être publié.

www.ccq.mcc.gouv.qc.ca

Conférence canadienne des Arts

La Conférence canadienne des arts (CCA) est le forum national de la communauté artistique et culturelle au Canada. Elle effectue des recherches, produit des analyses et fournit des expertises sur les politiques publiques concernant les arts, les institutions et les industries culturelles canadiennes. La CCA favorise et éclaire le débat public entourant les enjeux politiques et travaille à la promotion des droits des Canadiens en matière de culture.

www.ccarts.ca/fr

Fédération culturelle canadienne-française

La Fédération culturelle canadienne-française (FCCF) est un organisme national à but non lucratif, basé à Ottawa, dont la mission est de promouvoir l'expression artistique et culturelle des communautés francophones et acadiennes.

www.fccf.ca

RES ARTIS

Res Artis est le réseau mondial regroupant les programmes et les centres de résidences d'artistes.

Res Artis a été fondé en 1993 dans le but de rendre compte des besoins propres aux centres d'art accueillant des artistes en résidence, ainsi qu'aux différents programmes de résidence à travers le monde. La constitution d'un réseau permet à la fois un échange d'informations et d'expériences et des rencontres entre les différents membres.

Depuis sa création, Res Artis s'est affirmé comme un véritable forum pour les programmes de résidences. À travers les réunions et les conférences qui convoquent tous les membres du réseau, les idées et les modèles s'échangent, les projets sont testés et critiqués, les points de vue prennent une dimension internationale.

Res Artis est le plus important des réseaux de résidences d'artistes. Il regroupe à travers une cinquantaine de pays plus de 200 centres, organisations et associations qui proposent à des artistes internationaux les meilleures conditions pour réaliser leurs projets.

A l'heure actuelle, Res Artis est représenté en Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Brésil, Bulgarie, Canada, Chile, Chine, Colombie, Corée du Sud, Costa Rica, Danemark, Espagne, Estonie, États-Unis, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Inde, Indonésie, Iran, Irlande, Islande, Italie, Japon, Lituanie, Martinique, Mexique, Norvège, Pays-Bas, Phillipines, Portugal, République Tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Sénégal, Suède, Suisse, Taiwan, Tanzanie et Turquie.

Grâce au travail mené par Res Artis, le rôle fondamental joué par les résidences d'artistes dans le développement de la création contemporaine, à travers le monde et à travers toutes les formes de disciplines, est reconnu à sa juste valeur.

www.resartis.org

Bibliographie et webographie

- ANZIEU, Didier, *Le Corps de l'œuvre, essais psychanalytiques sur le travail créateur*, Gallimard, Paris, 1981.
- AZZARIA, Georges, TAMARO, Normand, *Le Droit et les contrats en arts visuel au Québec*, Regroupement des artistes en arts visuels du Québec, Montréal, 2001.
- BANDHARI, Heather Darcy et MELBER, Jonathan, *Art/Work, Everything You Need to Know (and Do) As You Pursue Your Art Career*, Free Press, 2009.
- CAMERON, Julia, *L'art pratique de la créativité, le pèlerinage de l'être créateur*, Éditions du Roseau, 2004.
- CARFAC Saskatchewan Visuals Artists, *Saskatchewan Visuels Arts Handbook*, Laureen Marchand Editor, Saskatoon (8^e édition), 2007.
- CLAXTON, Guy et LUCAS, Bill, *Booster votre créativité, faire surgir des idées innovantes*, Éditions Marabout, 2009.
- Collectif, *Les 150 carrières de la culture*, Éditions Jobboom, Montréal, 2004.
- Collectif sous la supervision de Sylvette Babin, *Vendu – Sold. Regards sur la collection et le marché de l'art*, Éditions Esse, Montréal, 2009
- Conseil québécois des ressources humaines en culture (CQRHC), Comité sectoriel de développement de la main-d'oeuvre reconnu par Emploi-Québec, *Dictionnaire des compétences en gestion, production et diffusion des arts visuels et guide d'utilisation à l'intention des centres d'artistes*, Montréal, 2002
- Conseil québécois des arts médiatiques, *Plan maîtres des compétences professionnelles des créateurs indépendants en arts médiatiques*, Conseil des arts médiatiques, Montréal, 2003.
- DE JULIO-PAQUIN, Jean. *Art, public et société, l'expérience des Maisons de la culture de Montréal*, Éditions Hurtubise HMH. 1996.
- GAUTHIER, Annie, *DICO, le dictionnaire de compétences des travailleurs culturels des centres d'artistes autogérés*, Conseil québécois des ressources humaines en cultures et le Regroupement des centres d'artistes du Québec, 2008.
- GAUTHIER, Ninon, *Vivre des arts visuels*, Ministère des Affaires culturelles, Québec, 1987.
- GOSELIN, Pierre, *La recherche création*, Presses de l'Université du Québec, 2006.
- LESAGE, P.B. et RICE-LESAGE, Judith, « Comment tenir compte des différences individuelles au travail? » IN *Gestion*, 7 (4), 1982.
- A.H. Maslow, *Toward a Psychology of Being*, New York, D. Van Nostrand Co., Second Edition, 1968.
- MENGER, Pierre-Michel, *Portrait de l'artiste en travailleur*, Paris, Seuil, 2002.
- MICHELS, Caroll, *How To Survive and Prosper As An Artist, Selling yourself Without Selling Your Soul*, Sixth Edition, Holt Paperback, 2009.

- Ministère de l'éducation, du loisir et du sport, Programme collégial d'arts plastiques (510.A0), Québec, 1999.
- MORIN, Estelle M. et AUBÉ, Caroline, *Psychologie et management*, Les Éditions de la Chenelière, 2007.
- PAILLÉ, Louise, *Le livre-livre*, les Éditions d'art Le Sabord, 2003.
- PRESCOTT, Louise, *Le Complexe d'Ulysse*, les Éditions d'art Le Sabord, 2002.
- SCHAEFFER, Jean-Marie, *Les Célibataires de l'art, pour une esthétique sans mythes*, les Éditions Gallimard, 1996.
- SCHECHNER, Richard, *Performance Theory*, revised and expanded edition, Ed. Routledge, New York, London, 1988.

Webographie :

- UQAM, Famille des arts, descripteur du Baccalauréat en arts visuels et médiatiques www.eavm.uqam.ca
- CQRHSC, L'art de gérer sa carrière – charte des compétences. www.culturalhrc.ca
- Saskatchewan – Emploi Avenir, profil des professions : photographe www.emp-avenirsask.ca
- Alberta professional profile – painter / Sculptor. www.alis.gov.ab.ca/
- Agence nationale pour l'emploi (France) ANPE – description_ANPE_Artiste.pdf www.anep.fr
- Emploi Québec, description des métiers et professions – Artisans et artistes www.emploiuebec.net/français
- Line Coté pour le Groupe Réseau Conseil, *Dictionnaire de compétences en gestion, production et diffusion des arts visuels – Outils (Autodiagnostic)*, Conseil québécois des ressources humaines en culture, Montréal, 2002. www.cqrhc.com
- Cégep de Beauce-Appalaches – Programme d'arts plastiques. www.cegep-beauce-appalaches.qc.ca
- Cégep du Vieux Montréal – Programme de photographie. www.cvm.qc.ca
- Cégep Matane – Programme de photographie. www.cgmatane.qc.ca
- Ministère de l'Éducation du Québec, programme d'arts plastiques, 1999
- Conseil des ressources humaines en culture du Canada – Les couleurs de l'emploi : carrières en arts visuels et métiers d'art. www.culturalhrc.ca

DEVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL
DEVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL
DEVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL
DEVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL
DEVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL
DEVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL
DEVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL
DEVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL

www.RAAV.org