

**UNIVERSITÉ DU QUÉBEC
INSTITUT NATIONAL DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
CENTRE – URBANISATION CULTURE SOCIÉTÉ**

**LA MOBILISATION DE CONNAISSANCES AU SERVICE DES ARTISTES
DE ROSEMONT-PETITE-PATRIE**

Par

Lilian MARQUES

M.A. Communication

Rapport de stage présenté pour obtenir le grade de

Maître ès arts, M.A.

Maîtrise en Pratiques de recherche et action publique – PRAP

Février 2016

Cet essai intitulé

**LA MOBILISATION DE CONNAISSANCES AU SERVICE DES ARTISTES
DE ROSEMONT-PETITE-PATRIE**

et présenté par

Lilian MARQUES

a été évalué par un jury composé de

M. Guy BELLAVANCE, directeur de recherche, INRS

M. Mircea VULTUR, professeur du programme PRAP, INRS

M. Vincent MAGNAT, responsable du stage, Regroupement Arts et Culture
Rosemont-Petite-Patrie

RÉSUMÉ

L'objectif de cette recherche était d'établir les conditions de travail et les défis professionnels que vivent les artistes du quartier Rosemont-Petite-Patrie, ceci en vue de proposer des solutions permettant au Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie de mieux les aider. La participation des artistes au projet a consisté à accorder à la stagiaire un entretien d'environ 1 heure. Cette entrevue a porté particulièrement sur les propres expériences et besoins professionnels des artistes, mais il était aussi possible de donner leur opinion sur les besoins de leurs collègues et des métiers artistiques en général. En participant à cette recherche, les artistes ont contribué également au développement des perspectives en matière de mobilisation de connaissances ainsi qu'à la recherche qualitative en sciences sociales.

Mots-clés : artistes, visuels, travail, Rosemont, Petite-Patrie, Montréal, Québec, Canada

ABSTRACT

The goal of this research was to establish the work conditions and the professional challenges faced by the artists of the Rosemont-Petite-Patrie neighborhood, in order to propose solutions allowing the Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie to better assist their members. The participation of these artists to the project consisted in giving an interview of about 1 hour to the intern. This interview's subject was based on the artists' own experiences and professional needs, although it was also possible for the artists to give their own opinion about the needs of their colleagues and of the artistic fields in general. In participating on this research, the artists also contributed to the development of the knowledge mobilization's perspectives and the qualitative research in Social Sciences.

Keywords: artists, visual, work, Rosemont, Petite-Patrie, Montreal, Quebec, Canada

AVANT-PROPOS

L'objectif de cet stage au sein du Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie était le développement de services visant à soutenir les activités professionnelles des artistes visuels de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie à Montréal membres du Regroupement, et, plus particulièrement, de dégager des propositions d'outils complémentaires pour améliorer les services déjà existants.

À cette fin, le stage a consisté : d'une part, à faire une recherche documentaire auprès de la littérature académique sur la sociologie de l'art; et, d'autre part, à mener des entretiens auprès d'artistes du quartier pour cerner leurs besoins et attentes prioritaires en matière de services et d'outils, au plan professionnel et en regard du Regroupement. La recherche qualitative était aussi appuyée sur l'observation participante dans le milieu.

Les résultats de la recherche qualitative étaient de plus étayés par une revue de la documentation pertinente portant sur les deux corpus thématiques directement liés à notre problématique : les conditions de travail des artistes et les quartiers artistiques. Cette recension a permis notamment de voir la situation du quartier Rosemont-Petite-Patrie (secteur Beaubien) avec une perspective plus large et d'analyser les défis professionnels des artistes montréalais à fin de bâtir un quartier culturel.

Ce rapport produit par la stagiaire identifie les services complémentaires jugés prioritaires par les artistes et dégage certaines propositions d'actions pour le Regroupement. Les résultats de cette recherche étaient soumis à la discussion lors de la présentation auprès des membres du Regroupement dans l'activité de transfert de connaissances en milieu de pratique, et auprès d'autres chercheurs dans le cadre d'un colloque scientifique.

REMERCIEMENTS

Je voudrais remercier Monsieur Guy Bellavance pour son mentorat, sa patience et sa générosité pendant mes études de maîtrise. Je remercie aussi Monsieur Michel Trépanier et Madame Diane Saint-Pierre pour leur aide à la finalisation de ce rapport. À mes professeurs de la PRAP, au directeur du programme Christian Poirier et à l'équipe administrative de l'INRS, je vous remercie pour m'aider à aboutir ce projet avec succès. Je remercie aussi Monsieur Vincent Magnat, Madame Lyette Archambault et Madame Mireille Gaudet pour leur soutien et générosité dans leur accueil, l'accès aux événements et aux artistes du Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie.

TABLE DES MATIÈRES

Liste des abréviations et des sigles.....	xiii
Liste des tableaux et des figures.....	xiii
Introduction.....	1
Mission du stage.....	1
Chapitre 1 : CONTEXTE DU STAGE.....	3
1.1 Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie (RACRPP)	3
1.1.1 Historique.....	3
1.1.2 Mission du Regroupement.....	4
1.2 L'arrondissement Rosemont – La Petite-Patrie	5
1.3 Problématique.....	6
Chapitre 2 : CADRE THÉORIQUE.....	7
2.1 Revue de la littérature.....	7
2.1.1 Introduction.....	7
2.1.2 Le travailleur créatif.....	7
2.1.3 La précarité du travail dans les métiers artistiques.....	9
2.1.4 La multiactivité et l'emploi-abri.....	9
2.1.5 L'entrepreneuriat artistique.....	11
2.1.6 L'artiste visuel contemporain : l'artiste-indépendant.....	13
2.1.7 L'importance du réseau dans les métiers artistiques.....	16
2.1.8 Les artistes et le développement urbain.....	18
2.1.9 Les métiers artistiques, le quartier culturel et les villes créatives.....	21
Chapitre 3 : RECHERCHE EMPIRIQUE.....	29
3.1 Recherche sur le terrain.....	29
3.2 Méthodologie.....	29
3.2.1 Choix de la méthodologie.....	29
3.2.2 Question de recherche.....	30
3.3 Échantillon.....	31
3.4 Guide d'entrevue.....	32
3.5 Profil des artistes.....	32
3.5.1 Artiste 1.....	32
3.5.2 Artiste 2.....	33
3.5.3 Artiste 3.....	33
3.5.4 Artiste 4.....	33

3.5.5 Artiste 5.....	34
3.5.6 Artiste 6.....	34
3.5.7 Artiste 7.....	35
3.5.8 Artiste 8.....	35
3.5.9 Artiste 9.....	35
3.5.10 Artiste 10.....	36
3.6 Observations participantes.....	36
Chapitre 4 : PRÉSENTATION DE RESULTATS.....	39
4.1 Profil socioprofessionnel de l'échantillon.....	39
4.2 Activité professionnelle.....	39
4.3 Principaux besoins professionnels.....	40
4.4 Stratégies de promotion des œuvres.....	42
4.5 L'autogestion de la carrière artistique.....	43
4.6 Compétences à développer	44
4.7 La technologie et la carrière artistique.....	45
4.8 Le lien au Regroupement.....	46
4.9 Relation des artistes avec d'autres organismes.....	47
4.10 Quartiers culturels.....	49
Chapitre 5 : DISCUSSION.....	51
5.1 Suggestions.....	51
5.2 Critique des artistes.....	52
5.3 Le développement de compétences	52
5.4 Nouveaux marchés.....	53
5.5 Soutenir la culture dans son quartier.....	54
5.6 Contribution sociale et économique des artistes.....	55
5.7 Limitations.....	56
5.8 Transfert de connaissances en milieu académique.....	56
5.9 Transfert de connaissances en milieu de pratique 1.....	57
5.10 Transfert de connaissances en milieu de pratique 2.....	59
5.11 Transfert de connaissances : difficultés et remarques.....	60
Conclusion	61
Annexe 1 : Guide d'entrevue.....	63
Annexe 2 : Rendez-vous culturel 2013.....	65
Annexe 3 : Tableau synthèse des besoins des artistes.....	66
Annexe 4 : Tableau synthèse des souhaits à long terme.....	67

Annexe 5 : Tableau synthèse des suggestions.....	68
Annexe 6 : Présentation au Regroupement.....	69
Bibliographie.....	80

LISTE DES ABRÉVIATIONS ET DES SIGLES

CDC	Corporation de développement communautaire
INRS	Institut National de la Recherche Scientifique
RACRPP	Regroupement Arts et Culture Rosemont Petite-Patrie
RAAV	Regroupement des artistes en arts visuels du Québec
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development

LISTE DES TABLEAUX ET DES FIGURES

ANNEXE 2	Figure 1 : Photo Rendez-vous Culturel
ANNEXE 2	Figure 2 : Photo Rendez-vous Culturel
ANNEXE 3	Tableau synthèse des besoins des artistes
ANNEXE 4	Tableau synthèse des souhaits à long terme
ANNEXE 5	Tableau synthèse des suggestions

INTRODUCTION

Les artistes visuels forment une classe de travailleurs singuliers: ce sont des professionnels multidisciplinaires possédant un haut niveau de scolarité et qui œuvrent intensément pour leurs projets, faisant ainsi ressortir leur talent. Cependant, ces créatifs travaillent dans des conditions de vie précaires à cause de la multiactivité, du coût du matériel artistique, du manque de notoriété et de promotion de leurs œuvres ainsi que d'autres problèmes inhérents aux métiers artistiques.

Avec ce rapport, nous espérons proposer des solutions permettant au Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie – dorénavant appelé Regroupement – de mieux soutenir les artistes visuels qui font partie de cette organisation. Nous espérons que le résultat de notre recherche scientifique, fondée sur les entretiens avec les artistes visuels du Regroupement, la revue de littérature, ainsi que notre analyse des données et les suggestions d'amélioration des services du Regroupement, contribueront à l'avancement de la recherche scientifique dans le domaine de la sociologie de l'art, tout autant qu'à la création de passerelles entre la recherche et le milieu d'action dans une démarche de transfert de connaissances.

Mission du stage

L'objectif de cette recherche était d'analyser les conditions de travail et les défis professionnels que vivent les artistes de l'arrondissement Rosemont-Petite-Patrie à Montréal, ainsi que d'identifier des pistes pour les aider, en utilisant notre analyse scientifique des données issues du terrain. De plus, ce stage avait pour but de permettre à la stagiaire d'acquérir une formation d'agent d'interface, en participant à toutes les étapes d'un plan de transfert de connaissances et de présentation des résultats de la recherche au partenaire à travers ce projet. Ce stage a aussi permis à la stagiaire de développer sa capacité d'adaptation et d'améliorer ses connaissances en communication et en transfert de connaissances, tout autant que de lui permettre de développer une expertise originale ainsi que d'amorcer une réflexion critique quant à la problématique des quartiers culturels, et du travail artistique.

Le stage a été supervisé par Monsieur Guy Bellavance de l'INRS, responsable du milieu académique, et Monsieur Vincent Magnat du Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie, responsable du milieu de pratique. Le stage a duré de juin à décembre 2013 (observations participantes et entretiens). Les transferts de connaissance en milieu académique et en milieu de pratique, ont été réalisés entre décembre 2013 et février 2014.

CHAPITRE 1 : CONTEXTE DU STAGE

Le Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie (RACRPP) est une organisation d'artistes et de travailleurs culturels, qui se préoccupe de développer la pratique artistique professionnelle et la vie culturelle de cet arrondissement montréalais, afin d'en faire un vrai « quartier culturel » dans l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie.

1.1 Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie (RACRPP)

1.1.1 Historique

Le Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie (RACRPP) est une association créée en 2007 en tant qu'organisme à but non lucratif (OBNL) ayant pour but d'améliorer les conditions et les opportunités de travail des artistes qui habitent ou travaillent dans l'arrondissement Rosemont-Petite-Patrie à Montréal (RACRPP 2011, 3). Aujourd'hui, le Regroupement compte près de 400 membres¹, artistes et travailleurs culturels de plusieurs domaines artistiques : danse, cirque, théâtre, arts visuels entre autres.

Installé au départ à la CDC de Rosemont (Corporation de développement communautaire de Rosemont localisée au 5350 rue Lafond), en septembre 2013 le Regroupement a déménagé à un nouveau siège social (777 rue de Bellechasse) qui offre plus d'espace d'échanges pour les artistes, avec une salle pour des présentations, discussions ainsi qu'un bureau pour l'administration. L'ancien siège social du Regroupement était plutôt un bureau dans le centre communautaire. Le contact avec les artistes se faisait à travers des activités organisées par le Regroupement. Aujourd'hui le Regroupement partage l'espace avec d'autres organisations culturelles. Cependant, le nouveau siège social est plus structuré et central, et peut offrir plus d'opportunités de réseautage pour ses membres.

Cette association, sans but lucratif, dispose de plusieurs sources de financement : des subventions gouvernementales, soutien de la Caisse Desjardins de Lorimier – Villeray et dons

¹ <http://www.racrpp.org/apropos>

privés. Selon le bilan financier de 2012-2013, en 2012 le Regroupement possédait 8 742,82 \$ CAN d'actifs nets (RACRPP 2013, 1). Le Regroupement reçoit quelques contributions financières des artistes – notamment pour participer à quelques événements. Les membres peuvent également aider le Regroupement avec des ressources matérielles (projecteurs, nourriture) ou services (marketing, nettoyage, organisation) lors de leur participation dans des activités culturelles (expositions par exemple).

Co-fondé par le président, Monsieur Vincent Magnat, – qui est aussi comédien et directeur artistique du Théâtre Galileo – le Regroupement compte sur un conseil d'administration de 9 personnes dont les plasticiennes Madame Lyette Archambault et Madame Mireille Gaudet ainsi que le comédien Monsieur Denys Lefebvre. Monsieur Magnat s'occupe des questions stratégiques et administratives du Regroupement, Mesdames Archambault et Gaudet sont responsables des événements et de certains aspects administratifs. Monsieur Lefebvre, quant à lui, travaille avec Monsieur Magnat en offrant du support pour les questions stratégiques au sein du Comité Aménagement et Culture qui aborde les questions d'aménagement sur le territoire de Rosemont-Petite-Patrie. Le Regroupement a des membres réguliers – qui travaillent dans le domaine de la culture et qui vivent ou travaillent dans l'arrondissement – et des membres sympathisants – qui adhèrent à la mission du Regroupement².

1.1.2 Mission du Regroupement

Dans une démarche de développement social, notamment de la population des artistes dans le quartier, le Regroupement vise à développer et à améliorer l'offre de services à les membres comme appui au développement des pratiques artistiques et de partage de la production artistique avec la population de l'arrondissement Rosemont – La Petite-Patrie.

Plus spécifiquement, les principaux objectifs du Regroupement sont (RACRPP 2011, 3-4) : a) créer des liens avec les autorités politiques et administratives de Rosemont-Petite-Patrie pour instaurer une vie culturelle plus active dans l'arrondissement; b) élaborer des initiatives qui favorisent le réseautage des personnes et des organismes qui œuvrent dans le domaine des

² <http://www.racrpp.org/membres>

arts et de la culture; c) coordonner les prises de positions de ses adhérents pour une prise de parole concertée dans l'arrondissement; d) faciliter l'ouverture et l'échange entre les artistes et la communauté. Pour accomplir ses objectifs, le Regroupement est une organisation qui s'engage très activement localement. Il est membre de la CDC de Rosemont, du Comité priorité culture de Rosemont ainsi que de la CDEC Rosemont-Petite-Patrie – en plus d'animer la table de concertation visant à promouvoir le développement culturel de l'arrondissement.

1.2 L'arrondissement Rosemont – La Petite-Patrie

L'arrondissement Rosemont – La Petite-Patrie s'étale sur 14,4 km dans la région métropolitaine de Montréal, avec plus de 131 318 habitants. Il est localisé au centre de l'île de Montréal. L'arrondissement se caractérise par 78% de population francophone et est historiquement composé d'une population ouvrière³. En 1905 la municipalité de La Petite-Côte devient le village de Rosemont. Au début du XX^{ème} siècle, Rosemont s'est développé grâce aux Usines Angus, un complexe industriel dédié à la construction de matériel ferroviaire. Après quelques années de décadence, après la fermeture des Usines Angus en 1992, Rosemont et ses alentours sont devenus un quartier plutôt résidentiel. Il abrite également le complexe hospitalier Maisonneuve-Rosemont (depuis 1971), le Jardin Botanique (fondé en 1931) et le Parc Olympique, ouvert au public en 1976. En 2001 la mairie de l'arrondissement a été créée, incorporant les quartiers de Rosemont, La Petite-Patrie, Nouveau Rosemont et Angus⁴.

Quelques artères commerciales majeures font partie de l'arrondissement comme les rues Masson, Beaubien et Saint-Hubert, les boulevards Rosemont et Saint-Laurent, et l'avenue Papineau. L'arrondissement a une importante vitalité principalement grâce au Marché Jean Talon (produits du terroir, fruits et légumes), de la rue Masson (un secteur en cours de revitalisation aussi appelée Promenade Masson), la rue Beaubien et la rue Saint-Hubert (qui regroupe plusieurs boutiques et magasins dans la Plaza St-Hubert, entre la rue Jean Talon et Bellechasse). Étant donné que les artistes interviewés se trouvent plutôt dans la partie centrale de l'arrondissement, pour cet essai nous allons nous concentrer sur le secteur Beaubien/Masson. Les activités culturelles de ce secteur se concentrent surtout au long de la

³ Données issues de la Mairie de l'arrondissement Rosemont – La Petite-Patrie trouvées sur son site : http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=7357,76381726&_dad=portal&_schema=PORTAL

⁴ http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=7357,76361620&_dad=portal&_schema=PORTAL

Rue Beaubien et de la Rue Masson à cause du commerce local, des lieux de rencontre et de divertissement comme les cafés, les restaurants, les cinémas et les places publiques.

1.3 Problématique

La recherche pour cet essai avait comme cadre une démarche basée sur le transfert de connaissances, ce qui se traduit par une volonté des chercheurs d'utiliser leur savoir scientifique – d'après la littérature académique et la recherche sur le terrain, pour le mettre au service de la communauté. Ayant pour objectif d'améliorer les services du Regroupement pour leurs membres, nous avons réalisé une revue de littérature approfondie tout en essayant d'identifier les défis majeurs rencontrés par les métiers artistiques. Le Regroupement a fourni avec générosité son expérience sur le terrain, en plus de l'accès aux artistes et ces activités. En vue des conditions de travail des artistes, nous nous interrogeons : quels sont les besoins des artistes visuels en lien avec leur profession? Est-ce qu'à Montréal les artistes font face aux mêmes exigences et défis professionnels et personnels que d'autres artistes à travers le monde? Quels défis se dressent sur le chemin de leur accomplissement professionnel? Sont-ils préparés pour gagner leur vie avec leur art? Quelle est la contribution des artistes visuels à leur quartier et à la ville de Montréal?

Pour tenter de répondre à ces questions, nous avons choisi comme cadre méthodologique, l'outil qualitatif (entretiens semi-dirigés). Dix artistes visuels professionnels, membres du Regroupement, ont été ainsi interviewés. Pour compléter notre recherche et cibler la problématique, trois sessions d'observation participante ont été effectuées. S'ajoutent également plusieurs rencontres avec le comité administratif du Regroupement. Nous avons aussi consulté des sites d'organisations artistiques notamment le RAAV – Regroupement des artistes en arts visuels du Québec et de l'Artothèque, ainsi que des rapports de la littérature grise (par exemple, des études pour l'UNESCO ou pour la Ville de Montréal). Pour construire notre cadre d'analyse, nous avons aussi réalisé des recherches complémentaires auprès d'autres regroupements d'artistes, notamment le RCAAQ – Regroupement des centres d'artistes autogérées du Québec et le RAIQ – Regroupement des arts interdisciplinaires du Québec.

CHAPITRE 2 : CADRE THÉORIQUE

2.1 Revue de la littérature

2.1.1 Introduction

Les métiers artistiques posent divers défis professionnels. Ainsi, les artistes sont souvent confrontés à des conditions de travail difficiles, comme l'instabilité et la précarité par exemple. À cause des défis majeurs rencontrés en matière de promotion des œuvres, de la multiactivité professionnelle et de l'offre faible de travail de cette catégorie de travailleurs – comparé à d'autres professions – l'artiste est obligé de développer plusieurs stratégies pour assurer sa réussite. En raison de la grande variété des métiers artistiques et des besoins du Regroupement, nous avons choisi de concentrer cette recherche uniquement sur les artistes visuels. Nous allons traiter ici des questions cruciales pour les artistes, comme par exemple, la précarité du travail artistique, le réseautage, les stratégies de carrière et la contribution de ces artistes à leur quartier et à leur ville, etc., ce qui fait de Montréal une « ville créative ». Nous commençons par un portrait du travailleur créatif.

2.1.2 Le travailleur créatif

La notion de « travailleur créatif » inclut non seulement les artistes mais aussi tous les professionnels impliqués directement dans la création ou dans la conception d'un produit de valeur utilitaire, symbolique ou culturelle (Lange 2008, 115). Allen J. Scott observe que le travail créatif est un modèle transactionnel de production, c'est-à-dire, que la majorité de la main d'œuvre est temporaire et autonome. Ce sont des travailleurs en *freelance* (Scott 2004, 467).

De par leur statut de travailleurs autonomes, ces créatifs sont souvent confrontés à des défis de mobilité pour améliorer leur technique ou pour chercher du travail. Cette question a été traitée par Markusen, Wassall et d'autres chercheurs (Markusen et al. 2006, 1926) qui documentent les avantages et les désavantages du travail créatif – comme la précarité, l'incertitude, autant que la liberté et la créativité. Curieusement, la mobilité est perçue aujourd'hui comme une valeur pour

le travailleur contemporain. Markusen ajoute que les travailleurs créatifs sont beaucoup plus « mobiles » que les autres travailleurs (ils se déplacent souvent). Ils sont donc plus flexibles que d'autres et le montrent ainsi capables de faire les adaptations nécessaires à leur style de vie.

Une tendance qui peut aider à mettre en valeur la contribution des artistes à la ville est la notion que les artistes – comme des travailleurs créatifs – font partie d'une *classe créative*. Comme « la créativité » est une thématique à la mode, les artistes connus historiquement comme des *créatifs*, ont donné le glamour et l'inventivité artistique au concept de travailleur créatif et finalement, à la *classe créative*. Ainsi que le concept du travailleur créatif s'ajoute à celui de la « classe créative » : une idée développée en 2002 par l'urbaniste Richard Florida dans son livre *La montée de la classe créative*, où il fait des projections sur la corrélation entre la croissance économique future des pays industrialisés et sa classe de travailleurs créatifs. Pour Florida (Florida 2002), les travailleurs créatifs sont des travailleurs hautement scolarisés qui exercent des métiers exigeant une certaine flexibilité, une haute expertise et une utilisation ciblée d'un vaste et divers champ de connaissances (comme les médecins, les publicitaires, les musiciens et les banquiers). Ils sont aussi mobiles géographiquement, multiculturels, tolérants aux différences (ethniques et de genre) et *branchés*. Parmi les créatifs, sont inclus tous les artistes.

Pour Richard Florida, plusieurs propositions de travail créatif sont possibles – et même probables – si nous considérons que *le futur des économies mondiales est plus fondé sur la capacité créative du travailleur, le développement du capital humain dans des entreprises et des économies basées sur les industries de la connaissance que dans leurs industries traditionnelles* (Florida 2003, 7). Mais des critiques comme Ann Markusen (Markusen et al. 2006), Jamie Peck (Peck 2005) et Andy Pratt (Pratt 2008b) argumentent que la campagne de marketing faite autour du livre de Florida a contribué à diffuser un concept inadéquat et flou. Selon eux, le concept de la classe créative sert comme stratégie à l'administration des villes et des Chambres de Commerce, pour la demande de fonds de développement des villes. Cependant, la discussion autour du concept de la classe créative a apporté plus d'attention sur le travail artistique.

En conclusion, nous observons que la contribution des artistes aux villes est évidente. Malheureusement, la contribution économique des artistes par rapport au quartier où ils habitent et travaillent est difficile à mesurer. Il s'ajoute qu'ils payent des impôts par d'autres métiers plus régularisés – à cause de leur multiactivité et de leur faible revenu artistique (Markusen et King

2003). Cette difficulté de mesurer et d'évaluer clairement le côté économique de la contribution urbaine des artistes diminue leur pouvoir citoyen de revendication d'une meilleure qualité de vie, de conditions de travail et de vie de quartier. Dans cette étude, nous utilisons le concept de travailleur créatif pour les travailleurs des métiers artistiques et des métiers culturels.

2.1.3 La précarité du travail dans les métiers artistiques

La précarité des conditions de travail des artistes les entraînent à adopter une attitude proactive et à combiner leur travail artistique à un autre métier (Ellmeier 2003). Aujourd'hui, avec la nouvelle conception du travail dans la Société du savoir⁵ (Drucker 1989; Drucker 1994) la nouvelle génération de travailleurs dans le secteur culturel doit d'être jeune, multi-compétente, flexible, psychologiquement résistant, indépendant, célibataire et non-attaché géographiquement (Ellmeier 2003). Comme les artistes font partie d'une nouvelle *Économie créative*, ils sont devenus le symbole d'un nouveau moteur économique dans les pays européens qui, supposément, doivent apporter des innovations par la créativité.

Dans ce contexte, Ellmeier (2003), Pratt (2008b), Hesmondhalgh et Baker (2011) nous exposent encore à la nouvelle réalité du marché du travail artistique contemporain : des individus qui essayent leurs propres combinaisons de travail et de rémunérations diverses – travail autonome, par projet, bourses, prix, contrats avec des galeries, expositions, organismes communautaires, ventes par Internet, maisons de vente aux enchères, etc. – pour percer le marché, assurer leur revenus, augmenter la visibilité dans la promotion de leurs œuvres et s'affirmer ainsi dans le monde artistique.

2.1.4 La multiactivité et l'emploi-abri

La multiactivité est une alternative utilisée comme stratégie pour soutenir ou compléter une carrière artistique. Celle-ci permet à l'artiste un soulagement financier répondant à des besoins matériels, en plus de conserver une certaine flexibilité d'horaires et un style de vie bohème. Par

⁵ Selon Peter Drucker, la Société du savoir s'explique par une société basée sur la connaissance, où le travailleur contemporain doit être très proactif, innovateur, prolifique et hautement scolarisé (Drucker 1994, 19-48). Son avantage compétitif est basé sur la manière dont il utilise les informations pour créer des opportunités d'affaires dans un monde de main d'œuvre et de ressources globalisées (Drucker 1989, 83-84).

multiactivité nous entendons que les artistes exercent leur activité artistique et ainsi que d'autres métiers en même temps, souvent à temps partiel. D'autres artistes exercent ce que l'on appelle communément des « emplois-abri » c'est-à-dire, un emploi plus rentable économiquement qui va soutenir leurs besoins. Quelquefois, ils exercent des métiers connexes à leurs activités artistiques comme l'enseignement, la gestion d'organisations culturelles ou communautaires afin de compléter leur revenu. Parfois ils exercent des métiers plus éloignés de leur univers artistique comme l'informatique ou la physiothérapie, par exemple (Coulson 2012; Markusen et King 2003).

Le style de vie bohème est marqué aussi par le travail sporadique, le manque de revenu, les horaires flexibles et une vie au jour le jour. Pour les artistes, le style de vie et le travail sont intimement liés, comme si la carrière professionnelle était souvent liée à leur style de vie finalement, leur vie nourrit leur art (Eikhof et Haunschild 2006, 237). Le style de vie bohème fait partie de l'identité et de la profession de l'artiste (Eikhof et Haunschild 2006). Pour les artistes en général, le travail artistique n'est pas seulement un métier mais une forme d'autoréalisation (Eikhof et Haunschild 2006, 236).

Pour être capable de réaliser ce fait, la multiactivité semble ne pas être suffisante pour certains. Ainsi, plusieurs artistes se lancent dans d'autres carrières plus rémunératrices. Les artistes visuels, aujourd'hui très scolarisés, ont souvent un niveau universitaire dans le domaine des arts ou autres. Certains préfèrent ne pas s'éloigner des métiers artistiques et cherchent des formations académiques en espérant avoir la possibilité de peut-être devenir professeurs dans des écoles ou instituts d'art. Aujourd'hui, l'artiste est souvent sollicité pour utiliser ses références par rapport à sa formation artistique⁶. Nous constatons une augmentation de demandes de certificats, de baccalauréats, et même de maîtrises en arts plastiques – ou arts visuels – pour l'évaluation du portfolio des artistes dans des galeries, musées, mais aussi pour les demandes de subvention servant à justifier la valeur de l'artiste, de son œuvre et pour rassurer les

⁶ Malgré une phase de contestation des institutions artistiques dans le Modernisme, du XV^{ème} siècle jusqu'au XIX^{ème} siècle, avoir un entraînement formel dans l'art (être un peintre-académique), était vu comme une formation souhaitable et nécessaire (surtout après la création des Académies des Beaux-Arts) pour être reconnu comme peintre et pour avoir accès aux Salons d'exposition et aux commandes de la noblesse. À la fin du XIX^{ème}, les artistes contestataires du mouvement impressionniste commencent à exposer en-dehors des circuits des Salons et à réfuter les principes de l'art académique. Au XX^{ème} siècle avec le Modernisme, être académique est devenu « mauvais » et l'art un contre-pouvoir « *Against the establishment* ».

collectionneurs⁷ (Galenson 2005, 9-10). D'autres artistes font des doctorats en arts plastiques pour faciliter l'obtention d'un poste universitaire.

Curieusement, auparavant – notamment au XXème siècle – de longues études étaient synonymes de conformité et d'académisme dans l'art, puisque l'entraînement traditionnel pourrait faire de l'artiste un conformiste et ainsi « polluer son âme ». La croissante demande de spécialisation académique est une affaire compliquée. Il est difficile pour eux d'entreprendre une maîtrise universitaire, dû en partie à l'instabilité salariale de leur métier mais aussi à cause des frais de scolarité, de l'achat de livres et du matériel artistique. Hans Abbing commente cette question de l'instabilité salariale de l'artiste, ayant recours souvent à la multiactivité (Abbing 2002, 129-130). Ce qui lui laisse moins de temps et de ressources pour des formations techniques. Par contre, les universités et les écoles d'art sont une façon pour l'artiste de « percer » le marché de l'art et d'avoir ainsi accès aux collectionneurs et marchands qui cherchent les étudiants plus avant-gardistes dans les vernissages de fin d'année. C'est une bonne opportunité d'augmenter son réseau de contacts et de se faire connaître.

En plus de leur formation technique, plusieurs artistes cherchent aussi de la formation dans d'autres métiers complémentaires ou non à leur pratique artistique pour avoir un « emploi-abri ». La multiactivité peut aussi apporter des nouvelles opportunités et faire que les artistes cherchent des nouveaux partenaires dans le gouvernement et dans le milieu communautaire ou entrepreneurial. Nous allons continuer d'explorer le thème de la multiactivité dans la section suivante. Nous verrons qu'elle est souvent liée à la précarité des conditions du travail créatif et une stratégie pour augmenter les chances de réussite d'un artiste de devenir entrepreneur.

2.1.5 L'entrepreneuriat artistique

Le manque d'offres de travail culturel, lié à des coupures d'investissement public dans les arts conjugué à la baisse de la consommation du public par les produits culturels (Ellmeier 2003), font que les artistes sont obligés d'avoir une posture plus de « gestionnaire » dans leurs vies

⁷ Souvent les galeristes voient un titre de Maîtrise dans les arts plastiques comme une « assurance de qualité » pour la promotion de l'artiste et ses œuvres auprès des collectionneurs (Galenson 2005).

parce qu'ils doivent chercher du travail avec la même diligence qu'un entrepreneur. Ici, nous allons analyser la question des artistes qui décident de devenir des entrepreneurs.

Selon Andrea Hausmann, une bonne stratégie pour les musiciens par exemple, est de travailler en coopération avec d'autres professionnels de la musique afin de trouver plus de contrats et d'élargir leur réseau social. Alors, les artistes trouvent des bonnes manières de réussir en travaillant avec plusieurs musiciens « freelance ». La plupart d'entre eux va minimiser les risques en combinant plusieurs formes de contrats (Hausmann 2010, 26). Dans sa recherche, basée sur une étude de 417 questionnaires du Conseil Germanique de la Culture, Hausmann a identifié qu'ils doivent développer quelques compétences managériales minimales pour rester compétitifs sur le marché. Les artistes ne veulent pas compromettre leur art pour les affaires. Quelques-uns d'entre eux ont cependant souligné le besoin de l'autopromotion, nécessitant de comprendre des questions basiques de marketing, de ventes, de comptabilité et de recherche de financement, bien souvent auprès du gouvernement (Hausmann 2010). Cependant, peu d'artistes le font à cause de la bureaucratie fastidieuse des demandes de bourses et concours et de l'inflexibilité des critères des agences gouvernementales de l'attribution des prix honorifiques et des bourses.

L'orientation entrepreneuriale peut néanmoins poser problème à l'idéologie artistique. Andrea Hausmann (2010) souligne que lorsqu'un artiste devient un entrepreneur, il/elle doit prendre des risques et considérer le potentiel d'échec du projet, la tolérance au risque est ainsi intrinsèque au processus des projets artistiques. Cependant, il y a quelques stratégies qui doivent être appliquées pour se protéger de l'échec. Le risque peut être géré à travers la coopération au niveau organisationnel (gouvernements, conseils des arts, écoles d'art, etc.), des cours de gestion, soutien financier et administratif, aide au démarrage, organismes de développement économique local ou communautaire, etc., et par la proactivité au niveau individuel – en cherchant des activités économiques complémentaires au métier artistique, des partenaires d'affaires, des investisseurs ou en accumulant de l'expérience dans la gestion d'organisations culturelles (Hausmann 2010, 26).

Malgré ces problèmes, les métiers artistiques ont su s'adapter aux nouvelles vagues économiques et aux tendances sociales. La collaboration avec d'autres artistes plus reconnus, ainsi que le partenariat avec des commanditaires et des institutions non-artistiques, comme des

banques et des entreprises⁸, peuvent être une alternative de financement. Plus que leur soutien financier en forme de mécénat, ces organisations peuvent ainsi aider dans la diffusion du travail artistique ainsi que par une exposition médiatique parfois mondiale.

Selon une recherche de 2006, Markusen et son équipe ont identifié quelques artistes qui ont abordé la question de l'entrepreneuriat comme forme de survie dans les métiers artistiques, comme des troupes de théâtre et de danse qui se forment parmi les relations d'amitié et professionnelles. Les auteurs ont interviewé plusieurs artistes et gestionnaires d'industries artistiques ayant trouvé quelques stratégies pour consolider leurs carrières et garantir la longévité des entreprises combinant talent et créativité, l'entrepreneurship, les subventions publiques et privées, les bourses, les contrats, et les performances. Dans leur rapport de recherche, il y a plusieurs « portraits » d'artistes relatant leur démarche, leur inspiration et aussi leur témoignage sur l'ouverture et la création d'opportunités, leur réussite matérielle en tant qu'artiste. Finalement, les chercheurs font une synthèse de leur données en recommandant aux artistes de chercher des passerelles entre les secteurs communautaires, commerciaux et à but non lucratif pour soutenir le travail artistique (Markusen 2006, 8-9). Dans la prochaine partie de cet essai, nous allons voir comment l'artiste contemporain a surmonté les défis du changement d'attitude par rapport aux mécènes, au gouvernement et au public, en devenant notamment plus proactif et indépendant.

2.1.6 L'artiste visuel contemporain : l'artiste-indépendant

L'artiste aujourd'hui est moins dépendant des subventions et des mécènes. Il est plus entrepreneur et autonome, en devenant son propre marchand d'art et promoteur. Ici, nous allons explorer comment les artistes visuels réussissent dans leur pratique artistique en allant chercher des ressources personnelles et en développant des outils de promotion pour augmenter leur notoriété et l'exposition de leurs œuvres. L'artiste du XXI^{ème} siècle se montre ainsi plus proactif et indépendant.

⁸ En 2003, l'artiste peintre brésilien Romero Britto collabora avec Absolut Vodka pour la création d'une nouvelle bouteille et gagna une commission de Volvo pour la création d'un projet avec une de ses voitures. En 2004, l'artiste plasticien japonais Takashi Murakami collabora avec la maison de maroquinerie de luxe Louis Vuitton dans la création de nouveaux sacs. En 2010, l'artiste américain Jeff Koons gagna une commission pour la marque de voitures BMW. Les banques Société Générale, BNP Paribas, Itau, Santander et Citibank ont des programmes de mécénat de plusieurs artistes à travers leurs fondations.

Dans notre recherche avec les artistes du Regroupement, nous pouvons noter cette nouvelle attitude plus indépendante vis-à-vis des subventions et aides publiques ainsi que du système des galeries d'art. Les artistes rencontrés se perçoivent, ou se représentent, comme des travailleurs autonomes proactifs, à la recherche de reconnaissance et de réussite professionnelle. Dans cette perspective, les artistes ont recours à une combinaison de partenariats avec le milieu privé, le milieu communautaire et le milieu public. Une tendance aussi relevée dans d'autres recherches, notamment en Californie, aux États-Unis (Markusen et al. 2006), et en Allemagne (Hausmann 2010; Eikhof et Haunschild 2006).

Quelques auteurs comme Doris Eikhof et Axel Haunschild (Eikhof et Haunschild 2006) expliquent que le style de vie bohème sert de stratégie de carrière, puisque le réseautage est un élément crucial dans la vie d'un artiste pour trouver des nouveaux contrats et être sollicités à faire partie de nouveaux projets⁹. Cette stratégie a aussi été vérifiée dans notre recherche avec les artistes du Regroupement. Ce que nous allons discuter plus avant dans la présentation des résultats et l'analyse des entretiens.

La liberté qu'apporte cette proactivité, ainsi que la mise-en-valeur de soi et de son travail. Impliquant aussi de nouvelles responsabilités pour l'artiste visuel. Celui-ci fait face aujourd'hui à des défis considérables, en lien notamment avec l'utilisation d'Internet comme mode de diffusion de la pratique artistique contemporaine. La fluidité du concept d'œuvre d'art et la démocratisation des moyens de diffusion de l'art, via des sites et réseaux sociaux comme *Pinterest*, *Youtube* ou *Ebay*, augmente la difficulté des « vrais artistes » – c'est-à-dire les artistes professionnels – à se démarquer de la foule d'amateurs. L'Internet n'en reste pas moins un outil incontournable pour l'artiste proactif, autonome et entrepreneur¹⁰. En conséquence, plusieurs

⁹ Devenir un promoteur de soi-même n'est pas exclusif des métiers artistiques. Aujourd'hui, la plupart des professionnels doivent se comporter comme des entrepreneurs de soi-même : faire son propre marketing, construire son image, être vu avec des personnes influentes, etc. Après 1945, le monde postfordiste a apporté plusieurs changements à la société qui était auparavant fondée sur le processus de production industrielle. Dans l'économie postfordiste, le travail est fondé sur la connaissance, l'information, la communication et la haute technologie. Le travailleur devient hautement spécialisé et scolarisé, il est « multifonctionnel » (Florida 2003; Drucker 1994, 210-212). Selon Peter Drucker, dans une société basée sur la connaissance, le travailleur doit être très prolifique, proactif, innovateur, et en processus constant d'apprentissage, puisque ce que lui donne l'avantage compétitif est la manière dont il utilise les informations pour créer des opportunités d'affaires dans un monde de main d'œuvre et de ressources globalisées (Drucker 1994, 19-48).

¹⁰ Ici, nous faisons une distinction entre le terme entrepreneur comme « chef d'entreprise » au sens Schumpétérien et économique, et celui de l'« artiste-proactif » au sens sociologique. Être « entrepreneur » est un terme utilisé par plusieurs auteurs, basé sur le concept de Pierre Bourdieu de « l'entrepreneurship » comme « empowerment » d'un individu (Lange 2008, 116). Selon Bastian Lange, l'artiste est plus proactif et indépendant quand il cherche activement des opportunités professionnelles. Le terme anglais « empowerment » a commencé à être utilisé au XX^{ème} siècle comme un positionnement personnel contraire à la dépendance de l'État. Pourtant « empowerment »

artistes cherchent des ateliers de formation pour améliorer leur maîtrise en informatique comme une stratégie constructive participant à la gestion de leur carrière.

Depuis 1945 et la fin de l'État-Providence, l'État n'a plus les moyens pour être le seul responsable du bien-être de ses citoyens¹¹. L'individu est tenu personnellement responsable de sa propre réussite. Par exemple aux États-Unis, l'*Acte de responsabilité personnelle et de l'opportunité de travail* approuvé en 1996, est une série de réformes dans le Système de Sécurité Sociale américain qui a ôté plusieurs droits aux citoyens américains (Ricucci 2005) comme l'assurance-emploi, la pension des personnes âgées et des mères avec jeunes enfants, aide aux itinérants, assurance au chômage, garderies publiques, etc. Ces réformes ont impacté les métiers plus instables où les travailleurs comptent souvent sur l'aide publique pendant les périodes plus difficiles, comme les artistes (Abbing 2002, 141).

Selon Hans Abbing, il est fait le constat d'une baisse de financements indirects aux artistes, via des programmes d'aide public généraux comme par exemple, l'assurance-chômage et l'aide sociale (Abbing 2002, 141-142). Pour Abbing, avoir moins d'aide du gouvernement peut être vu comme un facteur positif pour éviter que les jeunes choisissent les arts comme profession à cause de son instabilité et l'excès d'offre de main d'œuvre. Pour Abbing, « plusieurs artistes utilisent bénéfices sociaux, assistance-emploi ou d'autres types d'aide gouvernementale pour financer leurs activités » (Abbing 2002, 141-142). Les revenus des artistes sont plus bas, ce qui engendre la pauvreté caractéristique des métiers artistiques.

En plus des difficultés inhérentes aux risques de la pratique d'une profession artistique, il s'ajoute la pression démographique quant à la présence croissante des femmes-artistes – comme dans tous les domaines de l'économie (Wilson 1990, 159-163). Ceci accroît la concurrence sur les marchés d'art. Il faut noter que lorsque nous parlons de l'artiste, de la Préhistoire au XIXème siècle, nous parlons strictement des « artistes-masculins ». Les « artistes-féminins » ont toujours existé, mais elles n'étaient pas reconnues comme telles. Souvent, elles étaient des religieuses, épouses d'artistes ou filles d'artistes prospères de

consiste dans le pouvoir individuel d'auto-responsabilité, de capacitation, d'habiletés d'analyse et de résolution de problèmes.

¹¹Même avec toutes les avancées de la société contemporaine, ni l'État, ni les organisations ne sont pas en mesure de fournir la stabilité du travail et les bénéfices sociaux de l'ancien État-Providence. Les crises économiques successives et la concurrence résultants principalement de la globalisation et de l'interdépendance des marchés, font qu'il est plus difficile pour les institutions de garder une bonne marge de profit. L'État ne reçoit pas autant de recettes d'impôts nécessaires pour les réformes sociales (Drucker 1994).

l'époque. Plusieurs artistes-femmes ont souvent été comparées à leurs confrères masculins dans leur technique et interprétation du sujet (peinture mythologique, scène de genre, nature-morte...). Cependant, elles étaient discriminées et victimes de préjugés sexistes (Cowen 1996, 4-5). Leurs travaux n'étaient pas signés, elles ne pouvaient donc pas être payées pour leurs créations (le père ou le mari recevait le paiement) et ne pouvaient non plus utiliser des modèles vivants nus pour leur travail (Cowen 1996).

Des conditions de travail plus difficiles font que l'artiste soit généralement plus « débrouillard » que les travailleurs d'autres domaines professionnels. Il cherche leur emploi dans plusieurs secteurs différents – mettant en valeur sa compétence artistique et autres – travaillant les weekends pour produire, et se déplaçant souvent pour promouvoir son œuvre. Les métiers artistiques comptent aussi avec des bénéfices intangibles (Menger 2002, 11-34) comme la flexibilité des horaires, l'absence de figure patronale, la motivation et l'autoréalisation. Plusieurs caractéristiques conduisent les auteurs à considérer le travail artistique comme un mélange de « travail bohème » et « d'entrepreneuriat » (Gill et Pratt 2008) : flexibilité, autonomie, informalité du travail, travail intermittent ou par projet, bas salaires, haute mobilité, lien personnel et émotionnel avec le métier. À ces caractéristiques, s'ajoute l'importance du réseau dans les métiers artistiques, ce que nous allons voir dans la section suivante.

2.1.7 L'importance du réseau dans les métiers artistiques

Notre revue de littérature a relevé que plusieurs auteurs ont souligné l'importance du réseautage dans la carrière artistique (Coulson 2012; Eikhof et Haunschild 2006; Markusen et al. 2006). Dans l'histoire de l'art, des lieux de rencontre¹² comme les bars, les cafés, les restaurants, ou même les salons privés¹³, constituaient des lieux de réseautage pour les peintres, les sculpteurs, les écrivains et les intellectuels. L'entourage des artistes – qui était à la fois leur réseau personnel et professionnel – influençait leurs carrières en leur offrant de nouvelles possibilités d'emploi, de collaborations et de nouvelles possibilités de création artistique.

¹² Nous pouvons citer Café de Flore et Les Deux Magots à Paris, Romanishes Café à Berlin et le Cedar Tavern à New York.

¹³ La mécène Gertrude Stein réunissait souvent des grands artistes et intellectuels dans son appartement à Paris comme Amedeo Modigliani, Pablo Picasso et Ernest Hemingway.

Ainsi, les artistes utilisent leur propre réseau personnel et professionnel pour augmenter leur notoriété et leurs chances de réussite dans leur domaine. Selon Coulson, le réseautage est le moyen le plus efficace et le plus reconnu pour les artistes de développer leur profession (Coulson 2012). Une des raisons pour laquelle le réseautage est primordial pour les artistes est que les métiers artistiques dépendent en grand partie des « relations informelles », c'est-à-dire, des contrats, des relations partenariales, des collaborations, du rapport entre les agents, les intermédiaires, les galeristes et les collectionneurs, ce sont des relations qui se construisent souvent par des réseaux de communication informels.

Dans des vernissages, regroupement d'artistes, fêtes, réunions de syndicats, festivals, résidences d'artiste, etc., une grande partie du travail artistique trouve ces racines et peut ainsi croître au gré de la créativité de son auteur. Parmi ces rencontres, l'artiste est informé sur des nouvelles subventions gouvernementales et des appels de dossier. Il contacte d'autres artistes visuels, mais aussi des comédiens, des danseurs, des photographes et autres, qui cherchent des collaborateurs pour des projets plus importants. Être proactif dans le réseautage semble être la meilleure manière de trouver des opportunités de travail, puisque les artistes sont engagés aussi de façon informelle. *Bien entretenir son réseau de contacts semble être une stratégie fondamentale et efficace pour se conserver dans le marché du travail* (Coulson 2012; Eikhof et Haunschild 2007). Le réseautage est donc un élément central de la structure sociale des artistes qui peut donner des débouchés professionnels (Coulson 2012, 248).

Selon Eikhof et Haunschild (2007), l'artiste doit toujours « être vu » avec les « bonnes personnes » pour décrocher les bons rôles dans le théâtre ou dans le cinéma, ou pour être invité à participer à des expositions collectives pour d'autres artistes visuels, marchands et galeristes. Les bars, cafés, vernissages, fêtes, réunions informelles, séances de dédicaces de livres et les premières dans les théâtres ou cinémas sont donc des occasions idéales pour « s'afficher », parler de soi et recueillir des informations précieuses sur d'éventuelles embauches de la part de nouveaux directeurs et metteurs en scène les plus en vue, ainsi que d'obtenir de précieuses informations sur des nouveaux collectionneurs. Les chercheurs analysent donc, la relation entre le style de vie bohème et les activités d'autogestion des comédiens allemands, en faisant des parallèles avec d'autres métiers artistiques. Ils concluent que les questions d'« autogestion » et de l'« autopromotion » sont deux concepts contemporains fondamentaux aux

parcours des artistes, puisque les décisions d'engagement sont souvent influencées par les contacts personnels (Eikhof et Haunschild 2007, 529).

Une autre recherche de Eikhof et Haunschild concernant le marché du travail musical, met en lumière qu'afin de compléter leurs revenus, les musiciens exercent des activités comme l'enseignement, l'administration, l'enregistrement musical, les activités communautaires, entre autres. Ces occupations parallèles les aident, éventuellement, à construire des nouveaux réseaux de contacts. Cette structure sociale peut aussi servir de soutien moral dans le cas d'échecs et de frustrations par rapport à la pratique artistique. La collaboration entre musiciens est comprise comme une « coopération » au lieu d'une « compétition » et favorise ainsi les opportunités de travail (Eikhof et Haunschild 2006, 248). Le réseautage est également vu comme l'outil entrepreneurial majeur pour les musiciens.

Concernant le travail créatif, être « entrepreneurial » signifie prendre la responsabilité de se faire connaître et de demeurer compétitif dans un marché instable. En conclusion, l'emploi artistique est souvent un travail sporadique, qui dénote un manque criant de revenu stable. L'artiste doit « voir » et « être vu » en faisant la promotion de soi, en vue de nouvelles opportunités de travail (Eikhof et Haunschild 2006). Finalement, il est vrai qu'une partie de cette stratégie de réseautage peut se faire à distance par l'Internet, la présence physique de l'artiste sur un territoire doué peut lui apporter plutôt des bonnes opportunités professionnelles. Dans les sections suivantes, nous allons explorer la relation entre l'artiste à sa ville.

2.1.8 Les artistes et le développement urbain

La contribution économique des métiers artistiques a une fonction beaucoup plus large que la création artistique. Les artistes attirent aussi d'autres types de professions dites « créatives » comme les architectes, les publicitaires, les métiers de la mode, les designers, les journalistes, les professionnels de la radio et de la télévision, les éditions de livres, des intellectuels, et l'industrie du numérique, ce qui s'appelle les industries créatives¹⁴. Ici, nous allons discuter de

¹⁴ Le concept même d'industrie créative semble parfois trop large parce qu'il regroupe des industries si différentes des jeux vidéo et de l'architecture. Cependant, les industries créatives ont trois caractéristiques importantes comme : a) leur création esthétique et le contenu sémiologique des produits et services; b) la consommation des produits et

l'impact économique des métiers artistiques et de leur contribution aux concepts de « quartier artistique » et de « ville créative ».

Les professions artistiques contribuent à l'économie de la ville par le revenu direct de leur profession mais aussi indirectement par d'autres métiers connexes, comme les galeristes et les producteurs de télévision, par exemple (Markusen et al. 2008). La contribution économique des métiers artistiques à la ville est beaucoup plus large puisque les artistes sont aussi des consommateurs de matériaux artistiques (ils sont en effet les clients des fournisseurs de chevalets, toiles, huile, pigments...) et des services dans une ville. Ils sont clients de couturiers pour les costumes, d'imprimeries pour du matériel promotionnel, en plus d'engager des charpentiers pour la construction des plateaux, décorateurs, techniciens pour l'illumination scénique, musiciens pour la composition de la musique, et utilisent des studios d'enregistrement, etc. En bref, une multitude de déclinaisons commerciales font partie de l'économie créative. Cependant, cette contribution économique indirecte n'est pas comptabilisée adéquatement dans l'économie artistique, et ne prend pas en compte la valeur ajoutée des arts au développement personnel du citoyen et des générations futures.

Dans ce contexte, il faut aussi considérer que ce n'est pas seulement « l'aura » des artistes qui attire les professionnels créatifs : c'est aussi en raison du fait que les grands pôles de production artistique gravitent autour des villes économiquement riches. Les centres culturels sont ainsi souvent les centres financiers des régions. Les *quartiers artistiques* suscitent de l'intérêt au sein du quartier pour des nouveaux développements immobiliers. L'aménagement des artistes contribue, d'une certaine façon au recyclage de l'espace urbain (Gertler 2004, 5) transformant possiblement un quartier décadent et industriel en « hip », créatif, intéressant, bohème, ayant pour conséquence une augmentation des prix de l'immobilier comme par exemple à Soho et au Meatpacking District à New York.

Soutenir le développement les « quartiers culturels » c'est aussi contribuer au développement de « villes créatives ». Richard Florida (Florida 2002) argumente que les artistes sont une population-clé pour le développement des quartiers et des villes, puisque les artistes apportent

services créatifs liés à l'excès de revenu disponible; et aussi c) les produits et services créatifs sont vendus à des marchés locaux et mondiaux (Scott 2004, 462).

l'innovation, l'ouverture, et la diversité culturelle. D'autres auteurs, comme Markusen et Peck, critiquent la vision de Florida en disant que l'inclusion des artistes dans la *classe créative* est une pure stratégie de marketing, qui n'aide pas véritablement les artistes (Tremblay 2008; Peck 2005; Markusen 2006; Pratt 2008b), cependant, ils se montrent d'accord sur le fait que les artistes jouent un rôle fondamental dans les villes, puisqu'ils apportent la culture et la critique sociale.

Bien que le travailleur créatif contribue à l'économie de sa ville par sa force de travail et par sa créativité, le pouvoir économique n'appartient pas aux travailleurs créatifs mais aux élites qui n'habitent pas ni travaillent pas dans les quartiers de création artistique – qui sont le plus souvent des quartiers populaires. Historiquement, les artistes se trouvent dans des quartiers où le loyer est abordable. Contrairement à la thèse de Florida sur le nouveau pouvoir de la *classe créative*, les travailleurs culturels ne sont pas si bien rémunérés et ne peuvent pas profiter de plusieurs attractions culturelles de leur ville puisque ces divertissements ciblent des publics aisés.

La plupart des investissements dans la culture se concentre dans la construction de grandes places de spectacles, de théâtres, de cinémas ou de lieux touristiques, ne laissant pas de ressources pour le développement de la vie culturelle des quartiers plus éloignés ou défavorisés où la production des œuvres prend forme. Il s'ajoute que les travailleurs créatifs sont souvent des victimes de la gentrification des quartiers (Zukin 2009, 544). Ils sont poussés à vivre dans les périphéries de la ville. Pourtant, la consommation culturelle de la *classe créative* – bourgeoise, branchée – peut déclencher un effet négatif pour la production culturelle des artistes locaux dans des villes (Pratt 2008b, 111). Wenting, Atzema et Frenken rejoignent Pratt dans la question du facteur d'attraction des travailleurs créatifs qui souffrent de grande instabilité dans le marché du travail, de la précarité et de l'intermittence des projets. Pour ces chercheurs, le facteur majeur d'attraction des travailleurs culturels – de la *classe créative* ou non – aux villes devrait être d'améliorer les politiques de législation du travail créatif avec la régulation des salaires et des contrats, des retraites, des assurances médicales et des charges sociales avant d'améliorer l'infrastructure culturelle de la ville (Wenting, Atzema et Frenken 2010, 1338).

Malgré les défis de la vie urbaine, les travailleurs créatifs profitent de plusieurs bénéfices dans la ville en comparaison avec la vie en région. Par exemple, l'offre d'emplois qui est plus abondante

dans des centres urbains qu'en périphérie, du fait d'un plus grand nombre d'employeurs. Il y a aussi la probabilité d'être mieux payé pour son service dans des centres urbains, puisque les salaires des travailleurs créatifs sont plus importants en ville qu'en région (Echeverri-Carroll et Ayala 2011, 253). En ville, les employeurs sont aussi en compétition pour attirer les meilleurs travailleurs. Les entreprises profitent de la proximité entre les fournisseurs, les clients, les travailleurs et la coopération entre industries. Elles ont plus d'avantages économiques dans des centres urbains et peuvent offrir de meilleures conditions de travail aux artistes et travailleurs du secteur culturel en général. Dans la prochaine partie de cet essai, nous allons analyser la relation entre les métiers artistiques et le concept des *villes créatives*.

2.1.9 Les métiers artistiques, le quartier culturel et les villes créatives

La conception de la « ville créative » comme une ville où il y a une haute concentration d'entreprises créatives et activités culturelles, implique aussi la concentration de personnes qui travaillent dans les industries créatives et le public consommateur de produits créatifs. Pourtant il est clair que la ville joue un rôle fondamental dans l'attraction, l'installation et la longévité des industries créatives¹⁵. La présence d'ateliers d'artistes, d'associations culturelles, d'universités, de théâtres et de vie bohème créent une interaction entre la communauté et les créatifs qui facilitent les échanges depuis les espaces publics, de la rue (Jacobs 1961, 77) jusqu'au niveau des organisations artistiques.

La thématique des « villes créatives » rejoint les concepts de créativité comme ingéniosité alliée à l'esthétique artistique. Bien que le mot « créativité » soit en vogue aujourd'hui, l'inclusion de la créativité au design urbain, aux produits et services ne datent pas d'aujourd'hui. La première fois que le terme « nation créative » a été utilisée formellement, était dans le rapport du Ministère de la Culture de l'Australie de 1994¹⁶. Mais le concept « industrie créative » commence à être largement utilisé après le rapport des Nations Unies sur l'économie créative intitulé *Économie créative : une option faisable de développement*¹⁷ (UNCTAD 2010).

¹⁵ Voir le site UNESCO – Réseau des villes créatives

<http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/creativity/creative-cities-network/>

¹⁶ *Creative Nation : Commonwealth cultural policy*, 1994. Ce rapport mettait l'accent sur l'importance de la culture pour forger l'identité nationale, et comprenait la culture comme un concept plus large incluant le cinéma, la radio, les librairies, le design, le tourisme et autres.

¹⁷ Ce rapport a regroupé cet éventail de diverses industries en 9 catégories (UNCTAD 2010, 8) : 1) Expressions culturelles traditionnelles – artisanat, festivals; 2) Arts de la scène – danse, opéra, musique, cirque, théâtre; 3) Audiovisuels – cinéma, télévision; 4) Nouveaux médias – jeux vidéo, numérique; 5) Services créatifs – architecture,

Dans ce rapport, les chercheurs tentent d'intégrer plusieurs cadres conceptuels plus ou moins apparentés : celui des « villes créatives » (Charles Landry et Franco Bianchini¹⁸), des « industries créatives » (Richard Caves¹⁹), de l' « économie créative » (John Hawkins²⁰) et de la « classe créative » (Richard Florida²¹), pour élaborer des nouvelles possibilités de croissance économique, à travers l'investissement pour l'innovation dans ces secteurs de pointe. Nonobstant, plusieurs auteurs ont critiqué la pluralité et la confusion entre la définition d'industrie créative et celle de l'industrie culturelle (Tremblay 2008, 65-88; Peck 2005, 740-770; Markusen 2006, 1921-1940; Pratt 2008b, 107-117). L'industrie créative peut se référer à l'industrie des jeux vidéo ou à l'architecture autant qu'à la danse et au théâtre, ayant des besoins et caractéristiques distincts. Néanmoins, les concepts de *ville créative* et d'*industries créatives* ont été utilisés avec l'idée d'apporter quelque investissement aux anciennes villes industrielles.

Depuis le XIX^{ème} siècle, la ville concentre la plupart des personnes et des ressources nécessaires pour les industries créatives. *La ville est essentielle pour le travail créatif* à cause du processus d'urbanisation de la société moderne, de l'agglomération d'organisations culturelles²², de main d'œuvre créative et de l'accès aux ressources. C'est dans la ville que les relations entre *l'artiste*, les *ressources* dont il a besoin, le *réseau social et professionnel* des métiers créatifs sont établis, et où existe le *marché consommateur* pour les produits (ou services) des industries créatives. Le milieu rural pose plusieurs problèmes au développement d'un artiste qui peut même faire sa production artistique en campagne, mais il/elle doit sans doute faire la promotion de ses œuvres en ville, où l'offre de ressources et la demande pour les produits ou services des industries créatives sont plus importantes et recherchées. Il s'ajoute qu'en ville, le talent des artistes peut aussi être intégré dans le design urbain et dans des programmes sociaux de la « ville créative » (Landry 2000, 175).

publicité, tourisme; 6) Design – mode, bijoux, décoration; 7) Édition – livres, journaux, magazines; 8) Arts visuels – peinture, sculpture, photo; 9) Sites culturels – musées, sites archéologiques.

¹⁸ *The Creative City* – Charles Landry et Franco Bianchini (1995) Ed. Demos.

¹⁹ *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce* – Richard Caves (2000), Harvard Univ. Press.

²⁰ *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas* – John Howkins (2001), Ed. Penguin.

²¹ *The Rise of the Creative Class: How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life* – Richard Florida (2002), Basic Books.

²² Les pôles de compétitivité aussi appelés agrégat ou grappe d'entreprises est un concept popularisé par le théorique Michael Porter, qu'il surnommait « cluster » d'entreprises. Les études de Porter analysaient la question des avantages des entreprises qui était localisées à proximité géographique et qui bénéficiaient aussi des questions de fournisseurs, travailleurs spécialisés, cadres d'entreprise, ressources matérielles, et autres (Wenting, Atzema et Frenken 2010, 1335).

Pourtant, le travailleur créatif établit une forte relation avec la ville. La question de la proximité à d'autres artistes est aussi traitée par Smit, puisque les métiers créatifs semblent être fondés sur le processus de « réfléchir, dessiner, parler, créer », ce qui fait que les travailleurs créatifs ont besoin d'interaction constante et de proximité (Smit 2011, 179). Il semble que dans les industries créatives, la communication présentielle²³ entre individus établit des liens de confiance et constitue un facteur important dans les entreprises créatives (Lee et Rodriguez-Pose 2013, 1744). Comme une industrie où la connaissance tacite – connaissance transmise par le savoir-faire et l'expérience en opposition à la connaissance codifiée et formelle – est fondamentale, les travailleurs ont l'impérieuse nécessité d'être en proximité physique et d'établir des contacts interpersonnels avec d'autres créatifs.

Richard Florida défend l'idée que les grandes villes créatives sont celles qui posent moins de barrières d'entrée – comme appartenance à un groupe religieux ou ethnique – à des groupes différents comme les immigrants et les homosexuels qui font de la *tolérance*²⁴ un atout stratégique. Ces *outsiders* sont donc intégrés à la nouvelle société où ils contribuent avec leur énergie et leur talent à l'innovation des industries et à la richesse des villes (Florida 2003, 11). La diversité ethnique dans les villes est aussi défendue par Lee et Rodriguez-Pose comme étant un moteur important d'innovation. Ils expliquent que les travailleurs d'héritages différents possèdent aussi des perspectives différentes. L'innovation dépend des contributions multiples dans la combinaison de nouvelles approches de la résolution de problèmes et de méthodes qui apportent de l'innovation et de la créativité (Lee et Rodriguez-Pose 2013, 1746).

Étant donné que les économies des pays développés sont fondées sur des industries traditionnelles en décroissance dans le nouvel ordre de l'Économie du savoir, les industries créatives peuvent être une opportunité de croissance pour plusieurs villes. Le mélange hybride d'innovations, de consommation et de production des produits et services créatifs fait que l'économie créative devient une alternative de croissance pour l'économie de la ville, en réponse à la décadence de l'industrie traditionnelle des villes (Stolarick et Currid-Halkett 2013, 12).

Au contraire, Pratt prétend que les industries traditionnelles ne sont pas en décadence, et qu'elles continuent à croître (Pratt 2008b, 109). Le problème est plutôt qu'elles se sont installées

²³ En anglais « face-to-face » communication.

²⁴ Dans son livre *The Rise of the Creative Class* (2002), Richard Florida défend l'idée qu'une ville créative doit avoir trois qualités principales: tolérance, technologie et talent.

dans des *pays en développement* – du fait des bas salaires, des conditions de travail précaires et des faibles politiques environnementales – ce qui laisse une grande partie de la population dans des *pays développés* sans travail. Selon Pratt, après la désindustrialisation, les villes sont passées du « traitement des matières premières au traitement des idées » (Pratt 2008b, 109). Ce changement de processus fait de l'Économie du savoir une économie plus « mobile », puisque *les idées* sont plus facilement déplacées et échangées que les ressources nécessaires aux industries de base, spécialement après la croissance des technologies numériques, qui a créé une catégorie de travailleurs plus « mobiles ».

La difficulté réside dans le fait que les villes ont « perdu la foi » dans la création de leur propre richesse, croyant que les investissements doivent venir nécessairement d'ailleurs (Pratt 2008b, 109). Pourtant, les villes cherchent désespérément des manières mirobolantes d'attraction et d'investissements, construisant des musées-icônes, des arènes de sport, de l'organisation d'événements mondiaux, etc., comme si vendre l'image d'une ville créative était la solution à tous les problèmes. La tradition des arts et de l'artisanat d'une ville s'est donc transformée en un « aimant » à touristes (Scott 2004, 464) autant qu'un « outil » de gestionnaires de conseils municipaux des villes.

Malheureusement, le développement économique du tourisme peut causer la gentrification de quartiers. Dans ce contexte, l'art et la culture sont utilisés comme produits de consommation, au lieu d'être vus comme un processus de développement citoyen (Indergaard, Pratt et Hutton 2013, 2). Selon Indergaard, Pratt et Hutton, ce n'est pas la construction de nouveaux bâtiments des *starchitectes*²⁵ et de l'investissement dans le glamour urbain qui assure l'attraction des créatifs pour les villes, mais « la profonde interaction entre les personnes et les idées, le public et le marché » qui fait que les créatifs restent dans une ville (Indergaard, Pratt et Hutton 2013, 3). Ces auteurs soutiennent la théorie originale des « villes créatives » de Charles Landry : *l'utilisation de la créativité et de la culture est une « façon de faire » et pourtant, un processus.* Donc, une « ville créative » est une ville où il y a la participation et l'inclusion des citoyens, dont les arts et la culture comme « un moyen » utilisé pour créer une ville intéressante et accueillante dans laquelle l'art devrait être une partie intrinsèque de la vie (Landry 2000, 75; Indergaard, Pratt et Hutton 2013, 2).

²⁵ Des « starchitectes » sont des architectes-étoile, de renommée mondiale.

D'après Sharon Zukin, pour avoir le support des classes dominantes, plusieurs gouvernements ont recours à un type d'urbanisme global – des centres financiers, aux quartiers résidentiels et districts commerciaux – qui résultent dans l'absence d'authenticité des villes (Zukin 2009, 545; Landry 2000, 174). Pour assurer la créativité des artistes et d'autres travailleurs, la diversité des personnes, le mélange entre l'architecture moderne et ancienne, et les quartiers historiques qui préservent l'histoire et l'identité de la ville (Zukin 2009, 548) sont essentiels pour l'intégration et les échanges entre groupes différents. Cet avis est aussi commenté par Smit puisque l'équilibre entre la préservation et le développement des atouts esthétiques des quartiers est une forte composante d'attraction pour les travailleurs créatifs (Smit 2011, 181).

Par contre, Wenting, Atzema et Frenken démontrent que la proximité géographique facilite l'échange avec d'autres créateurs, avec le public, et surtout avec les *leaders d'opinion* puisque le produit créatif a une grande part de valeur symbolique. Se sont davantage ces intermédiaires stratégiques des milieux artistiques qui aident à la construction (ou démolition) de « l'image » du produit. Ces leaders peuvent être des éditeurs de magazines spécialisés, des photographes, des vedettes, et d'autres « trend-setters²⁶ ». Wenting, Atzema et Frenken ont trouvé que dans leur analyse sur l'industrie de la mode en Hollande, l'importance de la proximité des réseaux sociaux avec des compagnies de médias, de musique, de photographie etc., c'est-à-dire, des intermédiaires qui exposent des produits au large public²⁷, fait que le marché des produits créatifs se montre très dépendant des *stratégies de marketing d'image* et des intermédiaires culturels. L'œuvre d'art, en étant un produit créatif de haute valeur symbolique, va souffrir aussi de l'influence (pas toujours bénéfique) de la proximité des critiques d'art et de la présence des *stars*.

Étant donné que « l'image » est fondamentale – autant celle des œuvres d'arts, que celle des artistes et du lieu géographique où ils se trouvent – l'investissement dans la réputation de la ville comme pôle d'attraction pour les spécialistes sur un domaine est essentielle pour la croissance, l'attraction et la rétention des créatifs. Par exemple, les événements de mode, les défilés, le lancement de produits de luxe ou les festivals culturels, la fondation d'instituts d'art, de design, de mode, de cinéma, etc., contribuent à l'image d'une ville comme étant « créative », facilitant

²⁶ Les « trend-setters » sont des personnes qui par leur position sociale, professionnelle ou personnalité peuvent influencer la mode ou une tendance, comme par exemple, les vedettes de cinéma.

²⁷ Les entreprises responsables pour le « buzz » de promotion dans les médias.

ainsi la visibilité des entreprises créatives et des artistes (Wenting, Atzema et Frenken 2010, 1348).

Une autre tendance dans la gestion des villes est l'investissement des secteurs créatifs dans des projets de transformation urbaine par les PME créatives (Block et Paredis 2013, 181; Landry 2000, 258-259) et le recyclage architectural dans l'utilisation de zones portuaires (*Puerto Madero* en Buenos Aires, *Port Olimpic* à Barcelone) et de bâtiments industriels (*Le complexe Cent-quatre* à Paris, *Arsenal Art Contemporain* à Montréal) comme choix de développement durable. Ces espaces renouvelés pour l'aménagement de « clusters artistiques » agissent comme un effort conscient des villes pour réutiliser les bâtiments héritiers de leur passé industriel comme éléments importants d'une « reprogrammation du paysage urbain », pour la production et la consommation de produits créatifs (Scott 2004, 479). Block et Paredis commentent le projet de l'île de Buda dans la ville de Kortrijk en Belgique, surnommée « l'île de l'art » (Block et Paredis 2013, 184), où ils analysent l'importance de *la figure du maire de la ville* comme un agent facilitateur des politiques favorisant la construction de zones créatives. La question du « leadership » dans l'évolution de la ville traditionnelle vers la ville créative est aussi observée par Landry (Landry 2000, 109).

Lorsqu'une ville se lance dans une campagne de « ville créative » pour attirer la création d'entreprises artistiques, culturelles, de design, de mode, de technologie, etc., la ville a besoin de *synergie entre les différents paliers du gouvernement* – aux niveaux local, provincial, fédéral – puisque la coopération entre gouvernements est nécessaire, étant donné que plusieurs changements dans la ville sont de la responsabilité des plusieurs sphères de pouvoir. Par exemple, pour organiser un festival international, il faut la coopération et même la contribution des gouvernements provincial et fédéral. De même, la synergie entre les gouvernements est un facteur fondamental pour le développement des quartiers artistiques. Mais la collaboration n'est pas seulement nécessaire entre gouvernements. Elle doit exister aussi entre la ville, les regroupements d'artistes, les industries créatives et la société. Il y a de plus en plus, *d'interdépendance* entre le secteur public et le secteur privé. Pourtant le partenariat entre le commerce local, le gouvernement et la communauté est essentiel (Savitch et Kantor 2002, 32). Bien que ce soit difficile d'accommoder les besoins et les souhaits de toute la communauté, la gouvernance doit être la plus inclusive possible afin de créer un environnement de coopération et d'action sociale (Fung 2006, 68-69) qui favorise la rétention des artistes.

Une fois la synergie gouvernementale en place, il faut soutenir la création d'entreprises créatives à travers des programmes d'aide financière aux regroupements d'artistes, en vue du développement des villes et des quartiers artistiques. La notion de « empowerment » des villes est fondamentale dans la lutte pour la reconnaissance nationale et – parfois mondiale – d'une ville afin d'augmenter son importance économique en vue d'assurer sa survie et sa prospérité. Une ville peut entrer en décadence économique suite à la désindustrialisation, une mauvaise administration, la corruption, la dette publique et la décroissance des investissements gouvernementaux qui peut la faire basculer dans une grave crise financière. L'économie locale devient de plus en plus importante aujourd'hui à cause de la fin de l'État-Providence. Les villes investissent dans le marketing pour montrer leurs avantages compétitifs aux investisseurs potentiels au niveau national et international (Savitch et Kantor 2002, 43).

L'agglomération dans les villes est importante à cause de la plus grande offre de travail pour des travailleurs créatifs, mais cette proximité donne aussi des avantages stratégiques pour les PME créatives. La littérature fait appel au concept de « grappe » d'activités entrepreneuriales pour expliquer certains phénomènes et facteurs bénéfiques (ou non) sur l'agglomération d'entreprises créatives dans un espace géographique de proximité (Chirita et al. 2009, 9), comme les quartiers artistiques ou « clusters créatifs ». Des facteurs comme le terrain à bas prix, la localisation centrale, l'infrastructure et la concentration d'autres entreprises créatives sont souvent considérés. Selon Smit (Smit 2011), l'attraction esthétique des entrepreneurs et des travailleurs créatifs à un lieu géographique donné est un facteur important de décisions des dirigeants de l'entreprise dans des discussions de localisation, mais souvent oublié. En analysant des « villes créatives » comme Amsterdam et Rotterdam, dans une recherche avec 63 entrepreneurs créatifs²⁸, 40% des interviewés ont répondu que *l'esthétique du district a influencé la décision de la localisation de l'entreprise* (Smit 2011, 173). Les facteurs comme la morphologie urbaine, le caractère architectural et historique du quartier et la proximité des quais ou canaux, ou du bord de l'eau ont été souvent considérés comme facteurs attractifs qui influencent leur créativité.

Smit observe que la localisation géographique d'esthétique agréable, contribue à améliorer l'image corporative. Elle ajoute que les produits créatifs ont souvent une valeur esthétique et symbolique, et que ce genre de produits est conçu par des professionnels qui présentent

²⁸ Parmi les entrepreneurs interviewés il y avait des agences de publicité, de design graphique, des cinéastes, des artistes visuels et des photographes.

l'esthétique et les valeurs symboliques dans leur vie (Smit 2011, 169). Pour Smit, les allocations publiques doivent être concentrées dans des lieux où les entreprises ont une ambiance géographique favorable à la création. Il semble que les travailleurs créatifs soient plus productifs et novateurs dans leurs idées quand ils résident dans des régions visuellement agréables (Smit 2011, 168). Pour les PME créatives, bien qu'elles puissent techniquement être localisées quelque part dans le monde à cause de la communication numérique, la *localisation géographique esthétiquement agréable* est particulièrement importante, puisque l'esthétique semble inspirer la créativité (Smit 2011, 179). Sleutjes et Volker ajoutent que les espaces verts et les infrastructures culturelles sont aussi des facteurs d'attraction des PME créatives (Sleutjes et Volker 2012, 241).

Aussi, il apparaît que le quartier où les entreprises et organisations culturelles préfèrent s'installer, est souvent un quartier agréable, sécurisé, ayant une bonne infrastructure de transports, de communication, et bénéficiant de loyer modique, ce qui peut contribuer à créer un quartier culturel à long terme. Donc, les quartiers culturels sont en partie formés et doivent leur longévité au pouvoir d'attraction des artistes, à la concentration d'organisations culturelles ainsi qu'aux activités culturelles du quartier. Pourtant, la question du développement des quartiers artistiques peut être bénéfique autant pour les artistes ainsi que pour le public. La proximité physique facilite l'échange dans l'innovation et le processus créatif – de la résolution de problèmes techniques, au design ou aux difficultés avec des partenaires – entre artistes, travailleurs créatifs et entreprises (Lee et Rodriguez-Pose 2013, 1743).

CHAPITRE 3 : RECHERCHE EMPIRIQUE

3.1 Recherche sur le terrain

Après cette synthèse de la littérature pertinente aux questions du travail artistique et de sa relation avec les villes créatives, nous allons maintenant explorer l'application empirique de notre recherche dans le cas des artistes visuels de l'arrondissement Rosemont-Petite-Patrie à Montréal.

Les artistes ont été sélectionnés de manière non aléatoire sur la base de leur appartenance au Regroupement. Les entrevues ont été réalisées de la fin juillet 2013 à octobre 2013. Pour ce projet, dix artistes visuels professionnels membres du Regroupement ont été interviewés. Ils étaient tout d'abord contactés par email, avec ensuite un appel téléphonique pour établir les détails de la rencontre. Les artistes ont reçu une description du projet de recherche et la lettre de consentement avant leur entretien. Les entrevues avaient une durée d'environ une heure, et ont été enregistrées sur un support électronique, de façon anonyme et en respectant les règles de confidentialité.

3.2 Méthodologie

3.2.1 Choix de la méthodologie

Cette recherche a été effectuée en utilisant des méthodes qualitatives (sessions d'observation participante et entrevues) fondée sur une revue de littérature pertinente sur le sujet. Nous avons choisi cette méthode d'analyse pour déterminer les besoins réels des artistes du Regroupement. L'utilisation de cette recherche s'inscrit dans une démarche de transfert de connaissances, afin d'aider le Regroupement à offrir de meilleurs services à ses membres.

En analysant les problématiques sur la question du travail artistique, nous avons trouvé trois approches principales souvent utilisées : les méthodes qualitatives (Eikhof et Haunschild 2006; Coulson 2012), les méthodes quantitatives (Hausmann 2010), et les méthodes mixtes (Markusen et al. 2006). Pour cette recherche, nous avons choisi d'utiliser la *méthode qualitative* parce qu'il nous semble que dans le cheminement artistique, les entretiens restent le meilleur outil du chercheur pour capter les subtilités des récits des artistes, de leur démarche de leurs besoins et leurs motivations. Nous avons également réalisé des observations participantes lors d'événements impliquant des artistes, organisés par le Regroupement – Exposition Via Capitale, Rendez-vous Culturel, Parcours M²⁹.

Les critères d'entrevue étaient: artistes visuels (hommes et femmes, de 25 à 50 ans), membres du Regroupement, actifs dans leur pratique artistique professionnelle. Les artistes ont été choisis d'après une analyse de leurs activités artistiques par rapport aux vernissages, formation artistique et historique professionnel. Après avoir reçu le Certificat d'éthique, 23 artistes ont été contactés pour les entretiens, dont 10 ayant accepté de faire partie de l'étude. Les artistes sélectionnés ont été invités par un email de la stagiaire (souvent avec un suivi téléphonique), les invitant à une entrevue orale de 1 heure environ, enregistrée à l'aide d'un enregistreur numérique. Les entretiens ont été enregistrés dans des fichiers d'accès sécurisés respectant les règles de confidentialité et le certificat d'éthique de l'INRS.

3.2.2 Question de recherche

Pour identifier les défis des artistes du Regroupement à court, moyen et à long terme, et comment le Regroupement est-il en mesure de les aider, d'après notre recherche préliminaire notre question principale de recherche est:

Quels sont les besoins professionnels des artistes visuels du Regroupement à Rosemont-Petite-Patrie?

²⁹ La description des activités du Regroupement est incluse dans la partie Observation participante.

Cette question principale nous donne le fil conducteur de cet essai dans lequel nous voulons explorer notamment, deux aspects du travail artistique:

- a) quels sont les défis dans la carrière artistique des artistes visuels du Regroupement
- b) quelle est la relation entre leur carrière artistique et leur territoire

Après l'identification des principaux besoins des artistes du Regroupement, d'autres sous-questions se posent : Quels sont les souhaits des artistes visuels du Regroupement à court, moyen et long terme? Quels sont les défis de leur pratique artistique à Rosemont-Petite-Patrie? Comment surmontent-ils leurs obstacles personnels et professionnels? Comment le Regroupement peut-il les aider?

Un autre aspect important de notre recherche concerne la question de la contribution des artistes à Montréal et leur perception de leur quartier. Quelques questions ont été soulevées par rapport à leur ville, comme par exemple : Est-ce que les artistes à Montréal font face aux mêmes exigences et défis que d'autres artistes à travers le monde? Comment les artistes de Rosemont-La Petite-Patrie contribuent-ils à leur quartier? Quels sont les besoins des artistes par rapport à la ville de Montréal? Est-ce que les artistes du Regroupement considèrent Rosemont-La Petite-Patrie comme étant un quartier culturel? Comment le Regroupement et ses artistes peuvent-ils contribuer ensemble à leur quartier?

3.3 Échantillon

L'échantillon comporte trois hommes et sept femmes, âgés entre vingt et cinquante ans. Sept artistes sont nés au Québec, trois ont immigré. Ils habitent ou travaillent à Rosemont-Petite-Patrie – secteur Beaubien/Masson. Parmi eux, il y a des photographes (2), céramiste (1), peintres (3), sculpteur (1), dessinateur (1) et d'autres à techniques mixtes (2).

Les artistes visuels professionnels choisis ont un parcours professionnel artistique reconnu dans des expositions dans des galeries d'art ou de foires. Ils possèdent un site Internet où leur démarche et leur évolution professionnelle est documentée. En plus de leurs propres registres

d'activité professionnelle, le parcours artistique des artistes visuels choisis a été enregistré dans des catalogues de galeries et sites Internet d'expositions.

3.4 Guide d'entrevue

Le guide d'entrevue a été construit principalement en fonction de la littérature pertinente dans le domaine de la sociologie des arts, plus particulièrement ciblée aux artistes visuels³⁰. Ces questions portent sur la démarche de l'artiste, sa production, sa carrière, ses besoins professionnels, et son lien avec le Regroupement. Quelques questions concernent aussi les quartiers culturels.

3.5 Profil des artistes

Pour mieux comprendre les résultats de notre recherche, nous présenterons d'abord un bref portrait des artistes de cet échantillon, en insistant sur un certain nombre de dimensions comme leur formation, leur démarche artistique et leur carrière. Afin de protéger la confidentialité des données, nous avons identifié les artistes comme suit : Artiste 1, Artiste 2, et ainsi de suite.

3.5.1 Artiste 1

Cet artiste doté d'une première formation universitaire dans les arts de la scène, il s'est toujours intéressé aux arts plastiques. Après plusieurs cours de peinture à l'huile en amateur, avec des professeurs réputés à Montréal dans le milieu de l'art contemporain, il réalise sa première exposition collective en 1994 et sa première exposition solo en 1997 à la Galerie Tryptique, une galerie d'art contemporain de bonne réputation à Montréal. L'artiste continue à exposer chaque année à Montréal et dans d'autres régions du Québec. Il utilise des techniques mixtes et son inspiration vient de la matière : le bois, le métal, le verre, le papier. Il se décrit comme un artiste post-expressionniste abstrait avec une approche conceptuelle. Son emploi principal est dans le

³⁰ Voir Annexe 1.

domaine de l'audio-visuel (à temps plein) et travaille son l'art sur son temps libre ou entre quelques projets.

3.5.2 Artiste 2

Ayant le dessin comme la première forme d'expression, cet artiste est doté d'une formation collégiale en architecture. Suite à une série de cours libres en peinture et dessin, l'artiste a participé à son premier vernissage collectif en 2000, dans la Galerie Marianne à Montréal. Cette galerie de taille moyenne loue souvent son espace pour que les artistes puissent organiser eux-mêmes leur vernissage, partageant ainsi leur carnet d'adresses de collectionneurs, en échange d'un pourcentage sur les ventes. Le dessin anatomique du corps humain et des animaux sont source d'inspiration pour cet artiste. Il utilise le fusain, le crayon et la mine pour le dessin, et occasionnellement, la peinture à l'huile. Il a gagné plusieurs prix internationaux pour ses dessins et expose surtout au Québec. Il a aussi participé à quelques expositions en France, en Europe de l'Est et en Amérique Latine. Malgré la reconnaissance de son talent dans l'art, il travaille plutôt dans le domaine de la technologie.

3.5.3 Artiste 3

Cet artiste a un diplôme universitaire de l'École des Beaux-Arts de son pays d'origine en Europe, avec une spécialisation dans la peinture à l'huile et le dessin. Il a commencé à exposer en 1997 et a continué à le faire annuellement depuis son arrivée à Montréal. Avec un style postimpressionniste, l'artiste décrit sa passion pour la nature, comme étant sa principale source d'inspiration. L'artiste a gagné un prix prestigieux en Europe et il expose régulièrement au Québec. Parfois il participe à des expositions collectives en Europe. Il est professeur de peinture dans un Cégep dans des cours libres et maintenant, l'artiste veut se dédier au Webdesign.

3.5.4 Artiste 4

L'artiste a réussi une formation collégiale en design d'intérieur, suivi d'un certificat universitaire en décoration d'intérieure. Au départ, l'artiste avait de l'expérience professionnelle dans des techniques mixtes, utilisées dans la décoration. Plus tard, il a décidé d'expérimenter avec l'encaustique, la peinture acrylique et la sculpture. Sa première exposition collective a eu lieu à Montréal en 2006, et ses œuvres ont été exposées dans plusieurs villes au Québec. Son art est intimement lié à ses émotions, comme une manière de s'exprimer et trouver son équilibre. L'artiste se décrit comme symboliste, d'inspiration abstrait lyrique. L'artiste se dédie maintenant à la sculpture. Il fait du bénévolat à temps partiel dans des associations d'artistes en situation de difficultés.

3.5.5 Artiste 5

Cet artiste a commencé son exploration artistique par la peinture en tissu, en porcelaine et sur verre. Après quelques cours amateurs en peinture, il se spécialise dans la peinture à l'huile utilisant comme support le tissu, la toile et le bois. L'artiste a fait sa première exposition en 2003 dans son pays d'origine, en Afrique. En 2009 il réalise son premier vernissage solo dans une Fondation pour les arts. Après son arrivée à Montréal, il participe à des expositions un peu partout au Québec. Comme peintre figuratif animalier, son inspiration est déclenchée par des couleurs chaudes de la nature – le marron-terre, le jaune-sable, l'ocre, le rouge vif du soleil – les animaux félins et équins. Avec une Maîtrise dans les affaires, il continue son parcours artistique en parallèle avec sa carrière dans l'administration médicale.

3.5.6 Artiste 6

Passionné de la danse et du mouvement corporel, cet artiste travaille dans plusieurs domaines : photographie, musique et peinture. Après un Baccalauréat en musique, l'artiste a décidé de travailler dans le domaine de la photographie et du multimédia. Il a son premier vernissage en 2006 à Montréal. Depuis, il expose souvent dans des vernissages collectifs avec des artistes d'autres domaines, sculpteurs ou peintres. Son inspiration provient du contraste entre le

moment éphémère du mouvement et la pérennité de l'image en photographie. Ce photographe expose chaque année au Québec et parfois au Canada anglophone ainsi qu'aux États-Unis où il participe à des événements philanthropiques, corporatifs et culturels. Cet artiste se dédie à son art à temps plein, mais il combine des projets dans plusieurs domaines artistiques, notamment la photographie, le multimédia, la musique, la danse et la peinture.

3.5.7 Artiste 7

La céramique a toujours impressionné cet artiste qui a commencé sa vie professionnelle artistique après une exposition collective dans son pays d'origine, en 2009. Il a déménagé à Montréal et il a continué à participer à plusieurs vernissages collectifs au Québec et en Europe. L'artiste trouve son inspiration dans ses propres expériences de vie, mais aussi dans des icônes religieux et dans la culture pop. Avec une Maîtrise et une première carrière en Droit dans son pays d'origine, l'artiste a décidé de vivre de son art à Montréal. Il travaille aujourd'hui surtout par commande à des particuliers.

3.5.8 Artiste 8

Après une carrière professionnelle de designer suite à son certificat professionnel d'études collégiales, cet artiste décide, en 1996, de se consacrer à la peinture. La peinture à l'huile est sa technique privilégiée, mais il travaille aussi à l'aquarelle. Inspiré par ses émotions, la peinture est pour lui une façon de chercher un monde imaginaire et idéal. Il participe souvent à des expositions d'art itinérants, salons, foires, ventes aux enchères et vernissages privés ou publics. Malgré son implication active dans l'art – 3 événements en moyenne par année – il se prépare à se lancer dans l'entrepreneuriat dans le vaste domaine de produits naturels.

3.5.9 Artiste 9

Avec plusieurs cours de peinture dans des écoles d'art à Montréal, et une formation en sciences religieuses de niveau Maîtrise, cet artiste commence à peindre en 1990. En 1995 il participe à

une première exposition collective. À cette époque, sa démarche était plus proche du Surréalisme. Il expose régulièrement au Québec et s'identifie aujourd'hui comme symboliste abstrait. Utilisant principalement la peinture à l'huile, il expérimente aussi collages, sculptures et reliefs sur panneaux de toile ou de bois. Du fait de faibles revenus, provenant de sa pratique artistique, il travaille aussi dans des organisations communautaires pour compléter son budget.

3.5.10 Artiste 10

Amateur d'images depuis l'enfance, cet artiste a suivi une spécialisation en photographie de niveau collégial et a obtenu un Baccalauréat en Beaux-Arts à l'université. Il participe à une première exposition en 2009, à Montréal. Pour ses photos, l'artiste s'inspire surtout de l'intimité des portraits et des personnes dans leur univers. Il expose chaque année au Québec dans des galeries commerciales et de centres culturels. La photographie artistique n'est pas son seul moyen de subsistance, il travaille aussi en photographie commerciale, comme la publicité et dans des équipes de production en cinéma et télévision, d'où il tire ses principaux revenus.

3.6 Observations participantes

Les sessions d'observation participante se sont réalisées pendant le stage pour mieux comprendre les activités du Regroupement et de leurs membres. La première observation était faite au Théâtre Plaza³¹ le 06 juin 2013, avec l'événement³² « Rendez-vous culturel ». Cet événement a réuni plus de 120 personnes dans le théâtre pour un 3^{ème} rendez-vous culturel dont l'objectif est d'aborder collectivement avec tous les acteurs du milieu (artistes, citoyens, intervenants communautaires, économiques, administratifs et politiques) certaines questions du développement culturel local. Les membres du Regroupement ont décoré le théâtre avec 1347 chaussures, chacune d'entre elles ayant été personnalisée³³ suite à une mobilisation artistique et citoyenne qui, menée par cinq artistes, a impliqué près de 1000 citoyens. Plusieurs sujets

³¹ Localisé au 6505 rue Saint-Hubert à Montréal.

³² Le thème de la soirée était « La culture, ça marche! Décore ton soulier et trouve la culture à ton pied ». Un autre jeu de mots était présent dans les pancartes : « Le 3^{ème} Rendez-vous culturel sera l'occasion de mettre en marche des projets culturels structurants et de discuter des démarches à entreprendre pour faire rayonner notre quartier culturel ».

³³ Voir Annexe 2.

importants ont été abordés pendant plus de trois heures, comme l'augmentation des subventions pour les arts et la culture, l'inclusion des artistes dans les politiques de développement urbain, la préservation des ateliers d'artistes, ainsi que l'aide à la diffusion de l'information et des activités artistiques dans le quartier. Après la présentation de plusieurs intervenants, les participants ont été regroupés autour de plusieurs tables pour mettre en discussion des sujets importants et offrir des suggestions aux défis du quartier, dans l'aménagement du territoire, la diffusion de l'information culturelle, la concentration et la mise en place d'une carte « Ami de la culture ». Cette expérience a été très intéressante car elle a permis d'évaluer la passion, l'attachement et l'engagement des participants à leur quartier.

La deuxième session d'observation participante a été réalisée le 11 juin 2013, dans la Librairie Paulines³⁴. Cette fois, l'ensemble des participants était composé de membres du Regroupement puisque se déroulait l'Assemblée Générale du Regroupement. Il y avait une quinzaine de participants. Les thèmes concernaient principalement la présentation des résultats de l'année 2012-2013 et l'engagement du Regroupement dans les activités de la Ville de Montréal, le développement de la culture dans des artères commerciales de la ville, l'engagement des membres du Regroupement dans d'autres activités ainsi que des suggestions de projets à développer. Plusieurs projets ont été mis en place et d'autres sont encore en train d'être structurés. Les membres semblaient avoir du plaisir à en rencontrer d'autres émanant de disciplines artistiques différentes ainsi que des travailleurs culturels.

La troisième observation participante concernait la présence au vernissage à Via Capitale le 7 mai 2013. Certains artistes membres du Regroupement exposaient leurs œuvres d'art – tableaux, dessins, sculptures en céramique et des photographies – dans les bureaux de Via Capitale. Depuis 2009, il y a toujours une exposition en cours. Elle change toutes les 8 à 10 semaines. Dans ces expositions, quelques artistes arrivent à vendre leurs œuvres. Il y avait une vingtaine de personnes comprenant artistes et invités. L'ambiance était plutôt amicale, comme un cinq à sept. Nous avons discuté notamment des questions artistiques, des expositions, de promotion de leur art et du rôle du Regroupement.

³⁴ Salle de réunion de la Librairie Paulines, au 2653 rue Masson à Montréal.

Une autre activité intéressante était l'exposition « Parcours M », où les artistes sélectionnés par le Regroupement exposent dans certaines vitrines des commerces de la rue Masson. Il y a toujours une exposition en cours. Depuis 2010, ils réalisent 4 à 5 expositions par année. Quinze commerces participent à l'événement. En plus de la possibilité de vente des œuvres pour les artistes, les commerçants sensibles aux arts ont exprimé leur enthousiasme à la possibilité de pouvoir participer à la vie culturelle de leur quartier.

Pour avoir un portrait plus approfondi sur les questions des artistes membres du Regroupement, toutes les correspondances entre le Regroupement et leurs membres entre 2012-2013 ont été analysées ainsi que les babillards, les rapports d'activités, les bilans annuels, les sondages, et les bulletins informatifs. Nous avons constaté que le Regroupement avait mis beaucoup d'efforts et d'énergie dans la promotion des arts dans son quartier ainsi que la promotion de plusieurs activités de réseautage pour ses artistes. De plus, il recherche des partenariats avec d'autres organismes communautaires pour des activités dans le quartier, comme l'organisation d'un jardin communautaire et des activités dans l'Église Saint-Marc.

Pour établir un comparatif et, afin d'en apprendre un peu plus sur la question du développement des quartiers artistiques, quelques conversations informelles se sont déroulées avec des représentants de « La Ligne Bleue »³⁵ et « Vivre Saint-Michel en Santé »³⁶, pour nous donner une idée plus claire des activités artistiques dans d'autres arrondissements de la ville de Montréal en comparaison à Rosemont-La Petite-Patrie. Sommairement, ils nous ont parlé des investissements du gouvernement municipal autour de la ligne bleue du métro de Montréal et relaté comment les anciens quartiers industriels se sont développées, notamment avec le siège du Cirque de Soleil, le Parc du complexe environnemental de Saint Michel³⁷, et la Coupe Rogers³⁸ à Montréal au Stade Uniprix. Ces conversations ont été pertinentes pour notre essai afin d'établir une base de comparaison avec ce qui se passe autour du développement culturel de Rosemont-Petite-Patrie.

³⁵ Organisation sans but lucratif qui vise développer des activités artistiques et sociales le long de « la ligne bleue » du métro de Montréal.

³⁶ Organisation sans but lucratif qui travaille pour le développement d'activités d'inclusion sociale dans le quartier Saint-Michel à Montréal.

³⁷ Voir au <https://www.cirquedusoleil.com/fr/home/about-us/the-studios.aspx>

³⁸ La Coupe Rogers de tennis à Montréal : <http://www.rogerscup.com/men/french/home.php>

CHAPITRE 4 : PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

4.1 Profil socioprofessionnel de l'échantillon

Dans cette partie du rapport, nous présentons la synthèse des réponses des artistes interviewés. La première dimension de l'entretien concerne la description de leur parcours professionnel : 1) *Présentation générale de l'artiste. a) Quand avez-vous commencé votre carrière artistique? b) Comment définissez-vous votre démarche artistique?*

Au plan socioprofessionnel, la moitié des artistes détient un diplôme collégial (5) tandis que l'autre moitié détient un diplôme universitaire de premier cycle (2) ou de deuxième cycle (3). Les formations restent plutôt dans des domaines des arts et de la culture (beaux-arts, design de mode, design d'intérieur, musique, architecture), des sciences humaines (droit, marketing, théologie) ou autres (pharmacie, informatique). Ils sont actifs dans leur profession et possèdent de 5 à 20 ans d'activité dans le domaine artistique à partir de leur première exposition. La plupart d'entre eux a suivi des cours amateurs dans des écoles d'art, universités ou institutions culturelles (8), d'autres sont autodidactes (2). Ce sont des artistes contemporains avec un style artistique figuratif (3) ou abstrait (7).

4.2 Activité professionnelle

Par rapport à leur activité économique principale, nous avons demandé si les artistes avaient des métiers connexes (ou non) à leur carrière artistique : 2) *Est-ce que vous avez d'autres métiers connexes (ou non) avec votre carrière artistique?* La plupart d'entre eux (7) ont un « emploi-abri » (principal). Presque la moitié d'entre eux travaille dans des domaines connexes : webdesign, musique, télévision, publicité, enseignement, audiovisuel, alors que les autres exercent des métiers plus éloignés de leur domaine: secteurs communautaire, médical, informatique. Parfois, ils cumulent des emplois dans plus d'un domaine, comme par exemple, la musique, le multimédia et la danse; ou la photographie, le cinéma et la télévision.

La recherche de terrain, confirme plusieurs des constats relevés dans la revue de littérature sur les conditions de l'artiste : malgré leur haute spécialisation, ils apparaissent encore victimes de leur métier qu'ils vivent au jour le jour, du fait de la multiactivité, de l'intermittence des projets, du revenu instable, de l'absence de bénéfices sociaux et d'un plan de retraite, de la précarité de l'emploi et des périodes de chômage, qui causent l'inactivité et l'exclusion. Selon Pratt et Gill (Gill et Pratt 2008), les conditions de travail des artistes visuels ne seraient d'ailleurs pas très différentes de celles d'autres travailleurs du secteur culturel tels les designers de mode, ou les professionnels de la télévision et des medias. Leurs recherches révèlent en effet beaucoup de similitudes sur le plan de la flexibilité, de l'autonomie, de l'informalité, de l'intermittence, des bas salaires, de la haute mobilité, et des liens personnels et émotionnels avec le travail. Les artistes interviewés du Regroupement se sont exprimés autour de cette question de ne pas pouvoir vivre entièrement de leur art et de devoir chercher des opportunités de travail alternatives pour pouvoir les combiner avec leur production artistique. Quelques-uns ont aussi commenté la question du défaut de plan de retraite et de congé parental.

4.3 Principaux besoins professionnels³⁹

Pour identifier les prochaines actions du Regroupement, nous avons posé la question : 3) *Quels sont vos principaux besoins en matière de développement de votre métier ou de gestion de votre carrière?* Les principaux besoins professionnels immédiats sont :

- a) besoin d'un marchand d'art pour le côté commercial;
- b) besoin de réseautage avec d'autres artistes;
- c) besoin d'aide pour les appels de dossiers;
- d) besoin d'aide technologique : site Internet, Photoshop;
- e) accès aux services d'un photographe professionnel;
- f) avoir accès à un atelier de travail.

La question du réseautage est récurrente sur le terrain comme dans la littérature. Selon Pratt et Gill, les travailleurs créatifs sont un combiné de « travail bohème » et « d'entrepreneuriat ».

³⁹ Voir Annexe 3 pour le Tableau synthèse des besoins des artistes.

Nous avons ainsi constaté que les artistes du Regroupement réclament à la fois des outils de promotion de leurs œuvres et des activités de réseautage avec des collectionneurs. Ce réseautage relève de « stratégies proactives » de carrière qui peuvent se réaliser dans le cadre rencontres « bohêmes » d'évènements artistiques : séances de dédicace de livres d'artistes, avant-premières de pièces de théâtre ou de film indépendants, présentations de spectacles de dance, vernissages, qui attirent à la fois des artistes et des collectionneurs potentiels.

Un autre type de réseautage, souvent demandé, est celui entre artistes de différents milieux (sculpteurs, photographes, comédiens, musiciens, peintres, etc.), d'où peuvent résulter des collaborations et des inspirations. Andrea Hausmann indique que travailler en coopération avec d'autres artistes apparaît comme une bonne stratégie de carrière (Hausmann 2010). Ces collaborations artistiques permettent d'élargir le réseau de contacts au bénéfice mutuel de tous les artistes impliqués. La diversification et la pluridisciplinarité peuvent aussi être source d'inspiration pour l'artiste qui cherche de nouvelles manières de faire carrière.

D'autres questions étaient aussi soulevées dans les entretiens comme le besoin de mise-à-jour des pages Internet et d'un photographe professionnel pour bien mettre en valeur les œuvres artistiques. Les changements de la société capitaliste, causés par la globalisation et les technologies d'information, ont aussi occasionné un changement dans l'organisation du travail artistique. Aujourd'hui, les artistes se font connaître souvent par leur site Internet, qui peut aussi fonctionner comme catalogue de leurs œuvres. En réalité, le site Internet est devenu « la carte de visite » de plusieurs artistes. L'artiste qui présente ses œuvres sur son site Internet, donne des informations sur son parcours académique, sa formation artistique, son historique d'expositions et de galeries qui l'ont représenté. Finalement, le site fonctionne comme son « bureau virtuel » où, parfois, l'artiste peut même vendre directement aux collectionneurs. La tendance du travail virtuel des travailleurs culturels a été examinée en profondeur par Gill et Pratt qui analysent la dé-régularisation du travail au XXIème siècle⁴⁰.

Les artistes considèrent aussi passer beaucoup trop de temps à répondre à des appels de dossiers (une tâche facilitée par le Babillard du Regroupement). Sur ce sujet, quelques-uns ont

⁴⁰ Rosalind Gill et Andy Pratt discutent qu'aujourd'hui, le travail est plus informel et intermittent, comme le travail temporaire, le bureau à domicile, ou le pigiste (Gill et Pratt 2008). Cette tendance à la dé-régularisation du travail est aussi commentée par Pierre-Michel Menger (Menger 2002), Mircea Vultur et Daniel Mercure (Mercure et Vultur 2010).

soulevé que le Regroupement pourrait proposer ce service à ses membres. Le partage d'ateliers de travail est aussi une solution avantageuse pour les artistes, surtout pour ceux qui travaillent à domicile. Quelques artistes regrettent ne pas avoir un lieu propre à la maison, dédié spécifiquement à la pratique de leur art. Un autre avantage du partage d'ateliers est l'accès à des matériaux artistiques – pinceaux, nettoyants, argile, toiles, etc. – qui sont souvent très coûteux. Le prix de gros est souvent plus bas et pourrait être proposé par le Regroupement à plusieurs de ses membres. Dans la section suivante, nous allons documenter les stratégies des artistes du Regroupement pour la promotion de leurs œuvres.

4.4 Stratégies de promotion des œuvres

Concernant l'exposition de leur art et la promotion des œuvres, nous avons demandé : 4) *Comment assurez-vous l'exposition de votre art et la promotion de vos œuvres?* Les artistes visuels ont répondu qu'ils ne travaillent pas avec une galerie à cause des exigences de leurs demandes d'exclusivité et du pourcentage sur la vente (50% en moyenne). Ils essaient alors d'exposer dans les Maisons de la culture et répondent aux appels de dossiers (musées, gouvernement). Parfois, ils organisent des expositions indépendantes dans des galeries.

Quelques artistes du Regroupement signalent que plusieurs lieux d'exposition très prisés comme les Maisons de la culture, n'attirent que les proches des artistes exposés et que finalement, les personnes ne sont pas là pour acheter des œuvres. Pourtant, même avec l'émancipation des artistes du système de galeries d'art, résultant dans le travail indépendant et proactif des artistes, les services historiquement proposés par les galeristes sont encore nécessaires, la plupart des artistes n'ayant aucune formation dans les affaires (Hausmann 2010). Les réponses des artistes à la dernière question (Point 6.3) indiquent qu'ils ont besoin de plus d'outils de promotion de leurs œuvres.

4.5 L'autogestion de la carrière artistique

Étant donné la possibilité de l'autogestion des artistes par rapport à leur carrière et au marché de l'art sans besoin impératif d'intermédiaires (marchands ou galeristes) – une tendance identifiée dans notre revue de littérature – nous l'a interrogé sur leurs stratégies pour attirer des collectionneurs : 5) *Comment trouvez-vous des acheteurs pour vos œuvres? Travaillez-vous avec une galerie ou un marchand? Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi pas?* Ils ont répondu, qu'ils préfèrent travailler par (en ordre hiérarchique):

- a) appel de dossiers – musées, foires, galeries;
- b) site Internet;
- c) réseau personnel;
- d) organisations artistiques;
- e) galerie d'art – expositions indépendantes, en général exposition collective.

Cette question revient au point antérieur des intermédiaires culturels – surtout des galeristes et le marchands – avec qui plusieurs les artistes ne veulent plus travailler. Quelques artistes ont répondu dans les entretiens qu'ils étaient abordés par des marchands qui leur ont finalement volé leurs œuvres et de l'argent (frais anticipés) avec la promesse d'expositions en Europe ou ailleurs. D'autres pensent que le travail des galeries est largement surestimé et trop onéreux – les frais des galeries varient de 20% à 80%, mais en moyenne sont de 40% à 50%, en plus de l'exclusivité de représentation géographique (la ville). Même si quelques artistes ont dit avoir déjà vendu des œuvres par l'entremise des galeries commerciales, les artistes semblent préférer organiser leur propre vernissage, ce qui inclut la location d'une galerie – les prix à Montréal varient de 400\$ à 1000\$ par semaine selon la notoriété de la galerie – où l'artiste a droit au matériel promotionnel et au carnet d'adresses de la galerie. Parfois la galerie demande un pourcentage des profits.

Une alternative d'autogestion de carrière pour les artistes est de chercher plusieurs partenaires dans des domaines différents. Cette diversification des sources de revenus pourrait représenter une bonne solution à leurs difficultés. Les recherches qualitative et quantitative réalisées par

Markusen et al. (2006), auprès de plus de deux mille artistes de Californie démontrent à cet égard le recours variable des artistes à trois grands secteurs : commercial, communautaire et à but non-lucratif. La combinaison dépend ici de différents moments de leur carrière selon leurs intérêts, leurs besoins et les opportunités de travail. Parfois, les secteurs se chevauchent.

Les auteurs explorent comment ces trois secteurs (associations à but non lucratif, associations communautaires et secteur commercial) influencent le travail des artistes et contribuent à leur développement. La plupart d'entre eux a répondu que le secteur commercial offre plus de visibilité, plus d'opportunités et plus de retour financier, mais, en contrepartie, moins de liberté créative. Les associations à but non lucratif donnent davantage d'opportunité de collaborer avec d'autres artistes – de même spécialisation ou non. Ce sont les expériences les plus enrichissantes esthétiquement et émotionnellement. Le secteur communautaire quant à lui, donne à l'artiste un sens de contribution à la vie communautaire et facilite l'affirmation de l'identité politique et culturelle de l'artiste (Markusen et al. 2006, 40). Parmi les répondants du Regroupement, ils soulignent que plusieurs partenaires leur permettent de diversifier leur réseau de contacts et d'identifier plus clairement des possibilités de projets collaboratifs.

4.6 Compétences à développer

La question de l'autopromotion génère elle aussi des défis par rapport aux outils et aux compétences professionnelles pour pouvoir réussir à vivre de son art. Sur ce sujet, notre question portait sur : *6) Est-ce qu'il y a des compétences que vous souhaitez développer pour mieux gérer votre carrière artistique?* Pour la plupart, ils souhaitent : a) des ateliers de formation technique: prise de photos de leurs œuvres, améliorer leur site Internet; b) des ateliers de stratégies de positionnement Internet; c) des ateliers de ventes; d) des ateliers sur les techniques de gestion du temps; e) des ateliers d'anglais (présentation, ventes).

Il est intéressant de constater l'insistance des artistes sur le développement de compétences informatiques. Des sites et réseaux sociaux comme *Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Expozine, Ebay, Instagram, Youtube* et autres, offrent à l'artiste la liberté d'exposer son art à des millions de personnes à travers le monde et de rompre les frontières géographiques, et les barrières sociales pour l'acquisition d'œuvres d'art. En plus de ces grands réseaux sociaux, les

artistes administrent souvent leur propre site Web (individuel ou collectif) y présentant leur démarche, leur portfolio, leur formation académique, leurs dernières créations et leur biographie. Les artistes du Regroupement ont commenté qu'avoir des bonnes photographies retouchées par Photoshop peut faire la différence quand un collectionneur potentiel visite le site d'un artiste.

Deux autres points qui attirent notre attention est la demande d'ateliers de gestion du temps et d'ateliers d'anglais. La question de la gestion du temps a été rapportée par plusieurs artistes, surtout ceux qui doivent gérer leur carrière principale, leur carrière artistique et leur famille. Ça serait un service plus personnel – non directement relié à la mission du Regroupement – mais qui peut finalement influencer le temps consacré par l'artiste à son art. Par contre, les ateliers d'anglais sont beaucoup plus urgents pour ceux qui veulent percer le marché mondial ou seulement le marché canadien. Un artiste a commenté que *faire des expositions au Québec est bon pour construire sa réputation et que les Québécois sont des grands amateurs d'art, mais qu'ils n'achètent pas; par contre les canadiens-anglophones et les américains ont plus l'habitude de collectionner de l'art*. La véracité de cette affirmation reste à vérifier. Il est vrai cependant, que la maîtrise de la langue anglaise offre plus d'opportunités d'exposer et de vendre des œuvres sur la scène internationale.

4.7 La technologie et la carrière artistique

Plus spécifiquement par rapport à la technologie, nous avons identifié une forte demande d'acquérir des compétences techniques et informatiques, vu qu'aujourd'hui une bonne partie de la commercialisation de l'art se fait par Internet. Nous avons demandé aux artistes la fréquence de mise-à-jour de leur site Internet, page Facebook ou d'autres outils qu'ils utilisent pour diffuser leur art, afin aussi de pouvoir accompagner leur évolution professionnelle. Voici la question : 7) *Êtes-vous à l'aise avec la technologie? Est-ce que vous avez un site Web, une page Facebook... Qui gère votre site? À quelle fréquence faites-vous la mise-à-jour de vos pages Internet?* La plupart des artistes visuels sont plutôt à l'aise avec la technologie mais ils ont exprimé qu'ils ne font pas souvent de mise-à-jour. Les réponses ont varié d'une fois par mois à une fois par année.

La maîtrise de la technologie se résume cependant, pour la plupart, à être un utilisateur : chercher des informations sur Internet, gérer les emails, réaliser une lettre, une présentation ou réaliser une opération mathématique avec Excel. Quelques artistes, comme les photographes et webdesigners, ont construit eux-mêmes leurs sites Internet et ont appris à mieux référencer leur site grâce au choix de mots-clés de Google, outil important de classement pour la présentation de produits et services sur le Web. Les photographes maîtrisent aussi Photoshop, un logiciel qui fait souvent partie de leur travail. Le Regroupement pourrait favoriser « l'échange de services » entre photographes et webdesigners d'une part, peintres, musiciens, ou danseurs, d'autre part. Par exemple, quelques artistes ont suggéré que les danseurs pourraient poser pour les photographes et peintres; les musiciens pourraient travailler pour composer la musique avec des chorégraphes et danseurs, etc.

4.8 Le lien au Regroupement

Après un aperçu des métiers artistiques des artistes visuels, nous avons demandé aux artistes leur lien avec le Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie : 8) a) *Quel est votre lien avec le Regroupement?* b) *Quels sont les services que vous aimeriez que le Regroupement vous offre? Quel investissement êtes-vous prêt à faire pour ces services?*

Ils ont répondu qu'ils ont souvent participé à un événement organisé par le Regroupement, pour lequel ils ont été invités ainsi qu'à d'autres événements artistiques collectifs. Les participants ont cité plusieurs points positifs sur le travail du Regroupement, à savoir: 1) les expositions Parcours M⁴¹ et Via Capitale⁴²; 2) le Babillard – bulletin d'information par email; 3) le professionnalisme de l'équipe du Regroupement; 4) des activités artistiques collectives.

Le professionnalisme de l'équipe du Regroupement a été souligné par plusieurs artistes, dans l'accueil téléphonique, le service clientèle offert en réponse à leurs questions, jusqu'au soin dans le transport et l'installation des œuvres dans des expositions. Le Babillard a été souvent

⁴¹ Les artistes visuels sélectionnés par le Regroupement exposent leurs œuvres dans les vitrines des commerces de la Promenade Masson quelques fois par année.

⁴² L'exposition à l'agence immobilière Via Capitale sur la rue Beaubien à Rosemont expose des œuvres d'art – de dessins, tableaux, sculptures à des photos et céramique – des artistes membres du Regroupement.

citée comme une bonne synthèse d'appels de dossiers et d'opportunités de travail pour les membres du Regroupement. Quelques artistes admirent le travail et l'exposition des artistes du Regroupement par le Parcours M et Via Capitale.

Par rapport aux services complémentaires, les artistes aimeraient obtenir du Regroupement : a) une aide au marketing pour la promotion de leurs œuvres; b) une facilitation à l'accès aux clients et aux collectionneurs; c) une aide en matière de gestion de carrière – artistique et l'administrative; d) un accès à un lieu d'exposition gratuit; e) un système de collaboration entre artistes – ou une mutualisation; f) une aide à la négociation de prix réduit sur le matériel artistique et l'encadrement. À cet égard, quelques artistes suggèrent un système de mutualisation, sur le modèle de la COOP, pour améliorer l'offre de prix des services nécessaires à leur pratique.

Nous avons également demandé quels étaient, plus précisément, les services qu'ils aimeraient que le Regroupement offre et quel investissement, ils seraient prêts à consacrer eux-mêmes à ces services. La question de l'investissement à faire est un point délicat. Souvent, pendant l'entretien, la question devait être posée plusieurs fois (de manière directe et indirecte) et les répondants étaient mal à l'aise. Pour la plupart, ils souhaitaient bénéficier de services gratuits. Cependant, si un atelier ou service les intéressent, ils sont prêts à assumer une participation financière à coût très modéré.

4.9 Relation des artistes avec d'autres organismes

Aux fins de comparaison, nous avons aussi demandé à quels organismes principaux, les artistes du Regroupement avaient recours, dans le cadre de leur pratique artistique professionnelle, et s'ils étaient associés à d'autres organismes artistiques que le Regroupement : 9) *À quels organismes principaux avez-vous recours dans le cadre de votre pratique artistique professionnelle ? Êtes-vous associé à d'autres organismes artistiques que le Regroupement – RACRPP? Pourquoi ?*

Ils ont cité quelques organismes artistiques principaux : a) le RAAV – Regroupement des artistes en arts visuels du Québec⁴³; b) l'Artère – Regroupement interdisciplinaire d'artistes⁴⁴; c) RAIQ – Regroupement des arts interdisciplinaires du Québec⁴⁵; d) le Réseau Art Actuel – Regroupement des centres d'artistes autogérés⁴⁶; e) la Maison de la culture⁴⁷; f) l'Artothèque⁴⁸. Ils ont commenté que ces organisations facilitent l'exposition des œuvres sur Internet. Parfois même il y a des événements intéressants et des appels de dossiers.

L'importance qu'ils accordent à ces organismes par rapport au Regroupement dépend de leur implication au sein du Regroupement, puisque nous avons interviewé des artistes qui sont davantage en contact avec le Regroupement, et d'autres, moins. Pour tenter de comprendre la réalité des artistes visuels à Montréal et le rôle d'autres organismes artistiques, nous avons participé le 17 juin 2013, à une présentation du RAAV et de l'Observatoire de la Culture⁴⁹, où plusieurs questions étaient discutées, portant principalement sur la problématique de la précarité des métiers artistiques, le manque de revenus, et la pluriactivité.

Quelques artistes du Regroupement ont soulevé la question du contact avec d'autres artistes, comme aspect positif des organisations, puisque une grande partie du travail artistique se fait en isolement dans un atelier. Pouvoir partager leurs expériences ainsi que leurs préoccupations avec d'autres artistes de la même discipline artistique ou d'autres, étaient souvent décrit comme des expériences positives de partage. De plus, ils ont souligné que le travail artistique est un

⁴³ 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. Site : http://www.raav.org/pls/htmldb/f?p=105:99:0::NO::P99_IM:91

⁴⁴ Regroupement qui propose un site d'aide aux artistes qui vise à rendre accessible l'information nécessaire au développement professionnel des artistes de la relève. Il se dédie aux arts de la scène, arts du cirque, arts médiatiques, arts visuels, danse, littérature, métiers d'art, et musique. Voir sur le site : <http://www.artere.qc.ca/fr/partenaires.php?page=partenaires>

⁴⁵ Organisme à but non lucratif qui rassemble et représente les compagnies, les diffuseurs et les artistes œuvrant en arts interdisciplinaires au Québec. Il a pour mandat la défense des intérêts professionnels et l'amélioration des conditions socio-économiques de ses membres. Voir le site : <http://raiq.ca/>

⁴⁶ Le Réseau ArtActuel représente 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. Voir leur site au : <http://www.rcaaq.org/>

⁴⁷ La Maison de la culture est un service géré par la Ville de Montréal pour la promotion de la culture et la diffusion d'événements culturels gratuits. Voir <http://www.arrondissement.com/montreal/maisondelacultureosemontpetitepatrie>

⁴⁸ L'Artothèque est une bibliothèque d'œuvres d'art, membre de la Société des musées québécois, qui effectue des locations d'œuvres d'art. Voir sur le site : <http://www.artotheque.ca/>

⁴⁹ Auditoire de l'Église de Gesù au 1200 rue de Bleury à Montréal.

processus créatif et pourtant, l'artiste a besoin d'échange d'idées et des visions différentes qui nourrissent leur démarche.

4.10 Quartiers culturels

Notre dernière question portait sur le quartier culturel, à savoir quelles contributions les artistes faisaient à leur quartier, ce qui leur manquait et leur propre définition du quartier culturel : 10) a) *Pour vous, qu'est-ce que c'est un quartier culturel?* B) *Qu'est-ce qu'il manque dans votre quartier? Comment pouvez-vous contribuer à la vie artistique de votre quartier?* Ils ont répondu que selon eux, un quartier culturel est : a) un quartier qui met en valeur la production culturelle de tous les artistes; b) qui montre l'importance et la contribution de l'artiste à la communauté; c) où les arts se rencontrent; d) où les arts rencontrent le peuple.

Ici, nous revenons à l'importance de la notion de « quartier culturel » et la contribution des artistes à leur ville et à leur communauté. En ce qui concerne de développement urbain, les artistes fournissent une contribution économique et sociale importante à la ville (Markusen et King 2003). Les métiers de production artistique comme les peintes et les danseurs, et les métiers de médiation artistique – curateurs, marchands, galeristes, commissaires-priseurs... – sont des acteurs directs et indirects de l'urbanisation qui contribuent ainsi à l'économie culturelle et touristique de leur ville (Markusen et al. 2008). Ils contribuent également au développement urbain des quartiers appelés « artistiques ». Plusieurs quartiers se sont développés grâce à la proximité d'ateliers d'artistes, de galeries, de maisons de ventes aux enchères, de théâtres, de musées, de studios de danse...et de « lieux de rassemblement d'artistes » comme les cafés et les bars, proches des ateliers, des écoles d'art, d'espaces d'exhibitions et de vie bohème (Markusen et King 2003).

Dans le cas des artistes du Regroupement, il nous semble que leur choix de résider dans le Rosemont-Petite-Patrie n'a pas été fait grâce à la proximité à des pôles artistiques de Montréal (comme le Mile-End, par exemple) mais à cause du prix modique des immeubles, dans un quartier ouvrier avec une bonne qualité de vie, qui se revitalise en ce moment grâce à la

Promenade Masson⁵⁰, un lieu de rencontre dans le quartier qui prend une partie de la Rue Masson (entre la Rue d'Iberville et le Boulevard Saint-Michel), une artère commerciale importante. Le prix modique des immeubles est un facteur qui facilite l'attraction des artistes et influence le développement de quartiers culturels, comme le commentent d'ailleurs Lee et Rodriguez-Pose (2013).

En conséquence, développer des stratégies pour soutenir la production artistique d'un quartier c'est aussi soutenir le développement de « villes créatives ». Avec l'investissement public en partenariat avec le secteur privé pour la construction d'ateliers communautaires, d'espaces de création interactifs et multifonctionnels, d'espaces d'exposition et d'inclusion de l'art dans le design urbain, les artistes peuvent éviter le chômage et la retraite anticipée. Selon Markusen et al. (Markusen et al. 2006), les artistes sont plus enclins à habiter des quartiers populaires. Ces quartiers populaires, proches des centres villes, favorisent un meilleur accès aux écoles d'art, aux espaces d'exposition et de spectacle, aux ateliers, aux studios et offrent des logements à prix abordables, favorisant ainsi un style de vie bohème (Markusen et al. 2006, 1930).

Il est clair que le quartier Rosemont – La Petite-Patrie est un quartier en changement, héritier d'un passé industriel et qui renaît grâce à la réhabilitation de plusieurs bâtiments vides transformés en lofts et en bureaux, comme le Technopole Angus⁵¹ et les Ateliers municipaux de Rosemont⁵². Le manque d'espaces de rencontres semble à la source du problème de réseautage culturel dans le quartier. Au manque d'opportunités d'interaction sociale entre les artistes et public, s'ajoute l'enjeu économique de pouvoir présenter son travail, sans avoir à en défrayer les coûts. Les répondants croient par ailleurs pouvoir contribuer à la vie artistique de leur quartier à travers deux principaux types d'activité : les ateliers dans les écoles et les activités dans les parcs comme, par exemple, organiser des activités artistiques pour les enfants les dimanches au parc Rosemont. Dans ce contexte, le Regroupement pourrait promouvoir des activités artistiques dans le quartier, visant à inclure les nouveaux résidents comme les jeunes professionnels et leurs familles.

⁵⁰ A voir <http://ruemasson.com/>

⁵¹ Voir <http://www.technopoleangus.com/>

⁵² Voir des nouveaux projets pour les anciens Ateliers municipaux de Rosemont au http://imtl.org/Atelier_Rosemont/

CHAPITRE 5 : DISCUSSION

La littérature nous montre qu'effectivement, les artistes travaillent dans des conditions précaires à cause des bas revenus générés par leur art, le manque de notoriété, le manque de techniques de vente, et jusqu'à un certain point, leur propre mépris ou indifférence pour les aspects commerciaux du métier. Ces défis ont été confirmés par notre recherche empirique avec le Regroupement, puisque les artistes nous ont affirmé être à la recherche de plusieurs façons possibles pour promouvoir leur art, relevant l'insuffisance de savoir-faire pour attirer un nombre important de collectionneurs.

5.1 Suggestions

En plus de leurs besoins immédiats en matière de développement des compétences professionnelles, notamment pour l'accès aux collectionneurs, les artistes ont exprimé quelques souhaits à plus long terme⁵³ que le Regroupement pourrait éventuellement combler, à savoir : a) organiser des activités avec des artistes dans les écoles; b) organiser des activités artistiques dans des maisons de retraite pour les aînés; c) voyages en groupe pour l'inspiration et la production artistique; d) organisation de vernissages collectifs à la Ville de Québec, à Toronto et aux États-Unis; e) organisation de célébrations des fêtes nationales, ou des journées de la culture. Ces réponses montrent que les artistes veulent être plus impliqués dans des activités sociales et fédérer des rassemblements.

Pour faire écho à notre recension de littérature et à nos propres recherches de terrain, et afin d'offrir des services correspondant aux réels besoins de nos répondants, nous avons soumis quelques suggestions⁵⁴ aux membres du comité administratif du Regroupement afin d'offrir plus de services aux artistes visuels, comme par exemple : a) organiser des rencontres périodiques des artistes dans un café à prix modique; b) organiser des activités artistiques dans des entreprises, restaurants, hôpitaux, lieux publics, etc., pour faciliter l'accès des artistes aux clients et aux collectionneurs; c) faciliter la collaboration entre artistes de différents milieux comme les

⁵³ Voir Annexe 4 pour le tableau synthèse des souhaits à long terme.

⁵⁴ Voir Annexe 5 pour le tableau synthèse des suggestions.

photographes et les peintres, les sculpteurs et les danseurs, en vue de développer un réseau coopératif; d) organiser des soirées au cinéma pour faciliter le réseautage; e) organiser des événements d'échange avec des artistes d'autres regroupements ou d'autres quartiers; f) organiser des 5 à 7 (pendant la semaine) avec des artistes de différents milieux. À cause du manque de financement, nous faisons la suggestion que le Regroupement commence à charger des frais d'adhésion et peut-être un forfait annuel pour pouvoir offrir plus d'options de réseautage et de contacts avec des galeries, tant au niveau national qu'international, ainsi que de l'aide pour les questions administratives.

5.2 Critique des artistes

Après notre analyse sur le terrain, il est clair que les artistes visuels qui habitent à Montréal font face à des défis majeurs, par rapport à leur pratique artistique professionnelle. Cependant, quelques artistes se sont questionné sur le travail du Regroupement qui selon eux, devrait cibler un seul milieu artistique au lieu de travailler dans plusieurs secteurs d'activités. Si, d'une part, la question de mélange de métiers peut poser un défi pour la gestion administrative et la promotion des activités du Regroupement, d'autre part, il est incontestable qu'une des forces du Regroupement est d'avoir su rassembler plusieurs pratiques artistiques différentes.

Par contre, d'autres artistes interviewés ont critiqué la question du manque de distinction entre les activités visant les artistes amateurs et celles visant les professionnels. Le manque de distinction entre professionnels et amateurs pourrait expliquer la faible implication des professionnels dans les activités du Regroupement.

5.3 Le développement de compétences

D'après une première analyse sur les besoins immédiats des artistes visuels membres du Regroupement, les artistes démontrent plus d'urgence dans des questions du travail artistique et de stratégies de promotion de leurs œuvres. Quelques préoccupations étaient citées souvent comme : a) plus de possibilités de vernissages; b) ateliers de formation en marketing; c) ateliers de formation en vente; d) stratégies de positionnement sur Internet; e) aide à la préparation de

portfolios; f) rédaction de demandes de subvention; g) ateliers de travail; h) assistance d'un photographe professionnel; et i) atelier Photoshop. Les artistes ont cité l'accès à des collectionneurs comme étant leur priorité, mais ils voulaient être aussi capables d'améliorer leurs propres compétences par rapport à des demandes de subvention et de nouveaux outils comme l'Internet.

La demande des artistes du Regroupement par rapport au développement de leurs compétences de travail vient confirmer une tendance du monde du travail créatif. La précarité du métier fait qu'il y a beaucoup de travail informel, partiel, de stages et de travailleurs autonomes (Indergaard, Pratt et Hutton 2013, 3). Plusieurs travailleurs créatifs travaillent longtemps comme *freelancers* et pourtant, ils ont besoin de plusieurs options de travail, d'employeurs potentiels et de plusieurs compétences pour pouvoir rester compétitifs (Pratt 2008a, 35). Plus souvent, ces créatifs se trouvent en situation de multiactivité puisqu'ils travaillent dans des métiers connexes (ou non) à leur métier artistique. Les artistes du Regroupement ayant participé à cette étude, disposent presque tous d'un autre emploi mais restent passionnés d'art. Ils expriment leur désir de s'y consacrer entièrement et à temps plein. Même ceux qui travaillent dans des métiers connexes souhaitent travailler dans l'art (photographie artistique et non commerciale, peinture à la place de webdesign, etc.). Leur revenu artistique reste néanmoins insuffisant. Peut-être s'ils avaient les compétences nécessaires, ils se dédieraient plus à l'art. Par contre, quelques artistes ont critiqué la question d'avoir des artistes amateurs et artistes professionnels dans le Regroupement car leurs besoins sont différents.

5.4 Nouveaux marchés

Une façon par le Regroupement de devenir plus important dans la vie des artistes de Rosemont – La Petite-Patrie serait de négocier un partenariat avec un marchand d'art ou d'effectuer ce travail de représentation d'un collectif d'artistes sur le marché afin d'offrir plus d'opportunités de contacts avec des collectionneurs à l'étranger. Il est vrai que quelques artistes ont eu des mauvaises expériences avec des intermédiaires – marchands, galeristes – mais le Regroupement a la possibilité de chercher un intermédiaire de qualité par son réseau de

contacts à cause de son importance comme organisme communautaire (au contraire d'un artiste indépendant).

Une particularité des artistes visuels à Montréal consiste en leur localisation géographique : entre l'Europe et les États-Unis, de même que la question linguistique. Plusieurs d'entre eux ont mentionné l'anglais comme la langue la plus utilisée dans les affaires dans le marché de l'art. Ils travaillent surtout en français parmi la communauté francophone mondiale parce qu'ils ont accès principalement aux collectionneurs francophones. Cependant, même s'il y a 77 pays-membres de la Francophonie⁵⁵, les artistes privilégient le contact avec des galeries en France, en Belgique et en Suisse. Ce qui n'est, peut-être, qu'une question de perspective de ventes auprès du marché européen francophone, ou une question de proximité linguistique. Cependant, cette posture ignore les possibilités d'exploiter les collectionneurs potentiels de la Russie⁵⁶ ou de la Chine⁵⁷ par exemple, qui sont souvent très intéressés pour collectionner des œuvres d'artistes nord-américains.

Quelques-uns qui parlent l'espagnol ont déjà établi des contacts avec des galeries en Amérique Latine. D'autres par leurs liens familiaux, ont déjà exposé dans des pays du Maghreb et de l'Europe du l'est. L'Asie n'a pas été mentionnée. Les artistes montréalais ont exprimé beaucoup d'intérêts pour développer leur réseau de contacts auprès de galeries à la Ville de Québec, au Canada anglophone, et aux États-Unis.

5.5 Soutenir la culture dans son quartier

Les artistes interviewés relatent le manque de temps – famille, travail, pratique artistique – pour la préparation d'activités dans leur quartier, conjuguée au manque de revenu ou de soutien de l'achat de matériaux artistiques afin de réaliser des activités auprès du public. Une suggestion donnée par les artistes du Regroupement serait d'avoir un concours avec des prix ou des

⁵⁵ Voir l'Organisation internationale de la Francophonie sur le site : www.francophonie.org

⁵⁶ Voir article sur les nouveaux collectionneurs russes sur le site : <http://observer.com/2014/10/comrades-in-contemporary-art/>

⁵⁷ Voir article sur les collectionneurs chinois : <http://www.wsj.com/articles/chinese-art-buyers-collect-works-overseas-the-peoples-money-1417110819>

bourses pour le développement du quartier, dans lesquels ils pourraient utiliser leur talent pour améliorer la production artistique et la promotion culturelle du quartier.

Nous avons remarqué que dans notre recherche avec le Regroupement, les artistes veulent être impliqués dans l'amélioration de leur quartier, mais ils manquent de temps et d'incitatifs. Cette recherche scientifique pouvait servir de base pour le développement du quartier et des politiques d'aide aux artistes de la région de Montréal.

5.6 Contribution sociale et économique des artistes

La contribution sociale et économique des artistes est difficile à prouver puisqu'elle est plutôt intangible et « caché », c'est-à-dire, non mesurable. Cette difficulté crée aussi des problèmes pour justifier l'investissement public et privé dans les arts et la culture dans les quartiers, ce qui nous donne plus d'indices sur les défis du Regroupement pour obtenir du financement.

Revenant à la question de la multiactivité, Taylor et Littleton font une étude sur les métiers artistiques considérant que, même avec ses différences respectives, les métiers de l'art de la scène et les métiers des arts visuels sont tous les deux considérés comme précaires (Taylor et Littleton 2008). Ils démontrent qu'en général, les artistes ne peuvent pas se permettre de vivre seulement de leur métier artistique et pourtant, les artistes multiplient leurs sources de revenus afin de subsister. Ces « petit-boulots » sont souvent comptabilisés dans d'autres industries. L'utilisation de leur talent dans des métiers connexes (ou non) à leur activité artistique et la difficulté à l'identifier et mesurer son impact économique est aussi commenté par Ann Markusen et David King (2003).

Plusieurs artistes cumulent d'autres activités professionnelles, tels les danseurs professeurs de Pilates ou physiothérapeutes, les peintres webdesigners ou enseignant et les musiciens auxiliaires de studios de musique ou professeurs de conservatoires (Markusen et King 2003, 17-19). Parfois ils sont aussi serveurs, charpentiers, baby-sitters, etc., c'est-à-dire : tous les métiers dits « flexibles » qui leurs laissent du temps pour les auditions, l'entraînement, les répétitions, ou la production artistique d'un atelier. Or, la concentration d'artistes dans une ville peut non

seulement améliorer l'offre culturelle pour la population locale et le tourisme, mais peut aussi contribuer considérablement à l'économie d'une région, grâce au réseau d'autres types de travail informel « infiltrés » par les artistes. À cela s'ajoute leur contribution économique à titre de consommateurs de produits et services divers dans la ville (Markusen et King 2003).

Ainsi, pour évaluer la contribution des artistes à l'économie locale, il faut donc considérer l'ensemble des réseaux d'activités au sein desquels les artistes sont impliqués dans la ville (Markusen et al. 2008, 33-37). Dans notre travail avec le Regroupement, même si nous avons réalisé seulement dix entretiens, leurs réponses permettent d'identifier les défis majeurs que rencontrent la pratique artistique à Montréal, leur contribution sociale et économique et leur relation avec leur quartier.

5.7 Limitations

Le fait d'avoir réalisé seulement dix entretiens avec les artistes du Regroupement constitue une limite importante à cette étude. L'échantillon n'est pas représentatif de l'ensemble des artistes à Rosemont – La Petite-Patrie. Le fait d'avoir commencé notre recherche de terrain pendant la période estivale à Montréal à cause de l'attente de notre Certificat d'éthique a considérablement restreint notre démarche afin de contacter plus de répondants potentiels. De plus, le déménagement du siège social du Regroupement⁵⁸ a entraîné aussi des retards dans la présentation des résultats. L'activité de transfert de connaissances en milieu de pratique, ayant dû être décalée, il est possible que l'impact sur le milieu en ait été affaibli d'autant. Nous avons finalement choisi de réaliser deux transferts plutôt qu'un seul, l'un pour le comité administratif, et l'autre pour l'ensemble des artistes, permettant deux retours différents sur notre travail.

5.8 Transfert de connaissances en milieu académique

Le transfert de connaissances en milieu académique a été réalisé le 06 décembre de 2013, lors du Colloque LASTT – Laboratoire Art et Société, Terrains et Théories réalisé avec le soutien de

⁵⁸ Depuis 2014, le Regroupement a déménagé du 5350 rue Lafond au 777 rue de Bellechasse, à Montréal.

la Chaire Fernand-Dumont sur la culture à l'INRS – Centre Urbanisation, Culture et Société au 385 Rue Sherbrooke Est à Montréal.

Le titre du colloque était : « Le monde culturel : Regards théoriques, empiriques et critiques ». Il portait sur la thématique de la culture et de sa contribution sociale. Les conférenciers ont discuté les thèmes de la sociologie culturelle, des médias, de la musique francophone et anglophone, du *bioart* et la relation art/science, de l'art et l'espace public, de la Biennale de Venise, ainsi que du lien intergénérationnel et de la transmission culturelle, des quartiers artistiques en Chine, et d'autres sujets. Plusieurs professeurs, chercheurs et étudiants de l'INRS étaient présents, tout comme d'étudiants et des professeurs d'autres institutions nationales comme l'Université du Québec à Montréal, l'Université du Québec à Trois Rivières, l'HEC Montréal, l'Université McGill, l'Université Concordia à noter également la présence d'entités universitaires internationales comme l'Université Yale et l'Université Rennes II.

La présentation de ce rapport a suscité de la curiosité de la part des chercheurs dans le domaine de la culture à cause de son analyse sur le portrait des artistes de Rosemont – La Petite-Patrie, le travail du Regroupement, en ouvrant notamment sur la compréhension de la réalité des métiers artistiques à Montréal. Une autre question soulevée était l'investissement dans les « vrais » quartiers culturels (où habitent les artistes), par opposition au développement de pôles artistiques plus touristiques comme la Place des Arts. Cette question a aussi été soulevée par les artistes interviewés du Regroupement ainsi que par les membres de son comité administratif. Selon eux, l'investissement dans le Quartier des spectacles devrait être distribué dans les quartiers de la ville comme Rosemont-Petite-Patrie pour en faire bénéficier les artistes montréalais.

5.9 Transfert de connaissances en milieu de pratique 1

La première activité de transfert de connaissances a été réalisée comme une présentation en profondeur pour le comité administratif du Regroupement (Mesdames Lyette Archambault, Mireille Gaudet et Marie-Lyne Verret). Nous avons présenté les grandes lignes de la recherche, notre démarche académique, la méthodologie appliquée, la sélection des artistes du

Regroupement et les résultats de la recherche, ainsi que nos recommandations pour l'amélioration des services du Regroupement⁵⁹.

Cette présentation a eu lieu le 21 février 2014 (à cause du déménagement du siège social du Regroupement et des conflits d'horaires) et a duré deux heures, comptant la présentation de la recherche de la stagiaire ainsi que les échanges avec le comité administratif du Regroupement. Le comité administratif était surpris et heureux de l'aboutissement du projet ainsi que des résultats de de la recherche. Plusieurs questions ont été posées pendant les deux heures de présentation, comme celle de la précarité des métiers artistiques, phénomène mondial (non exclusif du Québec), la contribution des artistiques au concept de « villes créatives », l'utilisation de la créativité et le style de vie bohème des artistes pour augmenter la visibilité d'un quartier et promouvoir la gentrification, la tendance du travail par projet, entre autres.

Quelques sujets semblaient plus importants pour les actions du Regroupement, à court terme, comme par exemple : organiser des ateliers de formation en vente ou en informatique, voyages en groupe créations d'avantage d'occasions de réseautage. Mais par rapport aux changements et à la proposition de nouvelles opportunités d'exposition pour les membres du Regroupement, il faut souligner que pour l'instant, les artistes membres ne donnent aucune contribution financière (mensuelle ou annuelle) pour le Regroupement, à part la charge de frais symboliques qui couvrent seulement les coûts pour quelques activités spéciales, comme l'exposition Via Capitale ou d'autres. Il est difficile aujourd'hui pour le Regroupement de travailler seulement avec l'aide des subventions publiques. Par contre, depuis le début de 2014, le Regroupement a un nouveau siège social (777 rue de Bellechasse) qui permet plus d'échanges entre les artistes avec un espace pour des présentations, discussions et un bureau pour l'administration. Avec ces nouveaux changements, le Regroupement est en voie d'améliorer ses services à la population de l'arrondissement Rosemont-Petite-Patrie. Nous n'avons aucun doute que l'avenir saura mettre en œuvre plusieurs améliorations dans ses services.

Un aspect positif de la présentation était le constat par les artistes interviewés des activités déjà mises en place par le Regroupement pour le rayonnement de Rosemont – La Petite-Patrie comme le Parcours M, l'exposition Via Capitale et le Rendez-vous culturel. Un autre point

⁵⁹ Pour la présentation au Regroupement, voir Annexe 6.

souvent abordé par les artistes était le professionnalisme des membres du Regroupement par rapport à leur connaissance sur les divers métiers artistiques et leurs besoins spécifiques. De plus, les artistes ont souvent cité l'appui et le mentorat de l'équipe du Regroupement par rapport aux appels de dossiers, bourses et concours. Les membres de l'administration du Regroupement ont beaucoup d'expérience dans les arts et la culture en tant qu'artistes, mais aussi en tant que travailleurs culturels. Ils utilisent leur connaissance professionnelle pour aider les artistes membres du Regroupement.

5.10 Transfert de connaissances en milieu de pratique 2

La deuxième activité de transfert en milieu de pratique a été faite le 24 février 2014, avec la présence du responsable du stage et président du Regroupement Monsieur Vincent Magnat, les membres du comité administratif et d'autres artistes membres du Regroupement.

Cette deuxième activité de transfert de connaissances comportait une présentation Power Point de la démarche et des résultats de la recherche (dix minutes) ainsi qu'une période d'échanges de (quinze minutes). Nous avons eu finalement autour d'une heure trente de conversations informelles, avec quelques précisions sur la recherche et les besoins des artistes identifiés dans les entretiens, totalisant environ deux heures de transfert.

Le manque d'implication de plusieurs des artistes dans les activités du Regroupement et leur éventuelle contribution financière aux services demandés (formations techniques, outils de gestion, voyages) sont les questions qui ont suscité le plus de commentaires. D'un côté, les artistes interviewés demandent plus de services du Regroupement, mais ils ne veulent pas contribuer financièrement pour avoir accès à des ateliers de formation, d'activités de réseautage ou de voyages. Quelques artistes ont aussi révélé dans leurs entretiens qu'ils ne s'impliquent pas plus aux activités du Regroupement parce que cet organisme ne fait pas de distinction entre des artistes professionnels et des artistes amateurs. Ainsi donc, les artistes professionnels préfèrent s'impliquer davantage dans d'autres organisations.

Cependant, le Regroupement a déjà mis en place quelques changements après notre recherche. Le déménagement au nouveau siège social du Regroupement offre plus de place pour le réseautage comprenant des activités artistiques et des soirées de rencontre. Une autre demande des artistes est le réseautage avec des artistes d'autres domaines. Cela sera plus facile à organiser maintenant, vu que le Regroupement partage son espace avec d'autres organisations culturelles. Ils espèrent avoir ainsi plus d'implication bénévole de la part de leurs membres dans le futur. Comme ces changements étaient déjà prévus avant notre intervention, notre étude vient confirmer les besoins des artistes déjà pressentis par l'administration du Regroupement. Nous espérons que notre étude a servi à élargir leur vision sur les métiers artistiques et sur les besoins de leurs membres.

5.11 Transfert de connaissances : difficultés et remarques

Plusieurs difficultés se sont fait jour, au cours de notre projet. Premièrement, l'approbation du certificat d'éthique par le comité d'éthique de l'INRS a déclenché plusieurs problèmes qui pourraient être évités. Nous avons déposé la demande du certificat le 28 mai 2013. Après plusieurs demandes de corrections et précisions, nous avons reçu l'approbation le 24 juillet 2013. Avoir reçu le certificat d'éthique durant la période estivale à Montréal nous a posé d'énormes défis de recrutement de nos répondants. De plus, il aurait été nécessaire de pouvoir faire la transcription des entretiens et l'analyse des entretiens dès l'été 2013 plutôt qu'en automne, la stagiaire étant alors engagée dans d'autres projets. Ce retard a occasionné un affaiblissement du lien de confiance du milieu de stage vis-à-vis de la stagiaire, ainsi qu'une certaine perte de crédibilité qu'il aura été difficile à regagner.

CONCLUSION

Être artiste rime avec plaisir, élégance, créativité et une vie de bohème éprise de liberté et de glamour. C'est être en contact avec sa sensibilité esthétique, être dans l'air du temps. Plusieurs croient que le métier d'artiste est un don des Dieux. Malheureusement, cette image idéalisée est éloignée de la vie réelle des artistes. Ceux-ci sont, en général, des personnes qui travaillent beaucoup et pour la grande majorité, sans reconnaissance ni rémunération à la hauteur de leur talent. La précarité de leur métier les empêche d'avoir une vie digne de sécurité matérielle et un statut social, abouti même après des années d'efforts et d'études. Ils ont de multiples occupations afin d'assurer leur subsistance et le soutien de leur passion : l'art.

Cependant, les artistes sont heureux d'échanger tous les sacrifices que la vie artistique impose pour des heures passés pour le perfectionnement de leur technique, le plaisir de la production d'une œuvre d'art et quelques moments de notoriété éphémères sur scène ou dans un vernissage, quand ils se transforment en « stars ». Mais comme la gloire est éphémère et qu'elle ne paye pas le loyer, il faut que l'artiste réfléchisse à ses besoins présents ainsi qu'à son avenir. Après les années de la jeunesse, la vie devient dure car la santé décline et s'accumulent les responsabilités. La célébrité est un élixir. Dans la vie réelle, la notoriété doit se transformer en sécurité matérielle pour l'artiste et sa famille.

Les arts peuvent créer des opportunités multiples de contribution économique des artistes pour leurs communautés et leurs villes. Ils sont aussi des acteurs du développement urbain. Ils contribuent à la croissance économique de la ville par leur métier avec d'autres connexes, ils augmentent le tourisme et le développement des quartiers. Dans l'Économie du savoir, les compétences développées par les industries artistiques sont de plus en plus demandées, puisque le travail créatif est reconnu comme étant un travail hautement innovateur, adaptable et multiculturel. L'ingéniosité de l'artiste s'applique non seulement à son œuvre, mais aussi à son mode de vie adaptable et bohème.

La recherche auprès des artistes visuels du Regroupement Arts Culture Rosemont-Petite-Patrie à Montréal nous a montré la dure réalité des métiers artistiques, mais aussi ses récompenses.

Le plaisir et la réalisation personnelle de ces artistes se sont transposés dans les entretiens. Leur joie et leur autoréalisation transparaissent dans notre recherche notamment, quand les artistes étaient dans leurs ateliers à parler de leurs œuvres et même quand ils expliquaient les difficultés de leur métier. Les entretiens étaient très riches en informations et les artistes étaient très généreux avec leurs temps et dans leurs réponses. C'était une expérience très enrichissante pour nous, non seulement au niveau professionnel mais aussi personnel. Nous avons découvert l'univers des artistes montréalais, leurs inquiétudes, leur style et leur talent.

Nous avons discuté la question de la précarité des métiers artistiques, des défis de la multiactivité, de la contribution des artistes à la ville et nous avons fait une analyse des outils de carrière des artistes contemporains, comme le réseautage et l'utilisation des nouvelles technologies, par exemple. Au long de notre recherche, nous avons constaté que le travailleur artistique du XXI^{ème} siècle est très indépendant. Il profite de tous les moyens disponibles pour la vente et l'exposition de son art, comme les marchands, galeries, musées et organismes communautaires, mais aussi le multimédia et l'organisation d'expositions indépendantes. Il n'a pas le choix, c'est une question de survie. L'artiste aujourd'hui utilise les lieux publics, les foires, les expositions individuelles et collectives, les maisons de ventes aux enchères, les restaurants et les cafés pour exposer ses œuvres, se faire connaître et attirer plus de collectionneurs. Il utilise en outre, les avancées technologiques pour la démocratisation, l'exposition et la vente de son art, notamment par Internet.

Pourtant, nous pouvons dire que l'artiste circule avec aisance et flexibilité entre le milieu artistique et les collectionneurs, essayant de ne pas compromettre son art ou son image avec l'un ou l'autre monde. Inconstants par nature, les métiers artistiques s'adaptent constamment aux changements des mouvements artistiques et esthétiques, suivant ainsi les réalités économiques. L'artiste est toujours angoissé par la quête de « sens » dans sa vie et dans son travail, puisque son art doit toujours être novateur. Rompre avec les paradigmes : telle est la fonction de l'artiste contemporain. Les artistes visuels de Rosemont-Petite-Patrie sont un bel exemple de cette nouvelle Société du savoir, où le savoir-faire est utilisé au profit de la société. Il faut qu'ils aient le soutien nécessaire pour continuer à nous faire rêver.

ANNEXE 1 : GUIDE D'ENTREVUE

1) Présentation générale de l'artiste. a) Quand avez-vous commencé votre carrière artistique? b) Comment définissez-vous votre démarche artistique?

2) Est-ce que vous avez d'autres métiers connexes (ou non) avec votre carrière artistique?

3) Quels sont vos principaux besoins en matière de développement de votre métier ou de gestion de votre carrière?

4) Comment assurez-vous l'exposition de votre art et la promotion de vos œuvres?

5) Comment trouvez-vous des acheteurs pour vos œuvres? Travaillez-vous avec une galerie ou un marchand? Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi pas?

6) Est-ce qu'il y a des compétences que vous souhaitez développer pour mieux gérer votre carrière artistique?

7) Êtes-vous à l'aise avec la technologie? Est-ce que vous avez un site Web, une page Facebook... Qui gère votre site? À quelle fréquence faites-vous la mise-à-jour de vos pages Internet?

8) a) Quel est votre lien avec le Regroupement? b) Quels sont les services que vous aimeriez que le Regroupement vous offre? Quel investissement êtes-vous prêt à faire pour ces services?

9) À quels organismes principaux avez-vous recours dans le cadre de votre pratique artistique professionnelle ? Êtes-vous associé à d'autres organismes artistiques que le Regroupement – RACRPP? Pourquoi ?

10) a) Pour vous, qu'est-ce que c'est un quartier culturel? b) Qu'est-ce qu'il manque dans votre quartier? Comment pouvez-vous contribuer à la vie artistique de votre quartier?

ANNEXE 2 : RENDEZ-VOUS CULTUREL 2013

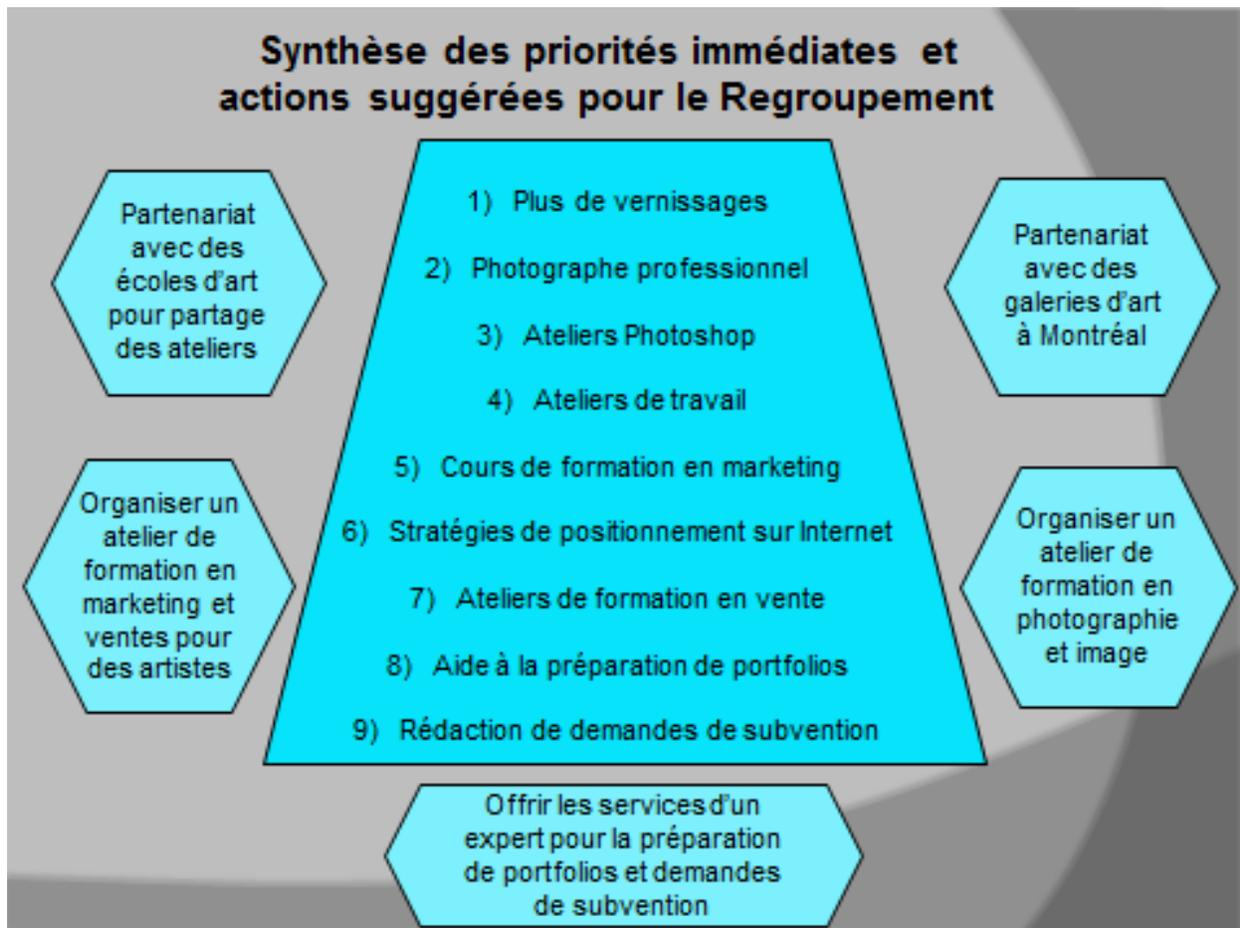


Chaussure décorée 1, artiste anonyme (Photo : Lilian Marques)

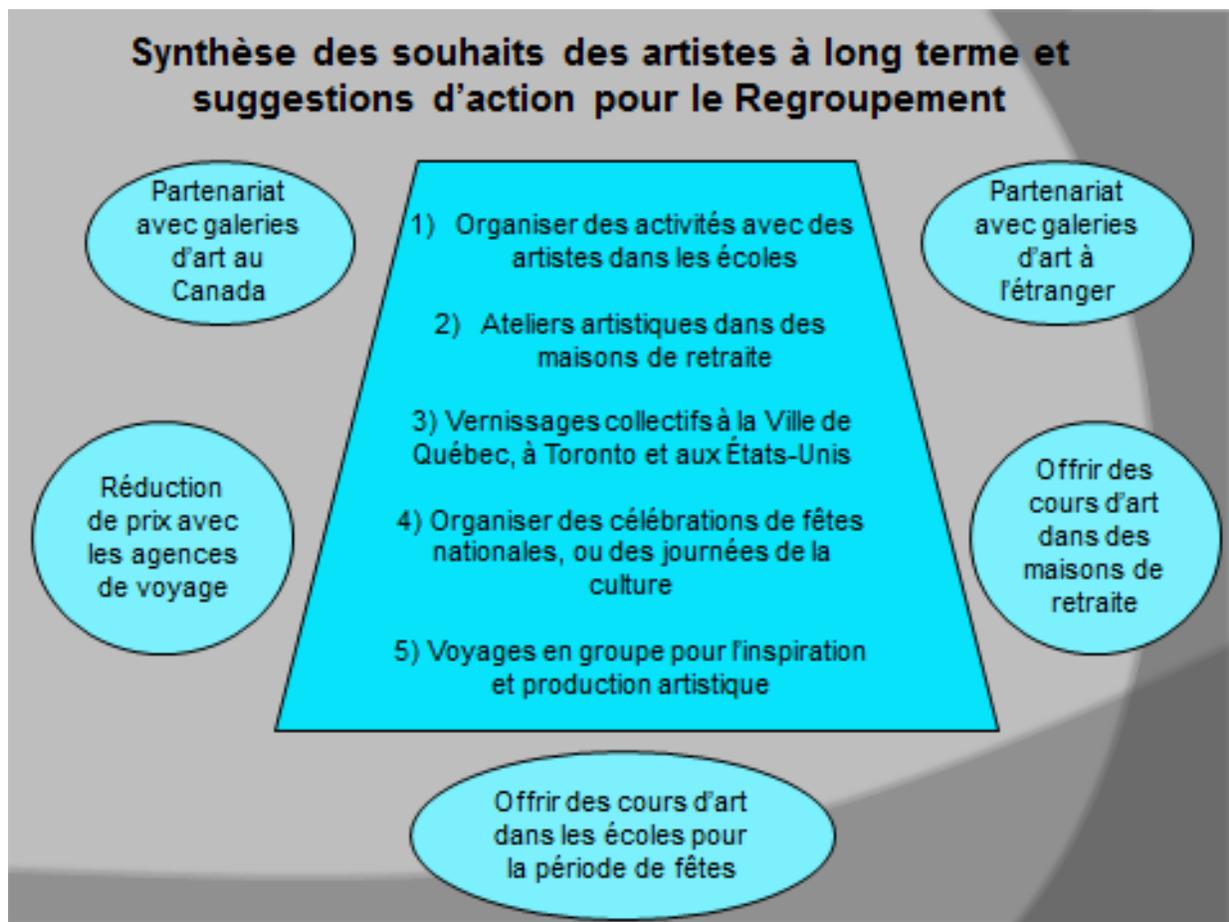


Chaussure décorée 2, artiste anonyme (Photo : Lilian Marques)

ANNEXE 3 : TABLEAU SYNTHÈSE DES BESOINS DES ARTISTES



ANNEXE 4 : TABLEAU SYNTHÈSE DES SOUHAITS À LONG TERME



ANNEXE 5 : TABLEAU SYNTHÈSE DES SUGGESTIONS

Synthèse de quelques suggestions d'activités pour le Regroupement

- 1) Rencontres périodiques des artistes dans un café avec réduction de prix
- 2) Échange entre artistes d'autres regroupements et quartiers
- 3) Projets de collaboration entre artistes: photographes + peintres, sculpteurs + danseurs
- 4) Activités artistiques dans des entreprises, restaurants, hôpitaux, lieux publics... pour faciliter l'accès aux clients et collectionneurs
- 5) Des 5 à 7 avec des artistes de différents milieux
- 6) Soirées de films pour le réseautage en partenariat avec des cinémas du quartier

ANNEXE 6 : PRÉSENTATION AU REGROUPEMENT

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DE LA RECHERCHE QUALITATIVE AVEC DES ARTISTES VISUELS

REGROUPEMENT ARTS ET CULTURE ROSEMONT-PETITE-PATRIE - RACRPP

Recherche réalisée dans le cadre d'un stage au RACRPP

Maîtrise Pratiques de Recherche et Action Publique - INRS
Lilian Marques

Le 21 février 2014

Présentation

- ⦿ 1) Objectif
- ⦿ 2) Cadre théorique
- ⦿ 3) Les entrevues et le profil des artistes
- ⦿ 4) Guide d'entrevue et présentation des résultats
- ⦿ 5) Priorités immédiates
- ⦿ 6) Souhaits des artistes à long terme
- ⦿ 7) Suggestions pour le Regroupement
- ⦿ 8) Conclusion
- ⦿ 9) Bibliographie

Objectif de la recherche

- L'objectif de cette recherche est d'établir les conditions de travail et les défis professionnels que vivent les artistes du quartier Rosemont-Petite-Patrie à Montréal
- Nous espérons proposer des solutions permettant au Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie de mieux aider les artistes visuels

Cadre théorique

- Le réseautage est le moyen plus efficace et reconnu pour les artistes pour développer leur métier (Coulson, 2012).
- L'emploi artistique est souvent un travail sporadique, où il y a un manque de revenu. L'artiste doit « voir » et « être vu » en faisant la promotion de soi, pour qu'il aye des nouvelles opportunités de travail (Eikhoff & Haunschild, 2006).
- La précarité des conditions de travail des artistes les entraînent à adopter une attitude d'entrepreneur et à combiner leur travail artistique ou non (Ellmeier, 2003).
- La difficulté du travail artistique les amène à adopter des stratégies de gestion de carrière. Travailler en coopération avec d'autres artistes semble être une bonne stratégie (Hausmann, 2010).

Cadre théorique (suite)

- Le travail créatif est de plus en plus en demande. Ce travail est caractérisé par la flexibilité, l'autonomie, l'informalité, le travail intermittent, bas salaires, haute mobilité, et le lien personnel et émotionnel avec le travail. Ces conclusions montrent que les travailleurs créatifs sont un mélange de « travail bohème » et « d'entrepreneuriat » (Pratt & Gill, 2008).
- Markusen *et al.* (2006) analyse que les artistes travaillent dans 3 secteurs :
- A) Le secteur commercial = plus de visibilité, d'opportunités et de retour financier, mais il n'y a pas beaucoup de liberté créative.
- B) Les associations à but non lucratif = opportunité de collaborer avec d'autres artistes, les expériences sont plus enrichissantes esthétiquement et émotionnellement.
- C) Le secteur communautaire = contribution à la vie communautaire et facilite l'affirmation de l'identité politique et culturelle de l'artiste.

Les entrevues

- Les artistes ont été sélectionnés de manière non aléatoire sur la base de leur appartenance au Regroupement. Les entrevues ont été réalisées d'août à octobre 2013.
- 10 artistes visuels ont été interviewés.
- Les entrevues avaient une durée d'environ 1 heure, et ont été enregistrés sur un support électronique, de façon anonyme et en respectant les règles de confidentialité.

Profil des artistes

- L'échantillon comporte 3 hommes et 7 femmes, âgés entre 20 et 50 ans. Huit artistes sont nés au Québec, 2 ont immigré, et ils habitent ou travaillent à Rosemont-Petite-Patrie – secteur Beaubien/Masson. Parmi les artistes, il y a des photographes (2), céramistes (1), peintres (3), sculpteurs (1), dessinateurs (1) et d'autres techniques mixtes (2).
- Les artistes visuels professionnels choisis ont un parcours professionnel artistique reconnu d'expositions dans des galeries d'art ou foires, possèdent un site Internet et sont actifs dans leur profession.

Guide d'entrevue et présentation des résultats

1) *Présentation générale de l'artiste.*

a) *Quand avez-vous commencé votre carrière artistique?*

b) *Comment définissez-vous votre démarche artistique?*

- Les artistes ont une formation collégiale (5) ou universitaire (2 Bac, 3 MA) dans les sciences humaines (beaux-arts, design de mode, design d'intérieur, musique, architecture, droit, marketing, théologie) ou autres (pharmacie, informatique).
- Ils sont actifs dans leur profession et possèdent de 5 à 20 ans d'activité dans le domaine artistique à partir de leur première exposition.
- La plupart des artistes sont autodidactes (8), de style traditionnel (3) ou contemporain (7).

Entrevue et résultats (suite 1)

2) *Est-ce que vous avez d'autres métiers connexes (ou non) avec votre carrière artistique?*

- La plupart des artistes ont un emploi-abris (principal).
- Presque la moitié d'entre eux ont du travail dans des domaines connexes : webdesign, musique, télévision, publicité, enseignement, audio.
- D'autres travaillent dans des métiers plus éloignés : communautaire, domaine médical, informatique.
- Parfois ils cumulent des fonctions dans plus d'un domaine avec leur pratique artistique.

Entrevue et résultats (suite 2)

3) *Quels sont vos principaux besoins en matière de développement de votre métier ou de gestion de votre carrière?*

- ⦿ Besoin d'un marchand pour le côté commercial
- ⦿ Besoin de réseautage avec d'autres artistes
- ⦿ Aide pour les appels de dossiers
- ⦿ Aide technologique : site Internet, Photoshop
- ⦿ Un photographe professionnel
- ⦿ Un atelier de travail

4) *Comment assurez-vous l'exposition de votre art et la promotion de vos œuvres ?*

- ⦿ Les artistes ne travaillent pas avec une galerie à cause des exigences de leurs demandes d'exclusivité et du pourcentage sur la vente (50% en moyenne).
- ⦿ Ils essaient d'exposer dans les Maisons de la culture et répondent aux appels de dossiers (musées, gouvernement). Parfois ils organisent des expositions indépendantes dans des galeries.

Entrevue et résultats (suite 3)

5) *Comment trouvez-vous des acheteurs pour vos œuvres? Travaillez-vous avec une galerie ou un marchand? Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi pas?*

Les artistes préfèrent travailler par:

- ⦿ Appel de dossiers (musées, foires, galeries)
- ⦿ Site Internet
- ⦿ Réseau personnel
- ⦿ Organisations artistiques
- ⦿ Galerie d'art (expositions indépendantes, en général exposition collective)

6) *Est-ce qu'il y a des compétences que vous souhaitez développer pour mieux gérer votre carrière artistique?*

- ⦿ Atelier de formation technique: photos, sites
- ⦿ Atelier de stratégies de positionnement Internet
- ⦿ Atelier de ventes
- ⦿ Atelier sur techniques de Gestion du Temps
- ⦿ Atelier d'anglais (présentation, ventes)

Entrevue et résultats (suite 4)

7) Êtes-vous à l'aise avec la technologie? Est-ce que vous avez un site Web, une page Facebook... Qui gère votre site? À quelle fréquence faites-vous la mise-à-jour de vos pages Internet?

- Pour la plupart, les artistes visuels sont plutôt à l'aise avec la technologie mais ils ont exprimé qu'ils ne font pas la mise-à-jour si souvent. Les réponses ont varié de 1 fois par mois à 1 fois par année.

8) a) Quel est votre lien avec le Regroupement?

- Les artistes ont souvent participé à un événement organisé par le Regroupement ou duquel le Regroupement faisait partie. Les participants ont cité plusieurs points positifs sur le travail du Regroupement à savoir:

- 1) Les expositions Parcours M et Via Capitale
- 2) Bulletin d'information par email
- 3) Le professionnalisme de l'équipe du Regroupement
- 4) Des activités artistiques collectives

Entrevue et résultats (suite 5)

8) b) Quels sont les services que vous aimeriez que le Regroupement vous offre? Quel investissement êtes-vous prêt à faire pour ces services?

Les artistes aimeriez obtenir du Regroupement :

- Aide au marketing pour la promotion de leurs œuvres
- Faciliter l'accès aux clients et collectionneurs
- Aide dans la gestion de la carrière (artistique et l'administrative)
- Un lieu d'exposition d'œuvres gratuit
- Système de collaboration entre artistes
- Accord de réduction du prix de matériels artistiques et l'encadrement
- La question de l'investissement à faire est un point délicat. Pour la plupart, les artistes voulaient des services gratuits, mais si un atelier ou service les intéressent, ils sont prêts à payer des frais.

Entrevue et résultats (suite 6)

9) À quels organismes principaux avez-vous recours dans le cadre de votre pratique artistique professionnelle ? Êtes-vous associé à d'autres organismes artistiques que le Regroupement – RACRPP? Pourquoi ?

- ⦿ RAAV – Regroupement des artistes en arts visuels du Québec
- ⦿ Artère – Regroupement des arts interdisciplinaires du Québec
- ⦿ Réseau Art Actuel – Regroup. des centres d'artistes autogérés
- ⦿ Maison de la culture
- ⦿ Artothèque

- ⦿ Les artistes ont commenté que les organismes artistiques facilitent l'exposition des œuvres sur Internet et parfois il y a des événements intéressants et des appels de dossiers.

Entrevue et résultats (suite 7)

10) a) Pour vous, qu'est-ce que c'est un quartier culturel?

b) Qu'est-ce qu'il manque dans votre quartier? Comment pouvez-vous contribuer à la vie artistique de votre quartier?

Un quartier culturel est...

- ⦿ Un quartier qui mets en valeur la production culturelle de tous les artistes
- ⦿ Montre l'importance et la contribution de l'artiste à la communauté
- ⦿ Où les arts se rencontrent
- ⦿ Où les arts rencontrent le peuple

Je pense qu'il nous manque...

- ⦿ Un lieu où les artistes peuvent se présenter et montrer leur travail sans devoir payer
- ⦿ Des opportunités d'interaction entre les artistes et le public
- ⦿ Un lieu qui favorise la rencontre entre artistes d'autres milieux artistiques

Je peux contribuer...

- ⦿ Ateliers dans les écoles
- ⦿ Activités dans les parcs

Priorités immédiates

- ⦿ Plus de vernissages
- ⦿ Ateliers de formation en marketing
- ⦿ Ateliers de formation en vente
- ⦿ Stratégies de positionnement sur Internet
- ⦿ Aide à la préparation de portfolios
- ⦿ Rédaction de demandes de subvention
- ⦿ Ateliers de travail
- ⦿ Un photographe professionnel
- ⦿ Atelier Photoshop

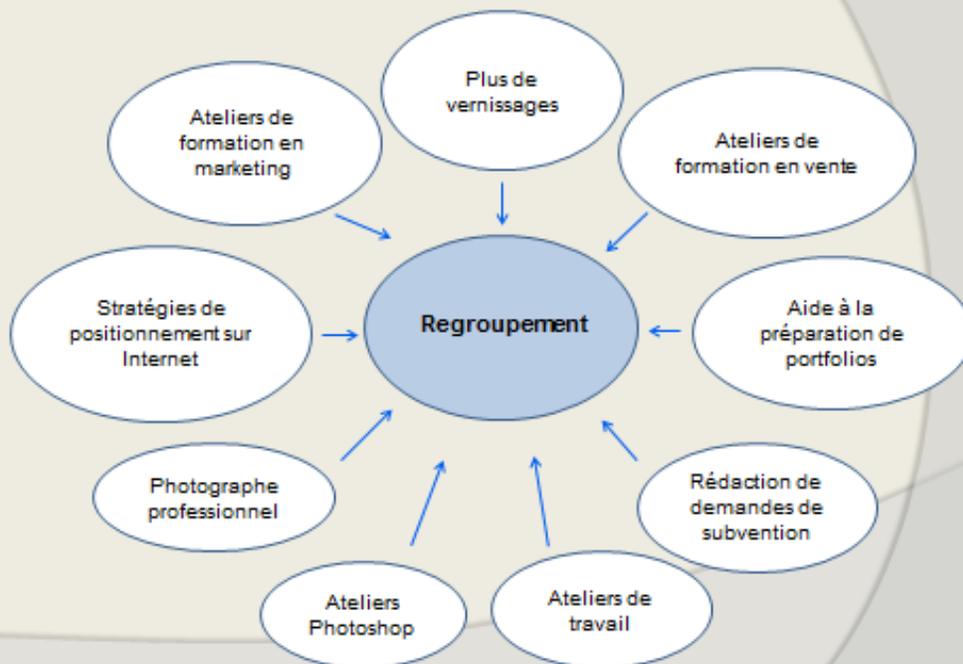
Souhais à long terme

- ⦿ Organiser des activités avec des artistes dans les écoles
- ⦿ Organiser des activités artistiques dans des maisons de retraite pour les aînés
- ⦿ Voyages en groupe pour l'inspiration et production artistique
- ⦿ Organisation de vernissages collectifs à la Ville de Québec, à Toronto et aux États-Unis
- ⦿ Organiser des célébrations de fêtes nationales, ou les journées de la culture

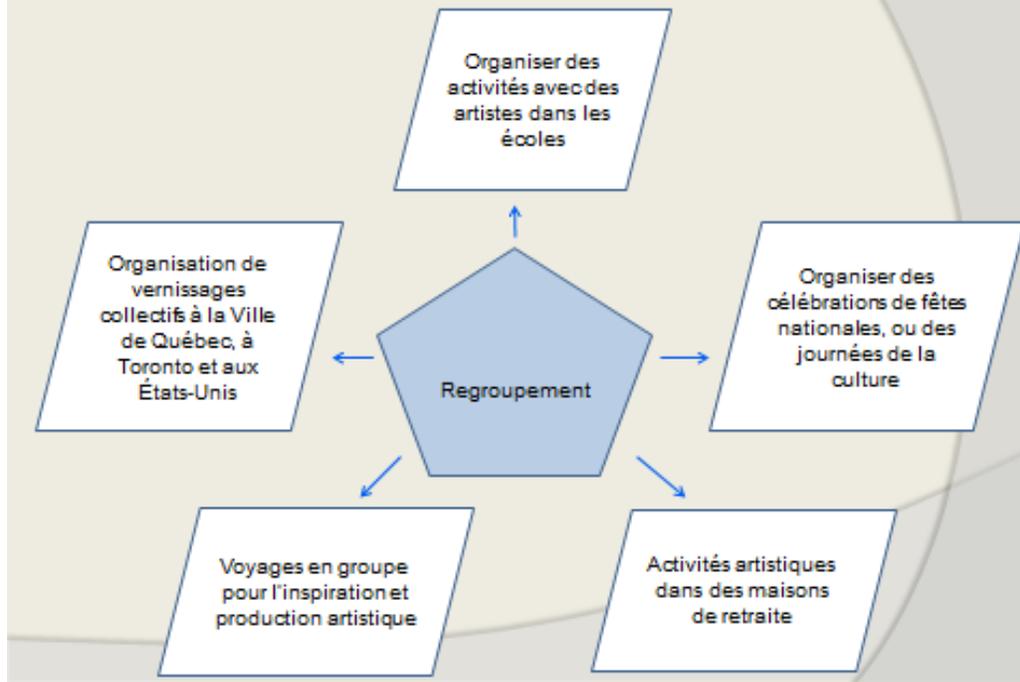
Quelques suggestions

- ⦿ Rencontres périodiques des artistes dans un café avec réduction de prix
- ⦿ Activités artistiques dans des entreprises, restaurants, hôpitaux, lieux publics... pour faciliter l'accès des artistes aux clients et collectionneurs
- ⦿ Plus de collaboration entre artistes : photographes + peintres, sculpteurs + danseurs, etc.
- ⦿ Soirées de films pour faire du réseautage
- ⦿ Événements d'échange entre artistes d'autres regroupements ou d'autres quartiers
- ⦿ Des 5 à 7 avec des artistes de différents milieux

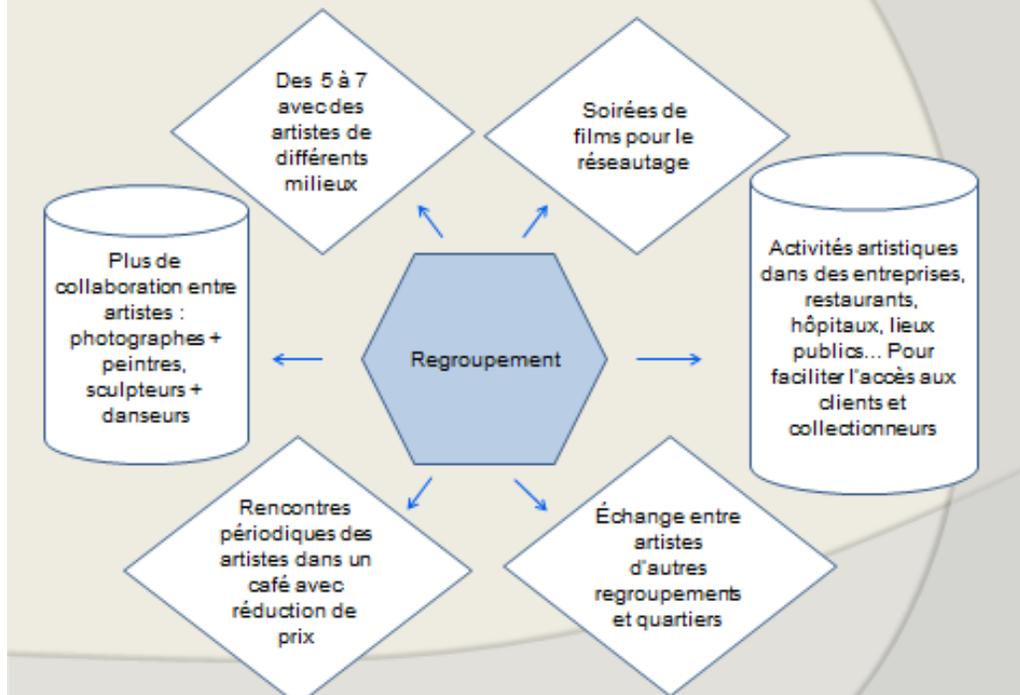
Synthèse Regroupement: Priorités immédiates



Synthèse Regroupement: Souhais à long terme



Synthèse Regroupement: Quelques suggestions



Conclusion

Les artistes demandent:

- ⊙ Réseautage avec des artistes de différents milieux
- ⊙ Outils de promotion pour leurs œuvres
- ⊙ Services gratuits
- ⊙ Artiste x Gestion de carrière

Les défis du Regroupement:

- ⊙ Artistes amateurs x Artistes professionnels
- ⊙ Un milieu artistique x Plusieurs secteurs

Bibliographie

- Coulson, Susan. 2012. "Collaborating in a Competitive World: Musicians' Working Lives and Understandings of Entrepreneurship." *Work, Employment & Society* no. 26 (2):246-281.
- Eikhof, Doris Ruth, and Axel Haunschild. 2006. "Lifestyle Meets Market: Bohemian Entrepreneurs in Creative Industries." *Creativity and Innovation Management* no. 15 (3):234-241.
- Ellmeier, Andrea. 2003. "Cultural Entrepreneurialism: On the Changing Relationship Between the Arts, Culture and Employment." *The International Journal of Cultural Policy* no. 9 (1):3-16.
- Gill, Rosalind, and Andy Pratt. 2008. "Precarity and Cultural Work in the Social Factory? Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work." *Theory, Culture and Society* no. 25 (7-8): 1-30.
- Hausmann, Andrea. 2010. "German Artists Between Bohemian Idealism and Entrepreneurial Dynamics: Reflections on Cultural Entrepreneurship and the Need for Start-Up Management." *International Journal of Arts Management* no. 12 (2):17-29.
- Markusen, Ann, Sam Gimore, Amanda Johnson, Titus Levi, et Andrea Martinez. 2006. *Crossover: How Artists Build Careers across Commercial, Nonprofit and Community Work*. California, USA: The James Irvine Foundation. 101 p.
- Markusen, Ann, Gregory Wassall, Douglas DeNatale, and Randy Cohen. 2006. "Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence from a Study of Artists." *Environment and Planning A* no. 38 (10):1921-1940.

BIBLIOGRAPHIE

- Abbing, Hans. 2002. *Why are artists poor? The exceptional economy of the arts*. Amsterdam, Hollande : Amsterdam University Press.
- Artère. 2014. *Regroupement interdisciplinaire d'artistes au Québec*. Consulté le 04 juillet 2014. <http://www.artere.qc.ca/fr/partenaires.php?page=partenaires>
- Artothèque. 2014. *Artothèque – Service de prêts d'œuvres d'art*. Consulté le 05 juillet 2014. <http://www.artotheque.ca/>
- Atelier Rosemont. 2015. *Atelier Rosemont*. Consulté le 19 mai 2015. http://imtl.org/Atelier_Rosemont/
- Bellavance, Guy. 2000. *Monde et réseaux de l'art : Diffusion, migration et cosmopolitisme en art contemporain*. Montréal : Éditions Liber.
- Bellavance, Guy. 2011. *Le secteur des arts visuels au Canada : Synthèse et analyse critique de la documentation récente – LASTT : Laboratoire art et société, terrains et théories – Montréal : INRS Centre Urbanisation Culture Société*.
- Block, Thomas et Erik Paredis. 2013. « Urban development projects as catalyst for sustainable transformations : The need for entrepreneurial political leadership. », *Journal of Cleaner Production* 50 (1): 181-188.
- Cirque du Soleil. 2015. *Parc du complexe environnemental Saint Michel*. Consulté le 20 mai 2015. <https://www.cirquedusoleil.com/fr/home/about-us/the-studios.aspx>
- Chirita, Mircea, Serge Poisson-de-Haro, Luis-Felipe Martinez-Cisneros, et Louis-Jacques Filion. 2009. « Entrepreneuriat et industries du domaine des arts et de la culture. » *Cahier de recherche – HEC Montréal* 1 (2): 1-34.
- Coulson, Susan. 2012. « Collaborating in a Competitive World: Musicians' Working Lives and Understandings of Entrepreneurship. » *Work, Employment & Society* 26 (2): 246-261.
- Coupe Rogers. 2015. *Coupe Rogers Tennis Montréal*. Consulté le 20 mai 2015. <http://www.rogerscup.com/men/french/home.php>
- Cowen, Tyler. 1996. « Why women succeed, and fail, in the arts. » *Journal of Cultural Economics* 1 (00): 1-21.
- Drucker, Peter. 1988. « The coming of the new organization. » *Harvard Business Review*, février-mars: 45-53.
- Drucker, Peter. 1989. « Knowledge-worker productivity – The biggest challenge. » *California Management Review* 41 (2): 79-94.
- Drucker, Peter. 1994. *Post-Capitalist society*. New York: Harper Business.

- Echeverri-Carroll, Elsie et Sophia Ayala. 2011. « Urban wages : Does city size matter? » *Urban Studies* 48 (2): 253-271.
- Eikhof, Doris et Axel Haunschild. 2006. « Lifestyle meets market: bohemian entrepreneurs in creative industries. » *Creativity and Innovation Management* 3 (15): 234-241.
- Eikhof, Doris et Axel Haunschild. 2007. « For art's sake! Artistic and economic logics in creative production. » *Journal of Organizational Behaviour* 28 (1): 523-538.
- Ellmeier, Andrea. 2003. « Cultural entrepreneurialism: On the changing relationship between the arts, culture and employment » *The International Journal of Cultural Policy* 9 (1): 3-16.
- Florida, Richard. 2002. « The economic geography of talent. » *Annals of the Association of American Geographers* 4 (92): 743-755.
- Florida, Richard. 2002. *The Rise of the Creative Class: How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Florida, Richard. 2003. « Cities and the creative class. » *City and Community* 1 (2): 3-19.
- Fung, Archon. 2006. « Varieties of participation in complex governance. » *Public Administration Review* 66 (1): 66-75.
- Gabe, Todd et Jaison Abel. 2011 « Agglomeration of knowledge. » *Urban Studies* 48 (7): 1353-1371.
- Galenson, David. 2005. *Anticipating artistic success – or, how to beat the art market: lessons from history*. Cambridge: National Bureau of Economic Research 2 (6).
- Gertler, Meric. 2004. *Creative cities : what are they for, how do they work, and how do we build them*. Ottawa : CPRN Canadian Policy Research Network.
- Gill, Rosalind et Andy Pratt. 2008 « In the social factory? Immaterial labour, precariousness and cultural work. » *Theory, Culture & Society* 25 (7-8): 1-30.
- Hausmann, Andrea. 2010. « German artists between bohemian idealism and entrepreneurial dynamics : Reflections on cultural entrepreneurship and the need for Start-Up management. » *International Journal of Arts Management* 12 (2): 17-29.
- Hesmondhalgh, David et Sarah Baker. 2011. « A very complicated version of freedom: Conditions and experiences of creative labor in three cultural industries. » *Variation* 41 (1) Spring : 34-38.
- Indergaard, Michael, Andy Pratt, et Tom Hutton. 2013. « Creative cities after the fall of finance. » *Cities* 33 (1): 1-4.
- Jacobs, Jane. 1961. « La rue et les contacts humains ». In *Déclin et survie des grandes villes américaines*. Liège : P. Mardage, 65-82.
- Landry, Charles. 2000. *The creative city : A toolkit for urban innovators*. London : Earthscan.

- Lange, Bastian. 2008. « Accessing markets in creative industries : Professionalization and social-spatial strategies of culturepreneurs in Berlin. » *Creative Industries Journal* 1 (2): 115-135.
- Lee, Neil et Andres Rodriguez-Pose. 2013. « Original innovation, learnt innovation and cities : Evidence from UK SMEs. » *Urban Studies* 50 (9): 1742-1759.
- Markusen, Ann et David King. 2003. *The artistic dividend : art's hidden contribution to regional development* – Cultural Policy Centre. Chicago : University of Chicago.
- Markusen, Ann, Gregory Wassall, Douglas DeNatale, et Randy Cohen. 2006. « Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists. » *Environment and Planning A* 10 (38): 1921-1940.
- Markusen, Ann, Gregory Wassall, Douglas DeNatale, et Randy Cohen. 2008. « Defining the creative economy: industry and occupational approaches. » *Economic Development Quarterly* 22 (1): 24-45.
- Markusen, Ann, Sam Gilmore, Amanda Johnson, Titus Levi, et Andrea Martinez. 2006. *Crossover: how artists build careers across commercial, nonprofit and community work*. Californie : The James Irvine Foundation.
- Menger, Pierre-Michel. 2002. *Portrait de l'artiste en travailleur : métamorphoses du capitalisme*. Paris : Seuil.
- Mercure, Daniel et Mircea Vultur. 2010. *La signification du travail – nouveau modèle productif et ethos du travail au Québec*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- Observer Culture.2015. « Stranger in Moscow: Spying on a new surge of Russian collectors buying contemporary. » Consulté le 19 mai 2015. <http://observer.com/2014/10/comrades-in-contemporary-art/>
- OIF. 2014. *Organisation internationale de la Francophonie*. Consulté le 23 mai 2014. www.francophonie.org
- Peck, Jamie. 2005. « Struggling with the creative class. » *International Journal of Urban and Regional Research* 4 (29): 740-770.
- Pratt, Andy. 2008a. « Creative cities. » *Urban Design* 105 (1): 35-37.
- Pratt, Andy. 2008b. « Creative cities : The cultural industries and the creative class. » *Geografiska Annaler : Series B/ Human Geography* 90 (2): 107-117.
- RAAV. 2014. *Regroupement des artistes en arts visuels du Québec*. Consulté le 03 juillet 2014. http://www.raav.org/pls/htmldb/f?p=105:99:0::NO::P99_IM:91
- RACRPP. 2013. *Regroupement Arts Culture Rosemont-Petite-Patrie*. Consulté le 22 juin 2013. <http://www.racrpp.org/>

- RACRPP. 2011. Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie. *Mémoire sur les quartiers culturels*. Magnat, Vincent et Denys Lefebvre (dir.) Document présenté à la commission sur la culture, le patrimoine et le sport de la ville de Montréal. Montréal, Canada.
- RACRPP. 2013. Regroupement Arts et Culture Rosemont-Petite-Patrie. *Bilan financier du 01 avril 2012 au 31 mars 2013*. Montréal : RACRPP.
- RAIQ. 2014. *Regroupement des arts interdisciplinaires du Québec*. Consulté le 04 juillet 2014. <http://raiq.ca/>
- Réseau Art Actuel. 2014. *Regroupement des centres d'artistes autogérés*. Consulté le 04 juillet 2014. <http://www.rcaaq.org/>
- Riccucci, Norma M. 2005. *How management matters: Street-level bureaucrats and welfare reform*. Washington : Georgetown University Press.
- Savitch, Hank et Paul Kantor. 2002. « The great transformation and local choices. » In *Cities in the international marketplace : the political economy of urban development in North America and Western Europe*. Princeton : Princeton et Oxford University Press, 1-28.
- Savitch, Hank et Paul Kantor. 2002. « Toward a theory of urban development. ». In *Cities in the international marketplace : the political economy of urban development in North America and Western Europe*. Princeton : Princeton et Oxford University Press, 29-54.
- Scott, Allen. 2004. « Cultural-product's industries and urban economic development – prospects for growth and market contestation in global context. » *Urban Affairs Review* 39 (4): 461-490.
- Sleutjes, Bart et Beate Volker. 2012 « The role of the neighborhood for firm relocation. » *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 103 (2): 240-249.
- Sleutjes, Bart et Pascal Beckers. 2013. « Exploring the role of the neighborhood in firm relocation : Differences between stayers and movers. » *Journal of Housing and the Built Environment* 28 (1): 417-433.
- Smit, Annet. 2011 « The influence of district visual quality on location decisions of creative entrepreneurs. » *Journal of the American Planning Association* 77 (2): 167-184.
- Stolarick, Kevin et Elizabeth Currid-Halkett. 2013. « Creativity and the crisis : The impact of creative workers on regional unemployment. » *Cities* 33 (1): 5-14.
- Taylor, Stephanie et Karen Littleton. 2008. « Art work or money: Conflicts in the construction of a creative identity. » *The Sociological Review* 56 (2): 275-292.
- Technopole Angus. 2015. *Technopole Angus*. Consulté le 19 mai 2015. <http://www.technopoleangus.com/>
- The Wall Street Journal.2015. « Chinese art buyers go shopping overseas. » Consulté le 19 mai 2015. <http://www.wsj.com/articles/chinese-art-buyers-collect-works-overseas-the-peoples-money-1417110819>

- Tremblay, Gaetan. 2008. « Industries culturelles, économie créative et société de l'information. » *Global Media Journal* 1(1): 65-88.
- UNCTAD. 2010. *Creative economy : A feasible development option* – UNCTAD United Nations Conference on Trade and Development – World Report. Conde-sur-Noireau : Imprimerie Corlet.
- UNESCO. 2005. *Toward Knowledge Societies – World Report UNESCO* United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization –. Conde-sur-Noireau, France : Imprimerie Corlet.
- UNESCO. 2013. Réseau des villes créatives. UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Consulté le 10 octobre 2013.
<http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/creativity/creative-cities-network/>
- Ville de Montréal. 2005. *Montréal Métropole Culturelle – Une politique de développement pour la Ville de Montréal 2005-2015*. Montréal : Ville de Montréal.
- Ville de Montréal. 2013. *Projet UNESCO – Montréal ville créative*. Consulté le 26 novembre 2013. http://montreal2025.com/montreal_creative.php?lang=fr
- Ville de Montréal. 2013. *Montréal Ville du Design*. Consulté le 26 novembre 2013.
http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=4517,7008420&_dad=portal&_schema=PORTAL
- Ville de Montréal. 2014. *Mairie de l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie*. Consulté le 20 mai 2014.
http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=7357,76381726&_dad=portal&_schema=PORTAL
- Ville de Montréal. 2014. *Maison de la culture*. Consulté le 05 juillet 2014.
<http://www.arrondissement.com/montreal/maisondelaculturerosemontpetitepatrie>
- Wenting, Rik, Oedzge Atzema, et Koen Frenken. 2010 « Urban amenities and agglomeration economies? The locational behaviour and economic success of Dutch fashion design entrepreneurs. » *Urban Studies* 48 (7): 1333-1352.
- Wilson, Elisabeth. 1990. *Women and the Welfare State*. Londres : Routledge.
- Wymbs, Clifford. 2012. « 21st century workers : How will they be organized? » *Technological Forecasting & Social Change* 1 (79): 405-413.
- Zukin, Sharon. 2009. « Changing landscapes of power : Opulence and the urge for authenticity. », *International Journal of Urban and Regional Research* 33 (2): 543-553.