

L'ART D'ÊTRE ARTISTE

UN GUIDE DE RESSOURCES POUR LES ARTISTES
FRANCOPHONES EN COLOMBIE-BRITANNIQUE



PRODUIT PAR RÉSEAU-FEMMES COLOMBIE-BRITANNIQUE

L'ART D'ÊTRE ARTISTE

Un Guide de Ressources pour
les Artistes francophones
en Colombie-Britannique

2011

Réseau-Femmes Colombie-Britannique
219-119 Pender Ouest
Vancouver, Colombie-Britannique
V6B 1S5

Téléphone: 604.736.6912
Téléphone sans frais: 1.866.736.6900
Télécopie: 604.736.6975
info@reseaufemmes.bc.ca





CRÉDITS

Recherche, rédaction et mise en page

France Trépanier, artiste et consultante

Rédaction de la partie 5

Maude Robitaille, consultante

Révision du texte

Martine Trépanier, consultante

Assemblage final du document

Julie Breton, Fresh Blend Design

Merci à Sylvie Rochette pour son texte sur l'état des pratiques artistiques au féminin en Colombie-Britannique.

La photographie en page couverture présente l'œuvre *Tête en Rond #1* de l'artiste Lyse Lemieux, 2010.

Le Conseil d'administration de Réseau-Femmes Colombie-Britannique est composé de :

Suzanne Jacob
Chantal Lunardi
Margo Landry-Anderson
Fatou Kazadi
Sophie Lepage
Lucie Mattar
Renée Trépanier

Ce projet est financé dans le cadre du Programme de promotion de la femme de Condition féminine Canada.



Condition féminine Status of Women
Canada Canada



TABLE DES MATIÈRES

	INTRODUCTION	6
Partie 1	CHOISIR UNE CARRIÈRE ARTISTIQUE	8
	<ul style="list-style-type: none">○ Compétences○ Objectifs○ Formation et développement professionnel	
Partie 2	PRÉPARER UN PLAN DE CARRIÈRE	11
	<ul style="list-style-type: none">○ Analyse de l'environnement○ Objectifs○ Identification des partenaires○ Stratégie d'intervention	
Partie 3	CRÉER UNE STRUCTURE ADMINISTRATIVE	14
	<ul style="list-style-type: none">○ Collectif○ Organisme sans but lucratif○ Coopérative○ Entreprise incorporée	
Partie 4	MONTER UN DOSSIER ARTISTIQUE	17
	<ul style="list-style-type: none">○ Le contenu du dossier d'artiste○ Présence sur Internet○ Utilisation du dossier d'artiste	

Partie 5	SE FAIRE CONNAÎTRE	21
	<ul style="list-style-type: none">○ Plan de communication○ Communiqué de presse○ Liste médias○ Conférence de presse○ Entrevues○ Invitations○ Dossiers de presse○ Médias sociaux	
Partie 6	FINANCER UN PROJET ARTISTIQUE	27
	<ul style="list-style-type: none">○ Statut professionnel○ Présenter un projet○ Élaborer une stratégie de financement○ Programmes d'aide du secteur public○ Fondations○ Autres sources	
Partie 7	CONSIDÉRATIONS LÉGALES ET FISCALES	31
	<ul style="list-style-type: none">○ Statut d'artiste professionnelle et travailleuse autonome○ Droits d'auteur et propriété intellectuelle○ Contrats○ Gestion financière	
	BIBLIOGRAPHIE	34

INTRODUCTION



Ce Guide pratique de ressources est la réponse de Réseau-Femmes Colombie-Britannique au souhait formulé par les participantes des éditions 2009 et 2010 de L'Art au féminin, un forum destiné à aider les femmes à vivre de leur talent, d'avoir accès à un répertoire centralisé de ressources.

C'est avec fierté que Réseau-Femmes présente cette édition du Guide pour femmes artistes francophones. La forme grammaticale féminine est ici employée comme genre universel, mais l'information peut tout autant servir aux artistes masculins francophones - n'hésitez pas à l'utiliser !

L'objectif de ce Guide pratique de ressources est d'appuyer les artistes francophones dans le développement et la gestion de leur carrière en mettant à leur disposition un répertoire des ressources humaines, matérielles, et financières disponibles, en lien avec :

- Choisir une carrière artistique
- Préparer un plan de carrière
- Créer une structure administrative
- Monter un dossier artistique
- Se faire connaître
- Financer un projet artistique
- Considérations légales et fiscales

Un texte explicatif en introduction de chaque section s'accompagne de conseils pratiques, de ressources professionnelles et communautaires, de sources bibliographiques et de liens Internet appropriés.

Ce projet a reçu l'appui financier du ministère de la Condition féminine Canada et de notre partenaire, le Conseil culturel et artistique francophone de la C.-B. que nous remercions pour son appui.

Suzanne Jacob, Présidente
Réseau-Femmes Colombie-Britannique

L'ART D'ÊTRE ARTISTE

UN GUIDE DE RESSOURCES POUR
LES ARTISTES FRANCOPHONES DE
LA COLOMBIE-BRITANNIQUE



La pratique artistique émerge d'une nécessité intérieure. C'est la condition de base pour créer une œuvre forte et soutenue.

Ensuite, des conditions extérieures viennent soit favoriser cette expression, soit la ralentir, soit la faire taire. Parmi ces conditions, le fait d'être une femme a longtemps influencé la route de l'artiste et de l'œuvre. Suffit de voir à quel rythme l'histoire de l'art tente de se rattraper, tout comme la société, dans ce domaine depuis les derniers 30 ans en redécouvrant l'œuvre des femmes, et ce, dans tous les domaines de pratiques artistiques.

Puisque créer, produire, vendre, financer, gérer sont des tâches appartenant à tout travailleur autonome, elles sont d'autant plus impératives à l'artiste, de surcroît francophone dans l'Ouest du pays en milieu minoritaire. En effet, les femmes artistes d'ici voulant vivre de leur art peuvent être avantagées par leur différence culturelle et l'originalité de leur vision. Elles doivent savoir comment en tirer avantage, mais encore faut-il qu'elles aient des conditions favorables pour produire et être vues, entendues, diffusées..

En Colombie-Britannique, le financement public demeure insuffisant et constamment remis en question selon les vues politiques et situations économiques. Par ailleurs, la province compte un très grand nombre d'artistes.

Depuis toujours, les femmes ont gagné à se regrouper, à défendre leurs droits, leurs intérêts, elles doivent continuer à le faire pour éviter le sentiment d'isolement et maintenir une emprise sur leur vie artistique souvent négligée par le cumul des tâches. Elles doivent utiliser toutes les ressources matérielles et technologiques tant dans leur environnement immédiat qu'à l'échelle de la planète.

Longue vie à l'intelligence sensible, au regard créatif sur la réalité francophone, culturelle et géographique des femmes de Colombie-Britannique.

Sylvie Rochette, Victoria

1. CHOISIR UNE CARRIÈRE ARTISTIQUE

*Une femme sera
toujours plus
artiste, plus
poète dans sa
vie.*

George Sand

On dit de l'artiste qu'elle répond à un appel intérieur, qu'elle est habitée d'une passion créatrice qui s'exprime à travers une pratique artistique. Être artiste est aussi une manière de percevoir et d'habiter le monde. C'est un 'état' qui se manifeste dans toutes les sphères d'activités. Pour de nombreuses artistes, l'authenticité est le moteur de la création artistique. C'est l'authenticité qui permet à l'artiste d'exercer son pouvoir sur sa propre vie. Elle touche également à la capacité de rester conséquente avec soi-même, de respecter son histoire et de faire des choix harmonieux pour son identité.

Le choix d'une carrière artistique doit se faire de manière éclairée. Il faut savoir identifier autant les obstacles et les défis que les bénéfices et les succès possibles. Pour les artistes francophones vivant en Colombie-Britannique, ces défis sont parfois amplifiés par la distance, l'absence de ressources francophones, un public francophone restreint et l'anglais comme langue d'usage.

COMPÉTENCES

Toute personne intéressée par une carrière artistique devrait entreprendre une réflexion personnelle afin d'évaluer honnêtement ses chances de réussite. Par exemple, possédez-vous un caractère polyvalent et flexible capable de s'adapter aux imprévus? Avez-vous une habileté à vivre avec une certaine précarité? Faites-vous preuve de ténacité et d'esprit d'entreprise?

Afin de répondre à ces questions, il est avantageux de se prêter à l'exercice qui consiste à :

- dresser un bilan de vos connaissances et de vos valeurs – réfléchir aux particularités qui vous caractérisent en tant qu'artiste, définir votre profil psychologique
- dresser un portrait de vos compétences - préparer une liste de vos forces, de vos faiblesses et de votre potentiel. Dressez également la liste de vos réalisations et de vos projets créatifs.

L'artiste professionnelle doit posséder un ensemble de compétences lui permettant de gérer les divers aspects de sa carrière. Elle doit pouvoir évoluer dans différents milieux et transiger avec une foule d'intervenants.



Elle doit en outre être capable de :

- définir un plan de carrière en fonction de ses objectifs professionnels
- élaborer une stratégie d'intervention à court, moyen et long terme
- se doter d'outils de promotion et de communication efficaces
- gérer un projet
- gérer des ressources – humaines, professionnelles, financières
- gérer les aspects juridiques et fiscaux
- maintenir un réseau d'influence auprès d'artistes, d'associations professionnelles, de bailleurs de fonds, etc.

L'identification de vos forces et de vos faiblesses ciblera les aspects de la gestion de votre carrière pour lesquels vous aurez besoin de formation ou de soutien professionnel.

Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC) a publié en 2009 une version révisée du document « L'art de gérer sa carrière » qui consacre un chapitre à la question : Est-ce que j'ai ce qu'il faut? On y présente une série d'exercices destinés à faciliter votre introspection au sujet de votre choix de carrière. Le document est accessible en format électronique à l'adresse : <http://www.culturalhrc.ca/amyc/pdf/AMYC-Chapter1-fr.pdf>

FORMATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

L'artiste acquiert sa formation artistique de diverses manières et aura, tout au long de sa carrière à la faire valoir dans une multitude de circonstances.


Selon la discipline artistique et la tradition culturelle dans laquelle la pratique trouve ancrage, la formation peut consister de :

- cours dispensés par une université ou une institution d'enseignement spécialisée menant à un diplôme
- cours sous forme d'ateliers ou de stages offerts par des organismes artistiques
- connaissances transmises dans le cadre d'un stage auprès d'un(e) artiste reconnu(e)
- formations offertes dans le cadre d'une résidence d'artistes
- formation continue offerte par des associations ou des organismes de services du domaine des arts, dont les organismes nationaux de services (ONS)
- opportunités de développement professionnel offertes par des écoles d'art et des organismes disciplinaires spécialisés.

Il est courant, lors d'une carrière artistique de combiner un ou plusieurs types de formation et de développement professionnels.

Finalement, il est évidemment possible pour une artiste d'être autodidacte et d'atteindre un niveau de professionnalisme reconnu par ses pairs. Les exemples foisonnent.

En Colombie-Britannique, l'offre francophone de formation artistique est assez limitée. Au cours des deux dernières années, Réseau-Femmes a organisé un forum de formation de trois jours sur l'art au féminin en Colombie-Britannique. <http://www.reseaufemmes.bc.ca>



Le Conseil culturel et artistique francophone de la Colombie Britannique offre des ateliers de la chanson et des ateliers de développement professionnel. <http://www.ccafcfb.com>

La société sans but lucratif Visions Ouest Productions offre des formations ponctuelles dans le champ des arts et de la culture. <http://www.rendez-vousvancouver.com/web-2011-a-propos.htm>

Les centres culturels francophones répartis sur l'ensemble du territoire provincial offrent certaines activités de formation artistique, généralement destinées aux artistes non professionnels. Une liste des centres culturels francophones se trouve à la partie 2 sous : Identification des partenaires.

Inévitablement, l'offre de formation artistique et de développement professionnels en anglais est innombrable et de grande qualité. La Colombie-Britannique compte plusieurs universités réputées offrant des programmes en histoire de l'art, en arts visuels et médiatiques, en création littéraire, en arts de la scène, etc. Consultez les sites Internet de ces universités pour connaître l'ensemble des programmes offerts.

Simon Fraser University - www.sfu.ca

Thompson Rivers University - www.tru.ca

University of British Columbia - www.ubc.ca/

University of British Columbia, Okanagan Campus - www.ubc.ca/okanagan

University of Victoria - www.uvic.ca

University of Northern British Columbia - www.unbc.ca

University of the Fraser Valley - www.ufv.ca

Vancouver Island University - www.viu.ca

Il existe également plusieurs institutions d'enseignement artistique spécialisé. En voici quelques unes:

Emily Carr University of Art & Design - <http://www.ecuad.ca>

Gulf Island Film and Television School - www.GIFTSfilms.com

Pacific Film and Media Academy - <http://www.vicfilm.com>

Praxis Centre for Screenwriters - www.praxisfilm.com

Studio 58 at Langara College - www.langara.bc.ca/studio58

Vancouver Animation School - <http://mdm.gnwc.ca/?gclid=CK2KI-6x96YCFQQFbAodv1hEBw>

Vancouver Film School - <http://www.vfs.edu>

2. PRÉPARER UN PLAN DE CARRIÈRE

Le plan de carrière de l'artiste est à l'image d'un cycle de vie. Il correspond à un processus, à un cheminement. Il est généralement composé des principaux éléments suivants :

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

Il est primordial de bien connaître le milieu dans lequel votre carrière va se déployer. Il existe des dynamiques propres à votre discipline artistique de même qu'à votre milieu géographique, culturel et linguistique. Quel est le processus de professionnalisation propre à votre discipline? De quelle manière obtient-on la reconnaissance de ses pairs? Combien d'artistes professionnelles œuvrent déjà dans votre milieu? Combien d'organismes artistiques soutiennent leur travail? Quel est le revenu moyen de ces artistes? Quelles sont les associations professionnelles qui représentent les artistes de votre discipline? Quels types d'aide financière sont disponibles dans votre secteur? Quels sont les moyens de production à votre disposition? Par quels moyens les artistes de votre milieu font-elles connaître leur travail? Qu'en est-t-il du discours critique dans votre discipline? Quel est le public potentiel pour votre travail? Quel est votre marché? Quelles sont les avenues de diffusion de vos œuvres sur les scènes régionales, provinciales, nationales et internationales?

Voilà autant de questions qui vous permettront de situer votre carrière artistique dans son contexte professionnel et faciliteront l'identification des démarches nécessaires à votre succès.


OBJECTIFS

Une fois l'analyse de vos compétences et de l'environnement complétée, vous passez à une étape cruciale dans l'élaboration d'un plan de carrière artistique qui consiste à bien formuler vos objectifs et à les situer dans le temps. Vos objectifs professionnels doivent être spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes et temporellement définis. Ils formeront la base de votre plan de carrière. Formulez votre objectif fondamental. Ensuite identifiez une série de d'actions ciblées qui vous permettront d'atteindre votre objectif premier. Par exemple, si vous souhaitez devenir cinéaste professionnelle, quels objectifs concrets allez-vous poursuivre au cours des six prochains mois, de la prochaine année? Comment allez-vous mesurer l'atteinte de ces objectifs? À terme, identifiez les éléments ayant contribué soit à vos succès ou à certains de vos échecs ou retards. On apprend beaucoup de ses erreurs. Finalement, il est indispensable de réviser vos objectifs périodiquement et de faire les ajustements nécessaires.

Comment allez-vous mesurer l'atteinte de ces objectifs? À terme, identifiez les éléments ayant contribué soit à vos succès ou à certains de vos échecs ou retards. On apprend beaucoup de ses erreurs. Finalement, il est indispensable de réviser vos objectifs périodiquement et de faire les ajustements nécessaires.

IDENTIFICATION DES PARTENAIRES

Il existe un nombre important de partenaires qui viendront vous appuyer à divers moments de votre carrière artistique. Identifiez ceux et celles qui œuvrent dans votre secteur, contactez-les et entretenez des liens. Ils vous permettront de briser l'isolement, d'échanger avec des pairs, d'obtenir des informations, d'identifier des collaborateurs et des lieux de diffusion, etc.



Bref, créez et entretenez un réseau au sein de votre milieu artistique. Il pourra être composé de :

1. organismes artistiques et culturels francophones de la Colombie-Britannique qui ont en commun la mission de soutenir le développement artistique :

Alliance française de Vancouver - www.alliancefrancaise.ca/
Association des francophones de Nanaimo - <http://francophonenanaimo.org>
Association des francophones des Kootenays Ouest - www.afko.ca
Association des francophones et francophiles du Nord-Ouest - <http://affno-cb.ca>
Association francophone de Campbell River - <http://afcr.bc.ca>
Association francophone de Kamloops - www.francokamloops.org
Association francophone de la Vallée de Comox - infoafvcbc@telus.net
Centre culturel francophone de Vancouver - www.lecentreculturel.com
Cercle des Canadiens Français de Prince George - www.franconord.bc.ca
Conseil culturel et artistique francophone de la C.-B. – www.ccafc.com
Club Bon Accueil - www.clubbonaccueil.com
La troupe de danse traditionnelle des cornouillers - lescornouillers@hotmail.com
Le Centre culturel français de l'Okanagan - www.leccfo.org
Société francophone de Maillardville - www.maillardville.com
Société francophone de Victoria - www.francocentre.com
Théâtre de la Seizième - www.seizieme.ca
Visions Ouest Productions - www.rendez-vousvancouver.com

2. organismes culturels francophones qui œuvrent au sein de la francophonie canadienne :

Alliance des producteurs francophones du Canada – www.apfc.ca
Alliance nationale de l'industrie musicale - <http://anim.ca>
Association des groupes en arts visuels francophones – www.agavf.ca
Association des théâtres francophones du Canada – www.atfc.ca
Fédération culturelle canadienne française - <http://www.fccf.ca>
Front des réalisateurs indépendants du Canada – www.fricanada.org
Regroupement des éditeurs canadiens français – www.recf.ca
Réseau national des galas et de la chanson – www.rngc.ca

3. associations professionnelles sectorielles et disciplinaires qui représentent et défendent les conditions de travail et les droits des artistes :

Alliance for Arts and Culture - <http://www.allianceforarts.com>
Alliance of Canadian Cinema Television and Radio Artists – www.voices.com
Association des marchands d'art du Canada - <http://www.ad-ac.ca>
Canadian Actors' Equity Association – www.caea.com
CARFAC Colombie-Britannique - <http://www.carfacbc.org>
Conférence canadienne des Arts – www.ccarts.ca
Cine Works – Independent Filmmakers Society - www.cineworks.ca
Federation of Canadian Artists - <http://artists.ca>
Union of BC Performers – www.ubcp.com

La femme sage apprend de ses erreurs, la femme plus sage apprend des erreurs des autres.

Adaptation libre du proverbe de Confucius

STRATÉGIE D'INTERVENTION

Vous avez maintenant en main les éléments nécessaires au développement de votre stratégie d'intervention. En fonction de chacun de vos objectifs, identifiez :

- les types d'intervention – formation, réseautage, communication, création, dissémination
- les gestes à poser – incluant une description précises des tâches
- la durée et les échéances
- les partenaires
- les ressources requises.

Pour chacune des interventions, tentez d'identifier des indicateurs de rendement afin de pouvoir périodiquement évaluer le succès et la pertinence de votre action. Votre stratégie peut s'échelonner sur une courte, moyenne ou longue période de temps, selon les objectifs que vous poursuivez.



3. CRÉER UNE STRUCTURE ADMINISTRATIVE

Les artistes désirent parfois loger leur pratique au sein de collectifs ou d'organismes. Certaines disciplines artistiques s'y prêtent d'emblée, par exemple la pratique du théâtre, de la danse, de la musique et du cinéma exigent généralement l'apport de plusieurs collaboratrices. Dans les arts visuels et médiatiques, ce sont les besoins d'infrastructures et d'équipements qui poussent parfois les artistes à se regrouper. Il y a bien entendu différentes formes de regroupements artistiques. En voici quelques exemples.

LE COLLECTIF

Le choix d'utiliser le collectif correspond à une réalité de fonctionnement d'un groupe d'artistes. Il s'agit d'une formule souple qui est reconnue par la majorité des bailleurs de fonds en Colombie-Britannique et au Canada. Le collectif est généralement représenté par une porte-parole. Les membres du collectif décident entre elles des modes de fonctionnement, de financement, de représentation et de gouvernance. La question des droits d'auteurs doit aussi être abordée afin de s'assurer que toutes les membres du collectif bénéficient équitablement des retombées artistiques et économiques de leur travail. Il est avantageux pour le collectif d'artistes de mettre sur papier les termes de leur collaboration.

L'ORGANISME SANS BUT LUCRATIF

La majorité des organismes artistiques britanno-colombiens et canadiens sont constitués en tant qu'organismes sans but lucratif (OSBL). Être un organisme sans but lucratif n'exclut pas la possibilité de générer des revenus et des profits. Toutefois ces profits doivent être réinvestis dans la poursuite des objectifs de l'organisme.

Une société sans but lucratif est constituée de membres qui ne peuvent toucher de gains financiers au cours de l'existence de la société. La société peut toutefois verser des salaires à ses employées. Les pouvoirs d'une société sans but lucratif sont limités à ce qui est écrit dans ses objets ou sa constitution. Une entité sans but lucratif peut être constituée en vertu de la loi fédérale ou provinciale, selon la portée de sa mission déclarée et des activités qu'elle se propose de mener. Chaque sphère de compétence possède son propre texte de loi pour la constitution en société des organisations sans but lucratif et possède son propre processus d'approbation.

En Colombie-Britannique, un organisme incorporé sans but lucratif constitue une entité légale qui peut détenir des actifs, faire des emprunts et limiter la responsabilité personnelle de ses administratrices. Au Canada, les organismes sans but lucratif jouissent d'une exemption de la taxe fédérale. Certains d'entre eux peuvent également obtenir le statut d'organisme de charité qui permet l'émission de reçu d'impôt pour les dons. Pour créer un organisme sans but lucratif, il est essentiel de mettre en place un conseil d'administration. C'est ce conseil qui sera chargé de ratifier le nom, de créer une constitution et des règlements, de choisir un modèle de gouvernance et d'établir la vision, les valeurs, le mandat, les objectifs et les principes directeurs de l'organisme. C'est également ce conseil qui approuvera les plans stratégiques et les budgets.



Pour de plus amples informations sur la création d'un organisme sans but lucratif, consultez les sites suivants :

Association des juristes d'expression française de Colombie-Britannique
<http://www.ajefcb.ca>

BC Centre for Non-Profit Development
[http://www.ufv.ca/Assets/BC+Centres+\(CRIM\)/Non-Profit+Development/Factsheets/Starting_a_Non_Profit_Society.pdf](http://www.ufv.ca/Assets/BC+Centres+(CRIM)/Non-Profit+Development/Factsheets/Starting_a_Non_Profit_Society.pdf)

Charity Village
<http://www.charityvillage.com/cv/guides/guide4.asp>

Corporation Centre
<http://www.corporationcentre.ca/docen/home/faq.asp?id=incnp>

Ministry of Finance – Information for incorporation of a British Columbia Society
<http://www.fin.gov.bc.ca/registries/corppg/forms/reg20.pdf>

Industrie Canada – Création et maintien d'une société à but non lucratif
http://www.ic.gc.ca/eic/site/cd-dgc.nsf/fra/h_cs03925.html

LA COOPÉRATIVE

Une coopérative est une association autonome de personnes volontairement réunies pour satisfaire leurs aspirations et besoins économiques, sociaux, culturels et artistiques communs au moyen d'une entreprise dont la propriété est collective et où le pouvoir est exercé démocratiquement. Les valeurs fondamentales des coopératives sont la prise en charge et la responsabilité personnelles et mutuelles, la démocratie, l'égalité, l'équité et la solidarité. Fidèles à l'esprit des fondatrices, les membres des coopératives adhèrent à une éthique fondée sur l'honnêteté, la transparence, la responsabilité sociale et l'altruisme.

Une coopérative est une entreprise appartenant conjointement aux membres qui utilisent ses services. Toutes les membres d'une coopérative sont des décideuses d'importance égale grâce au système démocratique « une membre, un vote ». En retour, toutes les membres partagent les avantages de la coopération selon leur degré d'utilisation des services offerts.

Depuis le printemps 2007, la Loi sur les coopératives de la Colombie-Britannique (BC Co-op Act) permet l'incorporation de coopératives de services communautaires sans but lucratif avec le même statut légal que les sociétés sans but lucratif. Pour en savoir davantage sur la création d'une coopérative, consultez les sites :

Démarrer une coopérative – un guide d'information
http://www4.agr.gc.ca/resources/prod/coop/doc/demar_coop_guide_dinfor.pdf

Incorporating a Cooperative Association in British Columbia
<http://www.fin.gov.bc.ca/registries/corppg/forms/guide.pdf>

Ministry of Finance British Columbia
<http://www.gov.bc.ca/fin>



*C'est le désir qui crée le désirable,
et le projet qui pose la fin*

Simone de Beauvoir

L'ENTREPRISE INCORPORÉE

D'un point de vue juridique, il existe trois grandes catégories d'entreprises : l'entreprise individuelle, la société de personnes et la société de capitaux. Chacune présente des caractéristiques différentes sur le plan de la responsabilité, de la fiscalité et de la succession.

Pour l'artiste qui souhaite se lancer en affaires, le meilleur moyen consiste à créer une entreprise individuelle. La propriétaire de ce type d'entreprise possède l'entière responsabilité des dettes et des obligations liées à son entreprise. C'est ce qu'on appelle la responsabilité illimitée.

La société de personnes est un groupe de deux personnes ou plus qui conviennent de mettre en commun leurs ressources au sein d'une entreprise dans le but de réaliser des bénéfices. Afin d'établir les modalités de fonctionnement et de protéger les associés en cas de différend ou de dissolution, il importe de signer un contrat de société.

La société de capitaux, également connue sous le nom de société à responsabilité limitée, est une personne morale légalement constituée qui est distincte de ses membres ou actionnaires. Chaque actionnaire a une responsabilité limitée.

Quelle que soit la formule que vous souhaitez adopter, il existe de nombreuses ressources pour vous guider dans vos démarches. Il est conseillé de consulter :

Services aux Entreprises Canada Colombie-Britannique

<http://smallbusinessbc.ca.previewmysite.com/francais/workshop/frbusforms.html>

Création d'entreprises

<http://www.sdecb.com/entreprises/qr.php>

Entreprises Canada – Service gouvernemental pour les entrepreneurs

<http://www.entreprisescanada.ca/fra/checklist/5479>

4. LE DOSSIER ARTISTIQUE



LE CONTENU DU DOSSIER D'ARTISTE

Le dossier d'artiste est un outil essentiel pour toute artiste professionnelle ou en voie de le devenir. Le dossier artistique est un ensemble dynamique d'éléments destinés à vous faire connaître et à faire connaître votre travail. Tirant avantage d'une approche multiplateforme (imprimé, numérique, site internet, médias sociaux), il permet l'agencement d'éléments en fonction de l'objectif poursuivi et ses destinataires. Le dossier devient comme un menu que l'on compose selon les goûts et besoins de ses interlocuteurs.

Il est préférable que le dossier d'artiste soit sobre, clair, facile à lire, à imprimer ou à photocopier. Un soin particulier devrait être apporté à la qualité des textes et à la mise en page. Des mises à jour fréquentes sont nécessaires afin que le dossier soit toujours prêt à être consulté ou déposé. Le dossier d'artiste est généralement composé des éléments suivants :

Curriculum vitae artistique

Ce document contient vos renseignements personnels, décrit votre formation et les perfectionnements, liste et décrit la diffusion de vos œuvres, liste les emplois reliés à votre carrière artistique, décrit vos expériences et implications dans le milieu, énumère les distinctions, les bourses et les commandes d'œuvres, le cas échéant. Une bibliographie, filmographie ou discographie peut être ajoutée au curriculum vitae, le cas échéant.

Pour de plus amples renseignements sur la rédaction d'un curriculum vitae artistique, vous pouvez consulter les sites suivants :

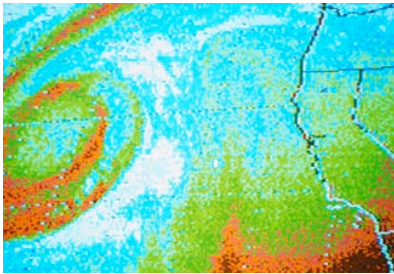
<http://www.arts-up.info/presentation.htm>

<http://www.ccat.qc.ca/informations-utiles.html>

<http://www.aroj.com/Sample-Arts-Resume>

Énoncé sur la démarche artistique

L'énoncé sur votre démarche artistique est le cœur de votre dossier d'artiste. Écrit à la première personne, il décrit votre processus de création, votre cheminement, vos intentions et vos objectifs de création et de production. Cet énoncé doit apporter un éclairage différent sur votre pratique. On ne doit pas y répéter les informations contenues dans le curriculum vitae ou dans tout autre document de votre dossier d'artiste.



« La démarche artistique permet d'expliquer vos motivations profondes en regard de vos passions pour un médium, poursuite d'acquis techniques et de la recherche pure. De plus, elle permet de démontrer l'originalité de votre travail, c'est-à-dire ce qui vous distingue des autres.

La démarche artistique, annexée à votre dossier, devrait être remodelée à chaque occasion. Selon le type d'interlocuteur et l'objectif pour lequel vous présentez votre portfolio, vous aurez avantage à mettre l'accent sur l'un ou plusieurs volets suivants : formation (acquis, perfectionnement), création (thématique, théorique, formelle), production (matériaux, technique), diffusion (impact, avancement, carrière artistique), commercialisation (retombées économiques). » Revue Optima, avril 1999, p. 18-19

Voici quelques liens vers des sites présentant des informations utiles pour la rédaction d'un énoncé de démarche artistique.

<http://www.ccat.qc.ca/informations-utiles.html>

<http://louvreboiteculturel.blogspot.com/2010/02/quest-quune-demarche-artistique.html>

<http://www.ateliermagique.com/fr/discussion/conseil-pour-definir-votre-demarche-artistique-9664.html>


Notice biographique

Une notice biographique est un court texte qui présente les faits saillants de votre carrière d'artiste. Généralement écrite à la troisième personne, elle est un résumé succinct de votre curriculum vitae et de votre démarche artistique. La notice biographique est utile pour les activités promotionnelles.

Revue de presse

La revue de presse est composée d'articles (de la presse imprimée ou électronique) vous concernant ou traitant de votre œuvre, de même que d'une liste des émissions radiophoniques, télévisuelles ou Internet auxquelles vous avez participé ou qui ont parlé de votre travail artistique. Il est essentiel d'inclure, selon le cas, le nom de la publication, l'éditeur, la date de parution, la page, le nom de l'émission, le nom de l'animateur, la date de diffusion ou l'adresse Internet.

En début de carrière, il est possible d'inclure des communiqués faisant l'annonce d'activités de diffusion.



Dans le cas de revues de presse présentées sur votre site Internet, il est possible d'inclure des liens aux articles cités, de les reproduire et d'ajouter des extraits sonores ou des vidéos d'entrevues réalisées.

Matériel d'appui

Votre matériel d'appui sera composé d'exemples représentatifs de votre travail. De plus en plus les supports numériques sont utilisés pour présenter le travail : documents numériques, CD, DVD, clé USB, site Internet, etc. Certains organismes ou bailleurs de fonds exigent des documents imprimés ou des diapositives. Certains n'acceptent pas la consultation de sites Internet. Dans tous les cas, il est important de se conformer aux exigences du destinataire, en ce qui a trait à la quantité et au format de votre matériel d'appui (Tiff, Jpeg, etc.) Finalement, il est important de faire une sélection judicieuse de votre matériel d'appui et de ne pas surcharger. Rappelez-vous que les membres du jury doivent parfois examiner des centaines de demandes.

PRÉSENCE SUR INTERNET

De plus en plus d'artistes utilisent un site Internet pour présenter leur travail. Le site devient alors le contenant des éléments du dossier artistique et permet une approche multi médiatique. On peut y intégrer un blogue et installer des liens vers d'autres médias sociaux tels Facebook, Twitter ou Youtube. Il est important de faire des mises à jour régulières afin de s'assurer de l'exactitude des renseignements présentés et pour maintenir l'intérêt de votre public.

Il est possible de créer une présence sur Internet à un coût raisonnable. Certains organismes, tel le Conseil culturel et artistique de la Colombie-Britannique, offrent aux artistes de s'inscrire gratuitement au Répertoire des arts et de la culture de la Colombie-Britannique afin de bénéficier d'une interface permettant de présenter leur travail à travers différents supports : texte, image, audio et vidéo. Pour vous inscrire, consulter le site :

http://www.ccafc.com/cwm/nouveau_membre.php

D'autres sites offrent également une présence gratuite sur Internet :

<http://wordpress.org>

<http://www.webs.com>

<http://www.yola.com>

UTILISER LE DOSSIER D'ARTISTE

Maintenant que vous avez en main un dossier artistique efficace et attrayant, examinez les usages que vous pouvez en faire. Il est important de rappeler que la présentation de votre dossier d'artiste doit être adaptée aux objectifs poursuivis, aux circonstances et aux interlocuteurs. Dans certains cas, il sera nécessaire d'ajuster les niveaux de langage ou la formulation des énoncés.

En tout ou en partie, votre dossier d'artiste vous permet de faire connaître votre travail auprès d'amis, de collègues, d'associations professionnelles, de médias, de bailleurs de fonds, de diffuseurs et d'organismes artistiques. En voici quelques exemples.



Honorez l'artiste. L'artiste est la voix du pays.

Alanis Obomsawin

Obtention d'un engagement

Votre dossier vous sera utile pour trouver un agent d'artiste, un galeriste ou une maison d'édition. Il pourra aussi servir à l'obtention d'une audition, d'un rôle, ou d'une exposition, notamment en présentant votre travail à des commissaires d'exposition, des muséologues, ou lors des sélections pour un concert, un spectacle, un concours ou un festival. Le dossier d'artiste permet également la vente d'œuvres à des collections publiques ou privées, la présentation d'un dossier suite à un appel d'offre, un appel aux artistes ou l'obtention d'une résidence d'artistes.

Obtention d'un financement

Le dossier d'artiste viendra appuyer la présentation des demandes de financement auprès de bailleurs de fonds, les négociations auprès d'une institution financière, de même que les démarches auprès d'institutions pour l'échange de services (municipalités, associations professionnelles, médias).

Marketing et image de marque

Le dossier d'artiste sera le point de départ de toute initiative de marketing dont l'objectif est de faciliter l'identification de votre public cible, son profil et ses goûts. Une fois les clients potentiels repérés, on tente de les atteindre au moyen des trois autres éléments de la composition commerciale: le prix, la distribution et la promotion. Le point de départ du processus est le produit de l'entreprise et le point d'arrivée, le marché. Cette approche du produit vers le client est vraiment caractéristique de la plupart des entreprises du secteur des arts.

La création d'une image de marque est une représentation qui permet à votre travail d'être facilement identifié. L'image d'une marque désigne un ensemble de représentations mentales personnelles, subjectives, stables, sélectives et simplificatrices, relatives à un signe distinctif, un mot ou un groupe de mots.

Pour en connaître davantage sur les concepts de marketing dans le secteur artistiques, vous pouvez consulter le livre de François Colbert et Suzanne Bilodeau « Le marketing des Arts et de la Culture » publié par Gaétan Morin / Chenelière en 2007.

5. SE FAIRE CONNAÎTRE



Les activités de communication et de promotion constituent une partie inhérente à la carrière artistique. Il est judicieux pour l'artiste d'investir temps et ressources dans la préparation d'outils et d'activités de promotion clairs et efficaces qui véhiculeront votre image de marque.

MONTER UN DOSSIER DE PRESSE

Le dossier de presse est un des éléments importants en gestion de carrière. Il se veut pertinent et léger. Une erreur souvent commise est de surcharger le dossier de presse pensant que plus il y aura d'informations, mieux ce sera. Au contraire, il faut que les documents soient de lecture fluide et que les textes soient concis. Il ne faut pas oublier à qui l'on adresse notre dossier. Dans le cas des journalistes, comme ceux-ci en reçoivent des quantités considérables, il y a avantage à ce que la présentation soit soignée et que les éléments, où l'on aimerait que l'œil accroche, soient bien en évidence.

Quelle que soit la pratique de votre art (arts de la scène, arts visuels, métiers d'art etc.), un dossier de presse contient de façon générale :

- un communiqué de presse
- un court texte de présentation
- un historique ou notes biographiques
- le communiqué d'un commanditaire important s'il y a lieu
- un ou des outils promotionnels (dépliant ou autre)
- une revue de presse s'il y a lieu
- une carte d'affaires

S'ajoutent à cela le matériel d'appui qui va de pair avec votre art (CD, DVD, portfolio). Vous trouverez ici les grandes lignes nécessaires à la réalisation du contenu d'un dossier de presse. Deux modes de transmission sont toujours possibles soit par voie électronique, soit par voie traditionnelle. Pour plus d'information ou pour voir des exemples de dossier de presse, vous pouvez consulter :

http://www.ogmacom.net/asso_dossier_presse.php

<http://www.24presse.com/dossier-de-presse-exemple.php>



PLAN DE COMMUNICATION

Il est important de développer un plan stratégique selon vos besoins, vos ressources et vos moyens. Ici on parle d'une stratégie de communication pour atteindre sa cible, soit les médias. Que l'on prépare une conférence de presse, un lancement, un vernissage, une première ou tout autre événement, voici le principal élément à considérer : l'échéancier. La première action à poser est de choisir le moment de votre événement et de voir s'il n'entre pas en conflit avec tout autre événement prévisible, qu'il soit culturel ou d'actualité, comme par exemple un jour d'élections ou un important match de hockey.

- réserver l'endroit, la date et l'heure
- réserver un sonorisateur et un photographe s'il y a lieu
- réserver l'équipement technique si nécessaire
- réserver un traiteur ou chercher une commandite
- décorer le lieu si nécessaire pour personnaliser votre événement
- rédaction des textes (invitation, communiqué)
- production des textes (impression ou support électronique)
- préparation d'un discours
- s'assurer que la liste d'envois est à jour
- préparer une liste de présence lors de l'événement
- envoi du communiqué (support traditionnel ou électronique)
- rappels téléphoniques ou par courriels
- monter un certain nombre de dossiers de presse à remettre lors de l'événement
- faire un suivi auprès de ceux qui ne sont pas venus pour envois de dossiers
- préparer une revue de presse

Pour les rappels téléphoniques et courriels, il est important de calculer au moins 3 semaines après l'envoi de l'invitation et du communiqué par la poste, et plus ou moins une semaine si les envois se font par voie électronique.

INVITATIONS

Les invitations sont préférablement simples mais personnalisées, par l'utilisation des éléments graphiques qui sont en lien avec l'image de l'artiste, ceci pour assurer une cohérence et un rappel à propos de celle-ci comme pour tous les outils promotionnels. D'entrée de jeu, l'invitation doit indiquer quelle personne convie à l'événement. Ce peut être l'artiste, la directrice générale et/ou artistique s'il s'agit d'un organisme, ainsi que la présidente du conseil d'administration, s'il y a lieu. Il faut bien sûr indiquer la date, l'heure, le lieu avec l'adresse précise et les facilités d'accès (angle de la rue, lignes d'autobus, stationnement, etc.).

Il est important de s'assurer que la liste d'invitations est à jour. En plus des journalistes, vous inviterez des acteurs importants du monde politique ou autres subventionnaires, des commanditaires privés, vos pairs ou autres. Il faut donc s'assurer que tous ces gens figurent sur votre liste. L'invitation s'envoie par voie électronique ou par voie postale. Il ne faut pas hésiter à envoyer des invitations par la poste même si nous sommes à l'ère informatique. L'invitation par voie électronique peut servir de rappel ou peut être envoyée au cas où l'invitation par voie postale ne se serait pas rendue.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le communiqué de presse est un outil qui vous permet d'aviser les médias d'une nouvelle ou d'un événement vous concernant. Il ne faut pas confondre le communiqué de presse et publicité. En conséquence, le communiqué annonce une nouvelle, il ne sert pas à vendre un produit, que ce soit un objet ou une représentation.


Pour rédiger un communiqué de presse, il est crucial de couvrir les cinq parties suivantes :

- **L'entête.** Identifier l'organisme (insérer un logo) ou l'artiste en haut à gauche. Écrire « Communiqué » en haut à droite. Juste en dessous, inscrire : « pour diffusion immédiate » sauf si vous faites un embargo jusqu'à une date à mentionner.
- **Le titre.** Il doit résumer en 1 phrase tout votre communiqué et doit attirer l'attention.
- **L'accroche du communiqué.** Ce petit paragraphe (2 lignes) doit résumer tout le communiqué de presse.
- **Le corps du communiqué.** Rédigez votre texte à la 3e personne. Mettez en premier les éléments les plus importants et laissez en dernier les informations les moins essentielles - Répondez aux questions « Où ? Qui ? Quoi ? Quand ? Comment ? Pourquoi ? » Enchaînez les idées de façon logique et cohérente (1 idée par paragraphe). Vous pouvez ajouter une brève citation (entre guillemets) de vous ou d'un pair expliquant la nouvelle. Rajoutez quelques images au besoin, sans exagération (1 ou 2 images suffisent).
- **La fin du communiqué.** Faites un rappel de l'organisme ou de l'artiste, de son historique, sa mission, sa démarche - Marquez la fin de votre communiqué par le code -30-. En dessous, indiquez les coordonnées de la source (personne ayant écrit le communiqué) et de la personne à contacter pour plus d'information.

Vous pouvez ajouter quelques détails en conclusion comme l'adresse complète pour l'événement, l'adresse de votre site Internet, des liens Internet à visiter que vous jugez utiles, les liens pour les médias sociaux s'ils ne sont pas accessibles par votre site Internet. En conclusion, il est souhaitable que votre communiqué soit bref et précis pour en faciliter la lecture.

LISTE MÉDIAS

Faire un travail de relation de presse demande une bonne préparation. Cela est faisable mais non comparable au travail qu'une attachée de presse peut faire puisque celle-ci possède la connaissance du milieu, parle avec les journalistes sur une base quotidienne et fait régulièrement la mise à jour de sa liste de presse. Il y a également des fournisseurs comme Blitz qui fournissent ces informations de manière exhaustive et largement ciblées mais coûteuses. Il y a plusieurs façons de se monter une liste de presse maison, si en vous sommeille un intérêt pour la recherche, il vous sera peut-être plus facile d'y arriver, et rapidement, car cela prend patience et discernement. Voilà quelques façons d'arriver à bâtir votre liste incluant les imprimés (journaux quotidiens ou hebdomadaires, magazines mensuels ou hebdomadaires), les télévisions (talk-show, émissions spécialisées, télé journaux), les radios (émissions spécialisées, entrevues, nouvelles) les médias internet et les nouveaux médias soit les médias sociaux.



Les personnes à lister sont les journalistes, les animateurs, les critiques, les chroniqueurs et les recherchistes, entre autres. Un truc simple est de feuilleter les journaux et aller aux sections qui parlent de votre art, souvent dans la section *Arts et culture*, et noter le nom des critiques et journalistes. Pour la télé et la radio, le plus rapide est de parcourir les sites Internet et d'aller voir dans la section des émissions afin de cibler les animateurs et chroniqueurs. Il en va de même pour les médias Internet. Généralement, en faisant une recherche sur Google, il est facile d'obtenir les adresses de sites. Encore là, il est préférable de cibler vos recherches. Le téléphone demeure un outil toujours très efficace. Il ne faut pas hésiter à appeler et demander si c'est possible d'obtenir plus d'informations.

En Colombie-Britannique, il existe peu de médias francophones. Il sera probablement nécessaire d'inclure à votre liste des médias anglophones afin d'assurer une diffusion plus large de votre événement. Voici les sites des quatre médias francophones de la province.

L'express du Pacifique <http://www.lexpress.org>

Société Radio-Canada <http://www.radio-canada.ca>

Société Radio Communautaire de Victoria – CILS FM 107.9 <http://www.cilsfm.ca>

The La Source <http://www.thelasource.com>

CONFÉRENCE DE PRESSE

Le respect des délais est des plus importants pour assurer le bon déroulement d'une conférence de presse, le tout étant directement lié avec l'échéancier détaillé précédemment. Le lieu, la décoration, l'équipement technique nécessaire, le traiteur, les dossiers de presse et la liste d'invités étant réglés, il s'agit de bien accueillir vos invités. Il est important d'avoir des gens à l'entrée qui sauront noter les présences et dans le cas des journalistes, s'assureront de leur donner votre dossier de presse.

Le déroulement peut se faire de différente façon, soit :

- mot de bienvenue
- discours (selon les intervenantes, artistes, présidente du C.A., subventionnaires, etc.)
- présentation
- séances de réponses aux questions s'il y a lieu
- entrevues s'il y a lieu

Tout dépendant du type de conférence et de l'heure, les gens peuvent se servir café, eau, jus ou autre à leur arrivée. Notez que cela dépend de vos moyens, ceci n'est pas une obligation. Le principal intérêt est ce que vous présentez ce pourquoi les gens viennent à votre événement. Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter les sites :

<http://www.in-terre-actif.com/fr/show.php?id=1890>

<http://www.kalligo.com/organiser/organisation/580-comment-organiser-conference-presse.htm>



*"On n'invente rien, ça vous arrive
comme un rêve vous arrive"*

Mavis Gallant

ENTREVUES

Il est nécessaire d'être bien préparé à une entrevue. Pour se faire, comme vous êtes le véhicule principal de votre produit, il faut tenter de prévoir le type de questions qui pourraient être abordées. Pour être convaincante, il faut être convaincue et cela nécessite également de l'authenticité. Ne cherchez pas à embellir ou utiliser des superlatifs à votre sujet, cela ne sert jamais l'artiste. À ne pas confondre avec l'assurance de qui on est et le pourquoi et le comment on le fait. Soyez claire car des réponses évasives laissent une impression de mauvaise connaissance de qui vous êtes et de ce que vous faites. Si votre interlocutrice vous semble ambiguë dans ses questions, il est préférable de lui demander de reformuler plutôt que de répondre hâtivement à quelque chose dont vous ne comprenez pas le sens. Cela n'empêche pas la spontanéité si vous êtes de nature spontanée. Une fois de plus, l'important est d'être vous-même et de vous exprimer le plus clairement possible. Voici quelques sujets sur lesquels des questions pourraient vous être posées :

- formation
- historique
- objectifs de carrière
- influences ou inspirations
- démarche
- collaborations
- projets à long terme
- lancement d'un livre, d'un CD, d'un film, vernissage d'une exposition, etc.

Il peut y avoir des questions d'ordre plus personnel, n'hésitez pas à contourner le sujet si cela vous incommode ou de le dire tout simplement. Finalement, il est possible de faire appel à des spécialistes pour vous appuyer dans vos démarches auprès des médias traditionnels et sociaux.

MÉDIAS SOCIAUX

Les médias sociaux? Un incontournable. Tout le monde peut participer à sa manière à la médiatisation de votre produit et ce sans être un journaliste de métier. Mais il faut savoir répartir son temps pour la consultation et comment en gérer le fonctionnement. Tous ces supports servent à votre image de marque et il faut faire attention à ce que cette image soit bien représentée. Il est donc important d'assurer une présence constante et contribuer ainsi à une continuité et une cohérence dans les échanges et la façon de présenter votre produit.

Une utilisation ciblée de médias sociaux tels Facebook, Twitter, MySpace, LinkedIn, ou un canal Youtube vous fera connaître et créera de l'engouement pour votre travail. Les médias sociaux ne vont probablement rien vous rapporter directement à court terme. Mais utilisés comme complément à une stratégie de marketing traditionnelle, ils peuvent vous permettre de renforcer votre relation avec votre public, ce qui pourra éventuellement avoir un impact sur votre capacité à générer des revenus.

Somme toute, il ne s'agit pas d'adopter les médias sociaux au détriment des médias traditionnels. Il s'agit plutôt de trouver une approche efficace pour faire passer un certain message auprès d'un certain public.

Plusieurs sites s'intéressent à l'utilisation par les artistes, des médias sociaux. En voici quelques exemples :

<http://owni.fr/2011/02/23/pourquoi-les-reseaux-sociaux-sont-vitaux-pour-les-artistes>

<http://www.art-logic.info/annecy/Artistes-et-reseaux-sociaux>

<http://www.industriemusical.com/autres/les-reseaux-sociaux-catalyseurs-de-talents-et-de-decouvertes>

<http://www.culturalhrc.ca/amyc/pdf/AMYC-Chapter2-fr.pdf>



Festival de l'érable à Nanaïmo

6. LE FINANCEMENT D'UN PROJET ARTISTIQUE

Il existe plusieurs manières de financer un projet artistique, que ce soit une initiative individuelle, un projet développé par un collectif, un organisme sans but lucratif ou une entreprise privée. La stratégie de financement sera développée en fonction du statut professionnel de l'artiste ou de l'organisme, de la nature du projet et des partenaires financiers potentiels.

STATUT D'ARTISTE PROFESSIONNEL

Il est important d'établir votre statut en tant qu'artiste afin de d'identifier les possibilités de financement qui s'offrent à vous. Bien que les définitions varient d'un organisme à l'autre, d'une région à l'autre et d'une discipline à l'autre, il est généralement admis qu'une artiste émergente (ou de la relève ou en début de carrière) possède au moins trois ans de pratique artistique, en plus d'avoir complété sa formation. Certains programmes d'aide financière visent spécifiquement cette clientèle.

L'artiste professionnelle possède au moins trois ans de pratique professionnelle et satisfait à la définition suivante :

- avoir reçu une formation spécialisée dans le domaine (pas nécessairement dans un établissement d'enseignement)
- être reconnue comme tel par ses pairs
- s'engage à consacrer plus de temps à sa pratique artistique si sa situation financière le lui permet.

De plus, pour être considérée comme une artiste professionnelle vous devez avoir :


- réalisé un corpus d'œuvres indépendantes
- présenté vos œuvres en public dans un contexte professionnel
- avoir maintenu une activité professionnelle pendant au moins trois ans.

Pour les organismes sans but lucratif, l'accès aux financements publics est généralement réservé à ceux qui possèdent au moins deux ans d'activités professionnelles.

Comme les définitions varient, il peut-être prudent de contacter le bailleur de fonds potentiel afin d'établir clairement votre statut et ce faisant, confirmer votre admissibilité à certains programmes, fonds ou concours.

PRÉSENTER UN PROJET

L'obtention d'un soutien financier public ou privé, qu'il provienne d'un diffuseur, d'un commanditaire ou d'un palier de gouvernement, dépendra en grande partie de la qualité de votre vision artistique, de la pertinence de votre projet et de votre capacité à le décrire. Pour chaque projet, il est préférable d'élaborer une description générale avant d'entreprendre des recherches de financement. Cela vous permettra de garder le cap sur votre idée sans être influencée par les différents programmes et leurs objectifs respectifs. Votre description de projet pourra par la suite être adaptée aux objectifs, règles et critères des différents bailleurs de fonds.



Voici quelques questions destinées à faciliter la préparation de votre description de projet :

- quelle est la vision artistique?
- quel est le but, le projet?
- quelles méthodes, quels processus seront utilisés pour atteindre le but?
- qui sera impliqué dans sa réalisation?
- quelles ressources seront nécessaires?
- quels sont les partenaires potentiels?
- en quoi ce projet est-il différent/similaire au travail précédent? Pourquoi?

Lors de la préparation d'une demande de financement, il est impératif de comprendre les objectifs spécifiques de chaque programme et d'adapter votre description de projet en conséquence, notamment au niveau du langage, des mots-clés employés et du type de financement demandé.

Il est important de contacter l'agent de programme avant de déposer une demande. Idéalement, vous établirez une relation suivie avec les agents des programmes qui vous concernent. Par exemple, il est recommandé de contacter l'agent suite au dépôt de votre demande afin de vous assurer qu'elle est complète. En cas de refus, l'agent pourra vous transmettre les commentaires du jury. Peut-être vous sera-t-il possible de présenter à nouveau une demande révisée? En cas de succès, obtenez le nom des membres du jury. Ils sont des alliés potentiels. Finalement, communiquer régulièrement avec l'agent de programme tout au long du déroulement de votre projet – invitation à une conférence de presse, carton d'invitation à une exposition, billets gratuits, etc. Déposez un rapport final étoffé au terme du projet.

ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE FINANCEMENT

L'élaboration d'une stratégie de financement vous permet d'identifier tous les partenaires financiers potentiels en fonction des différents aspects du projet et de leur déploiement dans le temps. Par exemple, certains programmes d'aide sont destinés à soutenir la recherche et le développement alors que d'autres mettent l'accent sur la production. De la même manière, il est possible de trouver un diffuseur, un galeriste ou un éditeur intéressé à financer la dissémination de votre travail, alors qu'un commanditaire accordera son soutien à vos activités de promotion. Il est important d'inclure à votre liste les ressources consenties sous forme de services.

Après avoir identifié tous les partenaires que vous pensez solliciter, il est utile d'élaborer un 'cheminement critique' contenant les démarches à effectuer, les échéances et les ressources humaines, matérielles et financières nécessaires. En gestion de projet, un cheminement critique désigne le plus petit ensemble des opérations à effectuer sur des données nécessaires pour obtenir le résultat voulu.

PROGRAMMES D'AIDE DU SECTEUR PUBLIC

Il existe de nombreux programmes d'aide au financement des activités artistiques offerts par divers paliers de gouvernement : le fédéral, la province, certains gouvernements régionaux et certaines municipalités. La majorité de ces programmes s'adressent aux artistes professionnels et aux organismes artistiques sans but lucratif. Pour situer votre projet dans le paysage foisonnant des programmes de subvention, il est utile de savoir que les programmes sont divisés par type d'intervention. Il est possible d'obtenir différents types de contribution pour un même projet. Par exemple, une bourse de création peut être accompagnée d'une subvention de voyage.

"Il est indispensable qu'une femme possède quelque argent et une chambre à soi si elle veut écrire une œuvre de fiction"

Virginia Woolf

SUBVENTIONS INDIVIDUS / COLLECTIFS	SUBVENTIONS ORGANISMES
<ul style="list-style-type: none">• Subventions de recherche / création (courte ou longue durée)• Subventions de projet• Aide au perfectionnement• Subvention de voyage• Aide à la diffusion• Aide pour les résidences d'artistes	<ul style="list-style-type: none">• Subventions de projet• Subventions au fonctionnement• Financement des infrastructures• Aide à l'accroissement des capacités• Subventions de voyage• Subventions aux arts communautaires

Dans le secteur des arts, plusieurs ministères, agences et sociétés de la couronne gèrent des programmes de contribution et de subventions. Les principaux sont :

BC Arts Council <http://www.bcartscouncil.ca>

Capital Regional District Arts Development Office <http://www.crd.bc.ca/arts>

Conseil des Arts du Canada <http://www.canadacouncil.ca>

City of Vancouver Cultural Services <http://vancouver.ca/commsvcs/cultural>

City of Kelowna Cultural Services <http://www.city.kelowna.bc.ca/CM/Page2282.aspx>

Fonds des Médias du Canada http://www.cmf-fmc.ca/fr/index.php?&page_mode=create

Ministère du Patrimoine canadien <http://www.pch.gc.ca>

Ministry of Community, Sport and Cultural Development of BC http://www.cscd.gov.bc.ca/arts_culture

Musicaction Canada www.musicaction.ca

Téléfilm Canada <http://www.telefilm.gc.ca/fr/?q=fr>

Il existe également en Colombie-Britannique un réseau de conseils des arts communautaires financé par le gouvernement provincial appelé 'ArtsBC'. Il regroupe des dizaines de conseils des arts communautaires répartis aux quatre coins de la province. Ces organismes n'offrent généralement pas de subventions mais proposent des activités de formation, de réseautage et de diffusion.

Les services gouvernementaux dont le mandat premier n'est pas le soutien aux arts, peuvent néanmoins combler un besoin spécifique. On pense par exemple à la Société de Développement économique de la Colombie-Britannique, le ministère de la Condition féminine, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, le ministère du Tourisme, le ministère de la Justice, le ministère de l'Éducation, le Conseil des Ressources humaines du Secteur culturel, pour ne nommer que ceux-là.

LES FONDATIONS

Il existe au Canada des fondations dont la mission est le développement artistique, culturel et communautaire. La Fondation Vancouver a récemment lancé le programme *Giving Well* qui célèbre les femmes engagées dans la philanthropie. La fondation offre en outre des subventions aux arts et à la culture. Pour de plus amples renseignements, consultez le site : <http://www.vancouverfoundation.ca/grants/artsandculture.htm>

Voici une liste de fondations canadiennes intéressées au soutien des arts :

Arts and Culture – Fondation Asie Pacifique du Canada <http://www.asiapacific.ca/fr/category/keywords/arts-and-culture>

Heritage Canada Foundation
<http://www.heritagecanada.org/eng/links/fund.html>

Metcalfe Foundation
<http://www.metcalffoundation.com/index.html>

Fondation canadienne des Femmes
http://www.cdnwomen.org/fr/section07/1_7_1-intro.html



AUTRES SOURCES

Il existe une panoplie d'organismes et de programmes dont l'objectif est d'appuyer les démarches des travailleuses autonomes et des petites entreprises par le biais de formation, de soutien technique ou de prêts.

Banque de développement du Canada
www.bdc.ca

Entreprises Canada
www.entreprisescanada.ca

Initiative de développement coopératif – projets innovateurs de coopératives
<http://ccm.coopscanada.coop/fr/projets-innovateurs-cooperatifs/Apercu-du-programme>

Société de développement économique de la Colombie-Britannique
www.sdecb.com

Industrie Canada – Programme de financement des petites entreprises du Canada
<http://www.ic.gc.ca/eic/site/csbfp-pfpec.nsf/fra/accueil>

7. CONSIDÉRATIONS LÉGALES ET FISCALES

Les artistes de la Colombie-Britannique bénéficient d'un cadre légal et fiscal destiné à réguler leurs rapports professionnels. Ce cadre assure le respect de leurs droits et de leurs intérêts. Quelque soit votre statut professionnel ou votre discipline artistique, vous serez confrontée, à divers moment de votre carrière, à des questions légales et fiscales. Parce que les lois évoluent, il est indispensable de vous tenir informée.

Il est parfois judicieux de faire appel aux services d'un(e) avocat(e), d'un(e) fiscaliste ou d'un(e) comptable vous appuyer dans vos démarches. Certains services sont offerts par les gouvernements provincial et fédéral, par exemple l'Agence de revenu du Canada ou le Bureau provincial d'incorporation. Plusieurs organismes de services du domaine des arts offrent également des conseils juridiques et fiscaux, dont le Front des artistes canadiens (CARFAC).

STATUT D'ARTISTE PROFESSIONNELLE ET TRAVAILLEUSE AUTONOME

La Loi canadienne sur le statut de l'artiste est divisée en deux parties : la première traite de la reconnaissance par le gouvernement du Canada du statut professionnel des artistes et de certains droits fondamentaux qui leur sont conférés et la deuxième, d'un régime de relations de travail visant les artistes et les producteurs qui retiennent les services d'un ou plusieurs artistes en vue d'obtenir une prestation. En vertu de la loi, une artiste est considérée professionnelle si elle répond aux critères suivants :

- elle se déclare artiste professionnelle
- elle crée des œuvres à son compte
- elle présente publiquement son travail par le biais de publications, d'expositions, de représentations et de mise en marché
- elle jouit de la reconnaissance de ses pairs par le biais de récompenses, bourses, nominations à un jury, un prix.

Loi sur le statut de l'artiste


<http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/S-19.6/index.html>

Tribunal canadien des relations professionnelles artistes - producteur

<http://www.capprt-tcrpap.gc.ca/eic/site/capprt-tcrpap.nsf/fra/accueil>

Plusieurs artistes tendent à se considérer comme des travailleuses autonomes du secteur culturel. La définition de travailleuse autonome peut varier d'une discipline artistique à l'autre. En général, la travailleuse autonome est une personne qui, en vertu d'une entente verbale ou écrite, s'engage envers une autre personne à effectuer un travail matériel ou à lui fournir un service moyennant un prix que le client s'engage à lui verser.

Le but de la Loi sur le statut de l'artiste est l'amélioration des conditions minimales de travail des artistes ayant un statut de travailleuse indépendante. Les créatrices et les interprètes visées par cette loi jouissent du statut de travailleuse autonome dans la mesure où, pour l'exercice de leur art, elles s'engagent envers un ou plusieurs producteurs, au moyen de contrats portant sur des prestations déterminées.



Depuis janvier 2011, les travailleuses autonomes au Canada peuvent bénéficier de prestations d'assurance emploi. Pour plus d'information à ce sujet, voir l'article sur le site de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante :

http://www.cfib-fcei.ca/francais/services_aux_membres/canada/154-assurance-emploi/1681-prestations_d_ae_pour_les_travailleurs_autonomes.html

DROIT D'AUTEUR ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le droit d'auteur désigne l'ensemble des droits dont jouit la créatrice sur ses œuvres originales. Le titulaire de ces droits est généralement l'auteur de l'œuvre. La Loi sur le droit d'auteur du Canada protège les travaux des créatrices en leur garantissant le droit exclusif d'autoriser leur publication, leur exécution ou leur reproduction. Le droit d'auteur s'applique à toutes les œuvres originales, soit :

- les œuvres littéraires ou textuelles : livres, brochures, poèmes, programmes informatiques
- les œuvres dramatiques : films, vidéos, pièces de théâtre, scénario et textes de cinéma
- les œuvres musicales : compositions qui comportent à la fois des paroles et de la musique ou seulement de la musique
- les œuvres en arts visuels : tableaux, dessins, cartes, photographies et sculptures
- les œuvres architecturales

De plus, il existe différents types de droits d'auteurs, à savoir les droits moraux, les droits patrimoniaux, les droits de représentation, les droits d'exécution, les droits de suite, les droits dérivés, les droits de rétribution et les droits voisins. La propriété intellectuelle désigne généralement les inventions, les œuvres artistiques, les symboles, les noms, les images et les dessins dont on fait usage dans le commerce. La propriété intellectuelle possède deux aspects distincts : la propriété industrielle (brevet) et le droit d'auteur. Pour en connaître d'avantage sur cette question, consultez :

Loi sur le droit d'auteur du Canada
<http://lois-laws.justice.gc.ca/fra/lois/C-42/index.html>


Commission du droit d'auteur Canada
<http://www.cb-cda.gc.ca/>

Artère – ressources internet pour la relève artistique montréalaise
<http://www.artere.qc.ca/fr/accueil.php?page=accueil>

CONTRATS

Que vous soyez une artiste de la relève ou que votre carrière soit bien établie, vous aurez recours à divers types de contrat dans la pratique de votre art. En voici quelques-uns qui touchent la plupart des artistes :

- le contrat d'exposition
- le contrat de dépôt pour fins de vente
- le contrat de vente
- le bail de location de biens ou d'équipement
- les contrats de commande d'œuvres
- les contrats de représentation par un agent, un gérant ou un galeriste
- les ententes de sous-traitance
- les ententes de droit d'auteur



Dans certaines disciplines artistiques, l'utilisation d'un contrat de travail est une nécessité pour négocier vos conditions de travail et vous assurer d'une rémunération décente. Un contrat est une entente intervenue entre deux ou plusieurs parties, qui tient compte de considérations mutuelles pour exécuter un acte légal. Le contrat constitue un outil légal et juridique qui vous protégera en cas de litige ou de faillite. Les contrats devraient être négociés, conclu et signés avant de commencer le travail.

Plusieurs associations professionnelles disciplinaires offrent des modèles de contrat à leurs membres. Lorsqu'une artiste signe ce type de contrat, il lui est généralement possible de cotiser à des caisses de retraite. Bien que les contrats diffèrent d'une discipline à l'autre, ils doivent néanmoins préciser les éléments suivants :

- la nature du contrat
- l'œuvre qui en est l'objet
- toute cession de droit consentie par l'artiste
- la contrepartie financière due à l'artiste
- les modalités de paiement

Informez-vous auprès de votre association professionnelle avant de signer un contrat. Vous pouvez également consulter quelques sites dont :

L'art de gérer sa carrière qui consacre un chapitre aux questions légales
<http://www.culturalhrc.ca/amyc/index-f.asp>

Le site artère qui fournit une foule d'informations pertinentes pour chacune des disciplines artistiques
<http://www.artere.qc.ca>

La centrale des artistes qui offre plusieurs modèles d'entente contractuelles et de liens vers des associations professionnelles <http://www.lacentraledesartistes.com/outils.php>

GESTION FINANCIÈRE

La gestion financière est un aspect important de la carrière artistique, bien que parfois négligée. Le contrôle de vos finances est un facteur important de votre succès. Cette gestion comprend par exemple :

- la préparation de prévisions budgétaires
- la tenue de livres comptables
- la préparation et la gestion de budgets (notamment pour les bailleurs de fonds)
- la facturation
- la documentation sur vos revenus et dépenses pour l'Agence du revenu du Canada
- la préparation de vos rapports d'impôt
- les taxes de vente et de service

Plusieurs de ces aspects sont traités sur le site de l'Agence du revenu du Canada www.cra-arc.qc.ca

Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel a créé des fiches pour chaque discipline artistiques qui offrent des renseignements et ressources indispensables à la gestion financière.
<http://www.culturalhrc.ca/amyc/enhancements-f.asp>

Pour les organismes artistiques sans but lucratif, il existe un séminaire de management culturel intitulé *Gérez la Culture – Partagez la Passion* et offert en ligne par l'École des Hautes Études Commerciales (HEC) de Montréal. <http://www.gestiondesarts.com/index.php?id=1094>

BIBLIOGRAPHIE

BELLAVANCE, G., L. BERNIER et B. LAPLANTE. *Les conditions de pratique des artistes en arts visuels: rapport d'enquête, phase 1*. Montréal: INRS Urbanisation, culture et société. 2005.

COLBERT, François et Suzanne Bilodeau, *Le marketing des Arts et de la Culture*. Gaétan Morin / Chenelière, 2007.

CONSEIL DE RESSOURCES HUMAINES DU SECTEUR CULTUREL. *L'art de gérer sa carrière – un guide pratique à l'intention des artistes et travailleurs autonomes en milieu culturel*, 2009.

DAVEL, Eduardo. *Carrière artistique et entrepreneuriat : la créativité comme voie de recherche*. Télé-Université UQAM, 2007.

http://www.entrepreneuriat.com/fileadmin/ressources/actes07/Davel_Edouardo.pdf

RAAV - Regroupement des artistes en arts visuels du Québec. *Profession Artiste : Guide à l'intention des artistes en arts visuels*, 2010.

http://www.raav.org/pls/htmldb/f?p=105:99:2043727648232863::NO::P99_IM:455

SCHUMPETER, J. A. *Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism*. New Brunswick: Transaction Publishers. 1989.

SVEJENOVA, S. The path with the heart: creating the authentic career. *Journal of Management Studies*, 2005, 42(5): 947-974.



RESSOURCES INTERNET

Art daily.org

Art daily est un *webzine* qui offre des informations sur les galeries, les musées, les artistes, les enchères, les expositions, les nouvelles technologies appliquées aux arts, etc.

www.artdaily.com

ArtMag

ArtMag est un répertoire bilingue qui regroupe toutes les expositions qui se font actuellement dans les musées et les galeries dans tous les pays du monde.

www.artmag.com

Artnet : le monde de l'art en ligne

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

www.artnet.fr/ ; www.artnet.fr/Magazine/Frontpage.asp?N=1

BC Arts : Advocacy, Resources, Community

Réseau regroupant une centaine d'organismes membres répartis dans toute la province et œuvrant au développement des arts dans la communauté. Le site offre une foule de renseignements sur des formations, des emplois et des subventions.

<http://www.artsbc.org/>

Chronic'art : le magazine culturel connecté

Chronic'art est un magazine d'art francophone consacré l'actualité culturelle en cinéma, DVD, musique, jeux vidéo, livres, bd, arts et expos.

www.chronicart.com

Ratsdeville

Ratsdeville est le webzine de la diversité en arts visuels.

www.ratsdeville.typepad.com

Sortir du Moule – En route pour Entreprendre

Un site qui offre des informations aux artistes et travailleurs autonomes du secteur culturel

<http://sortirdumoule.com/vos-objectifs-sont-ils-smart>

Universes in the Universe. Worlds of Art

Comme son nom l'indique, *Universes in the Universe* est un webzine qui couvre les arts visuels du monde entier. Le site propose pour chaque région, chaque pays, chaque continent un répertoire des artistes, des œuvres, des expositions, des biennales, des opportunités d'appels de dossiers. www.universes-in-universe.de/english.htm

Voix

La
des arts et
de la culture
francophones en
Colombie-Britannique

Le CCAFCB, en tant que porte-parole sur les questions liées à la représentation et au développement des arts et de la culture francophones en Colombie-Britannique, facilite la concertation, le regroupement et la collaboration entre les organisations communautaires et les artistes francophones. Il offre un forum commun aux artistes et aux diffuseurs et appuie activement les initiatives du secteur culturel et artistique francophones. La représentativité, le développement et la promotion des arts et de la culture francophones en Colombie-Britannique sont au cœur de la raison d'être du CCAFCB.

échange

développement

représentation

promotion



Conseil culturel
et artistique
francophone de la
Colombie-Britannique

Visitez: www.ccafc.com

Promotion | Développement | Représentation