

CHANTIER III : Enjeux issus des Chantiers I & II | Synthèse longue

Valeur de l'art et de l'artiste

- **Documenter et sensibiliser** | Documenter la réalité, les besoins, les impacts et les retombées de l'art, des artistes, de la culture, des organismes culturels dans le cadre de leurs interventions auprès les milieux socioéconomiques (affaires, santé, etc.); présenter les résultats de cette documentation aux milieux socioéconomiques en préambule au développement de nouveaux partenariats.
 - Questions à se poser :
 - Qu'est-ce qu'un artiste ou un organisme culturel professionnel?
 - Qui sont les artistes professionnels de l'Estrie?
 - Quel est le juste prix pour des services artistiques et culturels de qualité professionnelle?
 - L'accès non tarifé aux arts et à la culture a-t-il un impact bénéfique ou négatif sur la rémunération des artistes et des organismes culturels?
 - Quels sont nos bons coups en région?
 - Quels sont les gains qui peuvent émerger de partenariats entre les arts, la culture et les différents secteurs socioéconomiques?
 - Exemple issu du domaine de la **Santé** : « On a transformé nos corridors en galerie d'art, les tableaux sont en vente, l'artiste contribue à la fondation de l'établissement. Les gens se sont habitués et lorsqu'une oeuvre est vendue, un trou se crée, les gens se demandent quelle oeuvre d'art sera ajoutée pour combler le trou. C'est plus agréable de regarder des oeuvres d'art que des murs blancs. »
 - En **Affaires**, développer le réflexe des abonnements en musique ou au théâtre pour les grandes entreprises.

Financement public

- **Conseil des arts** | Développer un **Conseil des arts** de ville ou régional géré par les pairs
 - Bourses, concours et prix disciplinaires et de relève
 - Soutien financier des artistes régionaux à de la formation dans des écoles reconnues
- **Guichet unique** | Élaborer une politique culturelle claire qui facilite la transmission de demandes auprès des instances gouvernementales
- **Prêts** | Développer un fonds de production autosuffisant à partir d'un système de prêts au milieu artistique pour faciliter la production de spectacles rentables.
- **Financement équitable pour les régions du Québec** | Soutenir, par un appui régional multisectoriel, un financement équitable qui tient compte des défis des régions du Québec.
 - **La juste part du citoyen en région** | Mettre en lumière le fait que le citoyen paie pour des services, dont les arts et la culture, dont il se prive, ou dont il est privé de sa quote-part, alors que son argent est envoyé à Montréal.
 - **Soutenir les organismes** | Réfléchir à des initiatives multisectorielles publiques et privées permettant de combler le sous-financement des organismes culturels.
 - **Décloisonner les programmes disciplinaires** | Il faut questionner la place des disciplines au CALQ, car elles évoluent plus rapidement que les programmes.
 - **Donner les moyens financiers aux artistes de participer à la concertation** | Payer les artistes pour qu'ils participent à la concertation; souvent, les gens qui se déplacent pour la concertation sont payés puisqu'ils sont à la tête d'un organisme.
- **Développer le financement municipal en culture** |
 - **Identifier les meneurs** | Identifier des meneurs au municipal qui ont un intérêt pour la culture et les associer à la démarche.
 - **Présenter des exemples leviers** | Valoriser les exemples des municipalités qui croient et qui investissent en culture, avec leurs forces, leurs réussites, les bons exemples.
 - **Le 1% municipal en culture** | Soutenir l'idée d'un budget culturel d'au moins 1% par municipalité, avec l'appui du Gouvernement du Québec. L'argent doit provenir du plus près possible du citoyen, au niveau du monde municipal public.
 - **Développer le langage** | Il faut avoir le même langage dans la culture que dans les sports, il faut le voir comme un investissement. Quelle place on peut accorder à la culture? Pour arriver à convaincre les municipalités d'investir en culture, ça prend des engagements électoraux qui vont se manifester dans l'action.

Financement privé

- **Activités de rencontres multisectorielles** | Rapprocher les milieux artistiques et socioéconomiques de la région afin de favoriser l'émergence de nouvelles collaborations en développant des activités de mise en relation : inclusion sur des comités de travail, formation sur les réalités des milieux socioéconomiques pour les artistes, réseautage, etc.
 - Par exemple, on a dit, dans le milieu des Affaires : « La culture doit développer une culture d'affaires. Le milieu des affaires peut aider les organismes culturels à développer des réflexes d'affaires. »
- **Renouveler l'approche du financement privé** | Développer, par le biais d'activités et d'outils de formations et d'information, de nouveaux réflexes et mécanismes de travail dans l'approche du financement privé des arts.
 - **Développer le financement via des projets multisectoriels** | Mettre sur pied un organe de discussion permanent permettant d'assembler les milieux artistiques et socioéconomiques autour de la question de projets multipartites. Les gens d'affaires, par exemple, pourraient soutenir financièrement des partenariats culture-éducation, culture-santé, culture-tourisme, par exemple.
 - **Soutenir les organismes culturels** | Réfléchir à des initiatives multisectorielles publiques et privées permettant de combler le sous-financement des organismes culturels.
 - **Développer des associations avec des producteurs** | S'associer avec des producteurs d'expérience afin de faire rayonner les productions d'ici vers d'autres régions.
 - **Regrouper les propositions de financement** | Concentrer les efforts de recherche de financement vers moins d'entreprises pour des montants plus grands. Par exemple : aller chercher 5 000\$ chez une entreprise au lieu de plusieurs 250\$ chez 20 entreprises).
 - **Reconnaître l'implication des partenaires** | Reconnaître l'implication des milieux socioéconomiques en le soulignant dans le cadre d'événements de reconnaissance, afin de donner le goût aux gens de s'impliquer davantage.

Qu'en est-il de la levée de fonds?

En plus d'être une constante dans les réseaux de l'éducation et de la santé depuis plus d'un siècle – on peut notamment penser à la souscription mondiale qui a permis la mise sur pied de l'institut Louis Pasteur en France au XIXe siècle -, la levée de fonds est un phénomène en expansion dans le cyberspace, notamment depuis l'éclosion des outils interactifs de sociofinancement (« Crowdfunding ») en ligne tels que Kickstarter, Indiegogo, Ulule, Haricot.ca et autres.

Au Québec, alors que les campagnes de financement de petits projets artistiques (500\$ à 20 000\$) se multiplient, des outils publics tels que Placements Culture tendent à soutenir un plus grand virage des organismes artistiques et culturels vers la levée de fonds

Ce phénomène a peu ou pas été mentionné dans les Chantiers I & II des États Généraux. Qu'en pensons-nous? Devrions-nous y accorder une importance dans le cadre de nos travaux? S'agit-il d'une stratégie d'action à poursuivre?

Circulation et mise en marché

- **Organisme de développement et de mise en marché commun** | Développer un organisme de développement et de mise en marché régional pour positionner les arts et la culture auprès des autres secteurs socioéconomiques
 - **Soutien à des projets structurants** | Structurer le milieu, via un comité multisectoriel regroupant des professionnels des arts et des professionnels autres secteurs socioéconomiques, autour de projets communs qui améliorent la cohérence de l'offre artistique.
 - **Développement d'un pôle de production** | Développer un pôle de production (quadrilatère culturel) commun afin de favoriser le partage de coûts et l'accès aux ressources suivantes :
 - Lieu de rencontres
 - Espaces de création et de production communs
 - Équipement de pointe, matériel informatique performant
 - Résidences de création et de jumelage de compagnies artistiques
 - **Circuits de diffusion** | Avec l'appui financier et logistique des décideurs régionaux ainsi que des diffuseurs et des milieux socioéconomiques (écoles, galas de chambres de commerce, lieux touristiques, hôpitaux, etc.), en répartissant les coûts de manière équitable via les différentes parties impliquées, développer des circuits de diffusion et de promotion mettant en valeur les créations régionales à l'intérieur et à l'extérieur de la région.
 - Autrement dit : développer les clientèles via des activités et des partenariats qui rapprochent les artistes des autres secteurs socioéconomiques.
 - Porter une attention particulière aux jeunes, notamment les 18-25 ans qu'on voit peu dans les salles de spectacle.
 - Développer des partenariats complémentaires, par exemple des rabais sur les déplacements des étudiants grâce au soutien de transporteurs scolaires, ou encore des partenariats interinstitutionnels, comme ceux de La Maison du Cinéma et du Théâtre Centennial?
 - À l'école, les levées de fonds privées des parents pourraient peut-être viser des activités artistiques et culturelles au lieu de, par exemple, aller à La Ronde chaque année.
 - **Campagne de promotion commune** | Développement d'une campagne de promotion et d'une stratégie d'intervention commune qui structurent l'offre, qui identifient nos forces et qui mettent en valeur la richesse culturelle d'ici – notamment via le cyberspace et les réseaux sociaux – auprès des gens de la région et de l'extérieur.
 - **Distribution numérique** | Mise sur pied des outils numériques de distribution de la culture régionale (ex : musique, films) pour démocratiser la mise en marché de l'art & faciliter la conservation de notre patrimoine culturel.
 - **Activités de mise en relation et central-conseil d'identification des professionnels** | Élaboration et promotion d'activités et d'un central-conseil d'accès aux ressources artistiques et culturels professionnels de la région au service des secteurs socioéconomiques. Par exemple : vous avez besoin d'un vidéaste? Voici les vingt professionnels qui pourraient vous aider. Vous aimeriez faire un reportage sur les talents émergents? Les voici.