

PORTRAIT ARTS VISUELS + MÉTIERS D' ART 2011

**Portrait économique 2011
du secteur arts visuels et métiers d'art
des Îles-de-la-Madeleine**

Une réalisation de



Arrimage

Une force de la culture

Corporation culturelle des Îles-de-la-Madeleine

Îles-de-la-Madeleine, 2012.

Sommaire

Échantillon de 33 répondants actifs dans les secteurs arts visuels et métiers d'art aux Îles-de-la-Madeleine, sur une population totale estimée à 65.

52 % des répondants se déclarent entre autres **propriétaire d'entreprise** en arts visuels et métiers d'art, et également **52 %** d'entre eux, **travailleur autonome**.

66 % des répondants se déclarent **artiste professionnel**.

52 % des répondants se déclarent **artiste professionnel en arts visuels et 27 % en métiers d'art**.

12 % des répondants se déclarent **artiste professionnel dans les 2 branches**.

En retranchant ces derniers, on obtient :

39 % de répondants professionnels en arts visuels seulement et

15 % en métiers d'art seulement.

73 % des répondants ont participé à des salons et/ou des expositions au cours des 3 dernières années, et **61 % ont reçu des bourses et/ou des prix** au cours de la même période.

Parmi les **bourses et prix reçus** par les répondants, **50 % étaient offerts ou coordonnés par Arrimage**.

Le **chiffre d'affaires total des répondants** pour 2011 est estimé à **1,82M\$**, avec une **moyenne de 60 666 \$**, et une **médiane à 25 000 \$**.

On estime le **chiffre d'affaires global du secteur à 3,94M\$**.

43 % des répondants ont un chiffre d'affaires **inférieur à 10 000 \$**, et **66 %**, **inférieur à 50 000 \$**.

Les **activités en arts visuels et métiers d'art sont la première source de revenus de 58 % des répondants en saison, et de 39 % le reste de l'année**.

Un tiers des répondants **travaille dans d'autres domaines** pour recueillir des revenus : **30 % en saison et 30 % hors saison**.

La **vente de produits** est la **première composante des revenus** en provenance du secteur.

Les **ventes sont composées en moyenne à 77 % de métiers d'art et d'arts visuels des Îles**.

Les **ventes en saison touristique s'effectuent en moyenne à 57 % dans la boutique ou l'atelier** de l'artiste ou artisan propriétaire, **et à 22 % dans d'autres points de vente aux Îles**.

Hors saison, la **vente dans la boutique ou l'atelier et dans d'autres lieux locaux diminue de 79 à 60 %** tandis que **l'importance des marchés extérieurs** augmente (Québec et hors Québec), passant de **15 à 24 %**.

La **quasi-totalité des répondants produit des pièces uniques**, tandis que **près de la moitié** produit des pièces en « **reproduction** », signées ou numérotées.

Sommaire (suite)

Pour chaque entreprise et entrepreneur actifs dans le secteur, **2 emplois d'artistes et d'artisans à temps plein** sont maintenus en saison touristique.

73 emplois en saison touristique et 40 emplois en basse saison sont maintenus **par les répondants**. Parmi ceux-ci, une **majorité est à temps plein**.

En saison, la clientèle des répondants se compose en moyenne à 59 % de consommateurs francophones du Québec. Le **reste de l'année**, le segment de clientèle le **plus représenté est le consommateur des Îles**.

55 % des répondants affirment vouloir augmenter leur part de diffusion faite à l'extérieur des Îles.

Table des matières

1. Introduction	5
2. Méthodologie	6
2.1. Légende des termes, codes, abréviations et variables	7
2.2. De 2003 à 2011 : différences méthodologiques	7
3. Limites du présent exercice	8
3.1. Petite taille de l'échantillon = grande importance de chaque répondant	8
3.2. Deux secteurs en un.....	8
3.3. Diversité des réalités	8
4. Résultats et analyse.....	9
4.1. Profil de l'échantillon	9
4.2. Taille des entreprises et emplois du secteur.....	13
4.3. Chiffre d'affaires des répondants	14
4.4. Chiffre d'affaires global	16
4.5. Sources de revenus et temps de travail.....	16
4.6. Apport des segments de clientèle	17
4.7. Production et vente locales : originalité et unicité des produits	18
4.8. Présence sur les marchés extérieurs	20
4.9. Besoins en formation	22
4.10. Utilisation des outils technologiques	23
5. Autres considérations	24
5.1. AdMare, Centre d'artistes en art actuel des Îles-de-la-Madeleine	24
5.2. Circuit arts visuels et métiers d'art des Îles-de-la-Madeleine	24
Conclusion	25

1. Introduction

Le Portrait économique 2011 du secteur arts visuels et métiers d'art aux Îles-de-la-Madeleine est réalisé en continuité de l'étude « Le marché des métiers d'art et des arts visuels aux Îles-de-la-Madeleine » publiée en 2000 et mise à jour en 2003, puis suivie en 2008 d'un premier Portrait économique de ces secteurs. Comme en 2008, ce portrait économique est réalisé dans la poursuite de l'objectif double de documenter la performance et les progrès du secteur, et d'identifier, dans le cadre d'une démarche plus large de planification concertée, les meilleures pistes d'action pour soutenir son développement.

Par la réalisation du Portrait 2011, Arrimage propose une vision d'ensemble du secteur arts visuels et métiers d'art sous une perspective économique :

- > Évaluation de l'évolution de la situation des entreprises et travailleurs : nombre et types d'emplois générés, sources de revenus, chiffre d'affaires, types de production, espaces de diffusion privilégiés, etc. ;
- > Caractérisation des marchés et des clientèles ciblés ;
- > Aperçu de l'avancement des entreprises dans la pénétration des marchés extérieurs.

Le Portrait vise également à recueillir des données essentielles à la planification et au soutien du développement du secteur :

- > Caractérisation de la représentation des disciplines d'arts visuels et des familles de métiers d'art ;
- > État et composantes de la professionnalisation des artistes et artisans ;
- > Degré de familiarisation avec les outils technologiques et informatiques ;
- > Besoins de formation et de perfectionnement.

Remerciements

Arrimage remercie ces partenaires, qui contribuent financièrement à la réalisation de projets liés au développement économique du secteur culturel des Îles-de-la-Madeleine :



2. Méthodologie

Puisqu'il n'est ni sondage, ni recensement, le Portrait nécessite une méthodologie hybride. Ses limites sont la taille de la population à l'étude d'une part, et le temps et les ressources disponibles, d'autre part.

La période à l'étude réalisée en 2012 s'étend de 2009 à 2011. Une majorité des données recueillies concerne strictement l'année 2011.

65 répondants potentiels constituaient la population à l'étude, soit les entrepreneurs, artistes et artisans (professionnels et en voie de professionnalisation) actifs dans le secteur des arts visuels et métiers d'art aux Îles-de-la-Madeleine. Ceux-ci ont été identifiés en amorce de la démarche comme étant ceux correspondant aux critères, à partir des données à la disposition d'Arrimage : coordonnées des membres de ce secteur (anciens et en règle), et celles des artistes, artisans et diffuseurs membres du Circuit arts visuels et métiers d'art ou inscrits au menu culturel estival 2011. Cette méthode, basée sur les données et connaissances disponibles, ne garantit pas l'identification de l'ensemble des individus de la population, mais vise à concentrer l'exercice de cueillette de données sur une population pertinente, active et accessible.

Le taux de réponse n'était pas fixé d'avance. L'opération devait recueillir un maximum d'individus pour la constitution de l'échantillon de l'étude.

Le questionnaire, annexé au présent document, se composait de 16 questions visant la cueillette potentielle de 118 éléments de réponse par questionnaire, soit 73 qualitatifs et 45 quantitatifs.

Chaque membre de la population fut contacté une première fois par courriel lorsque possible, puis par téléphone, afin de l'informer de la réalisation du Portrait. L'individu pouvait alors signifier son intérêt à participer, ainsi que la voie par laquelle il préférerait recevoir le questionnaire.

Les questionnaires furent distribués par courriel et par la poste, ainsi que remis en personne, selon les préférences des individus intéressés. 33 questionnaires ont été reçus et compilés aux fins d'analyse, pour un taux de réponse de 50,76 %.

La période initiale pour la remise des questionnaires complétés s'étendait du 12 avril au 1^{er} mai 2012, et fut prolongée de deux semaines, jusqu'au 15 mai.

La compilation a admis un taux de réponse fluctuant pour chaque question afin d'admettre l'analyse des données d'un maximum de répondants.

Certains biais provenant de la forme du questionnaire nécessitaient également la considération de la possibilité qu'une absence de réponse puisse tout autant signifier une réponse négative qu'un refus de répondre ou l'incompréhension de la question.

2.1. Légende des termes, codes, abréviations et variables

Terme	Signification
Fréquence	nombre de mentions d'un élément de réponse
Fréquence relative	nombre de mentions d'un élément présenté en pourcentage. Selon le cas, il représente une proportion du nombre total de répondants, du nombre de répondants à une question, une sous question, ou encore du nombre de répondants d'un sous-groupe particulier.
N	nombre total de répondants
n	nombre de répondants à la question ou à la sous-question
nM	nombre de mentions d'un élément de réponse à une question
nOui	nombre de répondants ayant répondu « oui » à la question ou à la sous question
Saison touristique	Désigne la période du 1 ^{er} juin au 30 septembre. Synonymes : « Haute saison » et « saison » lorsque le contexte s'y prête.

2.2. De 2003 à 2011 : différences méthodologiques

Des différences méthodologiques sont à souligner entre le présent Portrait, celui de 2008 et la mise à jour de l'Étude du marché des arts visuels et des métiers d'art de 2003.

Premièrement, on note un écart croissant dans la taille de la population d'étude. En effet, elle passe de 28 artistes et artisans en 2003 à 50 en 2008, puis à 65 artistes, artisans et entreprises en 2011. À chaque fois, deux facteurs bien différents sont en cause : l'augmentation réelle du nombre d'artistes, d'artisans et d'entreprises actifs d'une part, et un recensement plus large et intensif d'autre part.

Si la taille de la population à l'étude est croissante, la taille de l'échantillon demeure stable, puisqu'Arrimage a recueilli en 2011 le même nombre de questionnaires remplis en 2008, soit 33.

À noter que pour des fins comparatives, le questionnaire utilisé pour la présente étude est à peu de chose près semblable à celui utilisé en 2008.

3. Limites du présent exercice

Il est crucial de mentionner les limites du Portrait économique 2011 du secteur arts visuels et métiers d'art aux Îles-de-la-Madeleine. Ses résultats et analyses doivent servir de bases pour la compréhension et le développement du secteur. Cependant, vu les objectifs multiples visés par la démarche et les choix effectués pour les atteindre, il sera nécessaire de garder à l'esprit les points suivants :

3.1. Petite taille de l'échantillon = grande importance de chaque répondant

Dans le Portrait 2011, chaque répondant représente 3 % de l'échantillon et 1,53 % de la population. Avec l'importance ainsi donnée à chacun, l'ajout ou le retrait de répondants aurait eu un impact significatif sur l'analyse et les conclusions.

Limite particulière à la comptabilisation des données quantitatives globales (nombre d'emplois, chiffre d'affaires)

Cette limite s'applique spécialement à la comptabilisation de données précises, comme le nombre d'emplois ou le chiffre d'affaires. En fait, dans le contexte du Portrait, la fiabilité de ce type de données augmente avec le taux de réponse : comme la situation de chaque répondant est largement prise en compte, l'ajout de nouvelles données a, à chaque fois, un impact significatif.

3.2. Deux secteurs en un

Comme il fut fait lors des études précédentes, on doit rappeler le caractère particulier de l'objet d'étude : un secteur mixte composé de deux groupes ou branches relativement distincts. Ceci pourra, à certains moments, rendre plus complexe l'analyse des données. Cette limite est inévitablement liée à la taille de l'échantillon, ou, dans un cas comme dans l'autre, le nombre limité de répondants peut constituer une barrière à la généralisation des résultats, que ce soit pour le secteur ou pour une de ses branches.

3.3. Diversité des réalités

Dans le même esprit, la considération des réalités des travailleurs autonomes, entrepreneurs, propriétaires d'entreprises, artistes de la relève, semi-professionnels et professionnels, sans oublier les non-artistes, ajoute à la richesse de la situation actuelle... et à la complexité de l'exercice.

4. Résultats et analyse

4.1. Profil de l'échantillon

Cumul et diversité des statuts

On constate le cumul et la diversité des statuts des répondants. Si la grande majorité se déclare artiste ou artisan (79 %), une majorité se déclare *aussi* propriétaire d'une entreprise (52 % des répondants) *et/ou* travailleur autonome (52 % des répondants).

**Statuts cumulés par les répondants à la question 1
par rapport au nombre de répondants et au nombre de mentions**

Statut du répondant	Fréquence	Fréquence relative	Fréquence relative des mentions
Propriétaire d'une entreprise	17	52 %	44 %
Travailleur autonome	17	52 %	44 %
Employé	5	15 %	13 %
Total : statuts déclarés	39	118 %	100 %

Tableau 1. Plus d'une réponse admise par répondant. $n=33$, $N=33$, $nM=39$.

Représentation des arts visuels et des métiers d'art

Ainsi, de la même façon, la répartition entre arts visuels et métiers d'art montre une diversité et un cumul des spécialités appréciables : si 70 % des répondants pratiquent les arts visuels (23 individus, 74 % du nombre d'artistes), 42 % pratiquent les métiers d'art (14 individus et 45 % du nombre d'artistes). Parmi eux, 6 répondants (18 % des répondants et 19 % du nombre d'artistes) pratiquent dans l'une et l'autre des branches du secteur.

De 2003 à 2011 : représentation accrue des arts visuels

En 2003, 26 % œuvraient exclusivement en métiers d'art, 35 % en arts visuels, et 39 % dans les deux branches. En 2008, 23 % œuvraient exclusivement en métiers d'art, 50 % en arts visuels, et 27 % dans les deux branches. Les données comparables pour 2011 montrent que la proportion de répondants oeuvrant dans les deux branches est toujours décroissante, soit maintenant 19 % des répondants artistes. La proportion de répondants en arts visuels est quant à elle toujours croissante, passant à 55 %, et celle en métiers d'art, reprend du galon, à 26 %.

Représentation des artistes professionnels

Nombre et représentation des artistes professionnels
tel que déclaré par les répondants aux questions 1 et 2

Branche	Artistes professionnels	Part du nb d'artistes	Part du nb d'artistes de la branche	Part du nb de répondants
Arts visuels seulement	13	42 %	57 %	39 %
Métiers d'art seulement	5	16 %	36 %	15 %
Arts visuels et métiers d'art	4	13 %	67 %	12 %
Total	22	84 %	-	66 %

Tableau 2. $n_1=33$, $n_2=31$, $N=33$. La colonne « Part du nb d'artistes de la branche » met par exemple en relation le nombre d'artistes professionnels en arts visuels par rapport au nombre total de répondants artistes en arts visuels.

On observe une plus faible représentation des artistes professionnels en métiers d'art par rapport aux représentants de leur sous-secteur en considérant celle des artistes en arts visuels. En effet, on compte 57 % de professionnels parmi les répondants artistes en arts visuels et 36 % en métiers d'art par rapport aux répondants en métiers d'art.

On note que l'échantillon est composé à 66 % d'artistes professionnels, et que le groupe d'artistes est quant à lui composé à 84 % d'artistes professionnels. Ces chiffres dénotent une croissance significative de la professionnalisation des artistes répondants puisqu'en 2008, l'échantillon était composé à 55 % d'artistes professionnels et que 69 % des artistes se considéraient alors comme étant professionnels.

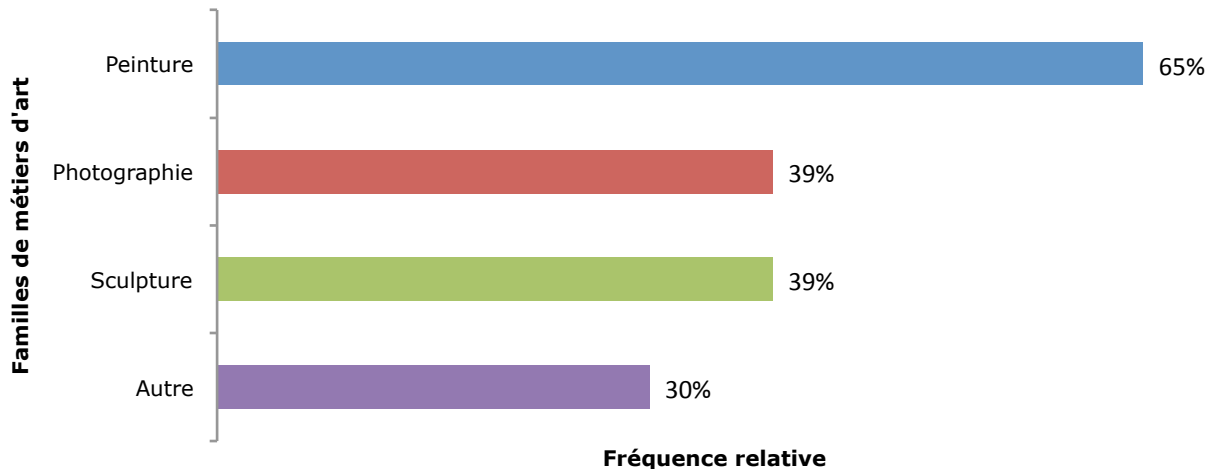
Par ailleurs, le nombre d'années de pratique moyen et médian est très élevé dans les deux cas : une moyenne de 20 années de pratique avec une médiane de 19 années en arts visuels, et une moyenne de 19 années de pratique avec une médiane de 21,5 années en métiers d'art. Ces données sont plus élevées que celles recueillies en 2003 et 2008 : elles sont en partie dues à un faible taux de questionnaires remplis par les artistes de la relève, puis à un grand écart entre le nombre d'années de pratique le moins élevé, 3 années, et le plus élevé, 43 années. Il est à noter également que 12 artistes répondants ont 20 années de pratique et plus, soit 39 % des répondants artistes.

Représentation des disciplines et familles

On note la prédominance de la discipline de la peinture (38 % des mentions de discipline d'arts visuels ; pratiquée par 65 % des répondants artistes en arts visuels), du métier de la joaillerie et des familles du métal (25 % des mentions de discipline de métiers d'art et 57 % des répondants en métiers d'art) et du verre (16 % des mentions et 43 % des répondants en métiers d'art).

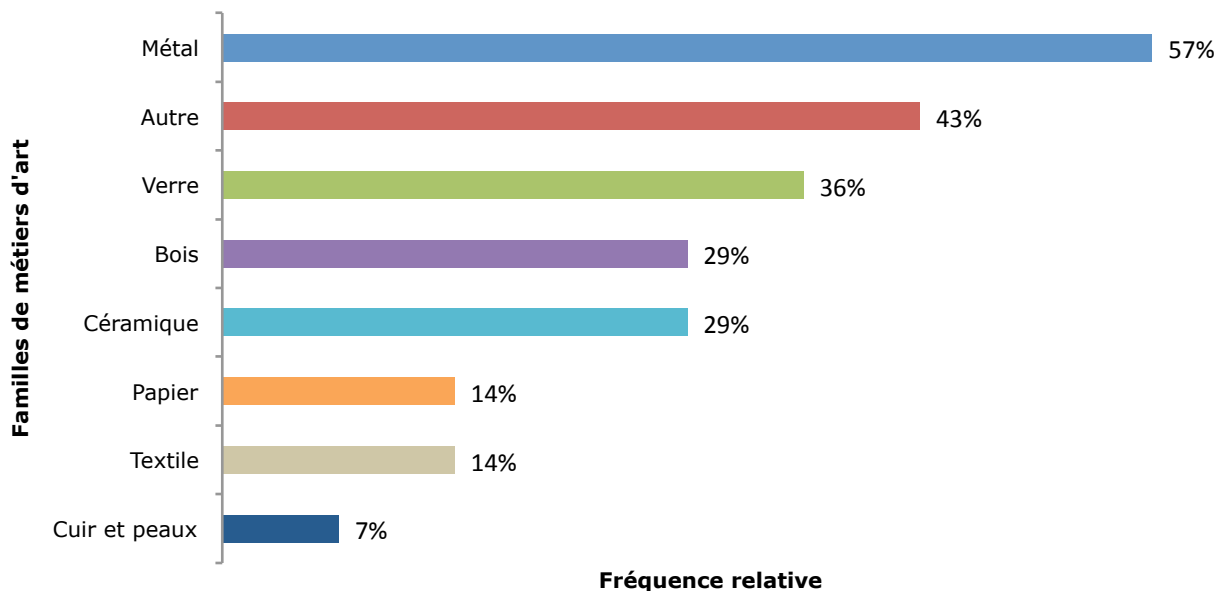
Taux de pratique des disciplines d'arts visuels en fonction du nombre d'artistes en arts visuels

Figure 1. $n=23$, $nM=40$ (plus d'une réponse admise par répondant).



Taux de pratique des familles de métiers d'art en fonction du nombre d'artistes en métiers d'art

Figure 2. $n=14$, $nM=32$ (plus d'une réponse admise par répondant).



Accès aux vecteurs de reconnaissance professionnelle

La figure suivante présente la participation des répondants à trois des vecteurs d'accès à la reconnaissance professionnelle des artistes.

Proportion de répondants ayant répondu « oui » concernant la réalisation des items suivants à la question 5 par rapport au nombre total de répondants

Figure 3. Plus d'une réponse admise, N=33.



Se déclarer artiste professionnel?

Parmi les répondants ayant déclaré être artiste et avoir soit participé à des expositions ou des salons, soit reçu des bourses et des prix, ou encore participé à des jurys, 5 (15 % des répondants, ou 45 % des répondants non-artistes professionnels) ont choisi de ne pas se déclarer artiste professionnel. On peut avancer que les différentes significations et connotations associées au terme « artiste professionnel » ont pu influencer les réponses à cette question.

Expositions et salons

73 % des répondants déclarent avoir participé, au cours des trois dernières années, à des salons, des expositions ou des événements.

Parmi ceux-ci, 34 % ont participé aux activités et aux expositions d'AdMare, 12 % ont exposé leurs œuvres à la galerie l'Espace Bleu et à l'événement de Noël le Salon des Artisans à Place des Îles, et 6 % ont pris part à La Folle Virée gourmande organisée par Le Bon goût frais des Îles. 15 % des répondants artistes ont exposé dans divers lieux comme le Café du Moussonneur, le Café de la Grave, à la Galerie de la grande école, au Symposium de peinture figurative de L'Étang-du-Nord, au Musée de la Mer, au Marché du Village, ainsi qu'au Vieux Treuil et au Festival Images en vues dans le cas des installations multimédias et des arts médiatiques.

Pour la participation à des expositions et salons de l'extérieur des Îles, on constate la mention par seulement 6 % des répondants du Salon des métiers d'art du Québec à Montréal, comparativement à 12 % en 2008. Ce sont tout de même 42 % des répondants qui ont diffusé leurs œuvres ces trois dernières années ailleurs au Québec et au Canada, ainsi que 9 % d'entre eux à l'étranger.

Bourses et prix

Parmi les réponses des 61 % de répondants ayant reçu des bourses et des prix, on peut dégager certains regroupements dans les types de bourses et de prix reçus. À 10 reprises furent mentionnées l'une ou l'autre des bourses remises et/ou coordonnées par Arrimage (dont 6 mentions pour le Programme d'aide au développement artistique), ce qui représente 50 % des mentions. On note également que 25 % des mentions relataient l'obtention d'une bourse du Programme des arts et des lettres de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine et 15 % une aide financière de la SODEC, tandis que la Bourse AdMare, les bourses de la relève du Programme de bourses du CALQ et le Programme d'intégration des arts à l'architecture du MCCCC remportaient chacun 10 % de mentions.

Neuf prix ont été récoltés, dont entre autres le Prix à la création artistique du CALQ 2011, le Prix jeunes entrepreneurs 2011 de la Chambre de commerce et un Prix Saint Exupéry 2011 (France) en littérature jeunesse (illustration). Notons également la mention d'un finaliste aux Prix du Gouverneur général 2011.

Jurys et comités de sélection

Parmi les répondants ayant siégé sur des jurys et des comités de sélection, 2 mentions rapportent une participation à des jurys régionaux et 75 % des mentions une participation à un jury du Centre d'artistes AdMare (Bourse AdMare, *Beausir les mots* et *Colis Suspect*). Ceci représente une amélioration par rapport à 2008, où l'ensemble des mentions concernait des activités artistiques se tenant aux Îles-de-la-Madeleine, dont 38 % étaient celles d'Arrimage.

4.2. Taille des entreprises et emplois du secteur

En 2011, les répondants déclarent avoir maintenu 73 emplois en saison touristique et 40 le reste de l'année. Le tableau mixte suivant ventile ces données par type d'emploi. On constate qu'une majorité des emplois sont à temps plein (80 % en saison, 58 % hors saison).

Nombre et types d'emplois maintenus selon la période
tels que déclarés à la question 6

Type d'emploi	Nombre en saison	Nombre hors saison
Artistes et artisans	26	20
Autres travailleurs	47	20
Total	73	40
Temps plein	58	23
Temps partiel	15	15

Tableau 3. n=16.

De 2003 à 2011 : légère baisse du nombre d'emplois « à l'année »

De 2003 à 2008, le nombre d'emplois du secteur apparaissait stable. Bien que comptabilisé différemment en 2003, il était similaire de 2003 à 2008, car si en 2003 on constatait 53 emplois « à

l'année » et 31 saisonniers, on pouvait interpréter les données recueillies en 2008 comme étant 47 emplois à l'année et 33 saisonniers. De la même façon, nous pouvons interpréter les données de 2011 comme étant 40 emplois à l'année et 33 emplois saisonniers, ce qui laisse apparaître une courbe descendante des emplois à l'année depuis 2003.

La proportion d'artistes et d'artisans travaillant à temps plein avait fluctué de façon importante en 2003, passant de 42 % en 2000 à 79 % en 2003. En 2008, sur 56 emplois à temps plein en saison et 32 hors saison, 26 (46 %) et 22 (69 %) étaient tenus par des artistes et des artisans. En 2011, sur 58 emplois à temps plein en saison et 23 hors saison, 21 (36 %) et 14 (61 %) étaient tenus par des artistes et des artisans. Nous constatons donc ici aussi une courbe descendante depuis 2003 de la proportion d'artistes et d'artisans travaillant à temps plein, et ce autant en saison que le reste de l'année.

Deux emplois en moyenne maintenus en saison par répondant

Par le calcul des moyennes d'emplois maintenus par les 16 répondants à la question, on observe que chaque répondant maintient au moins deux emplois en moyenne à temps plein d'artistes et d'artisans en saison touristique (1,6). En basse saison, cette moyenne baisse à 1,4 emploi d'artiste et d'artisan à temps plein par répondant.

4.3. Chiffre d'affaires des répondants

Trente entreprises, artistes et artisans ont répondu à la question 15 portant sur le chiffre d'affaires, et ont indiqué dans quel intervalle se situait leur chiffre d'affaires. Les résultats montrent (voir figure ci-après) que 34 % d'entre eux ont un chiffre d'affaires supérieur à 50 000 \$, et 69 %, inférieur à 100 000 \$. 43 % des répondants se situent dans l'intervalle inférieur, à moins de 10 000 \$.

Rappel : limites de l'étude

On rappellera ici que cette question est spécialement sensible aux limites de la présente étude. Comme la taille de l'échantillon ne lui permet pas d'être représentatif de la population, on peut penser qu'une participation différente aurait fourni des données différentes.

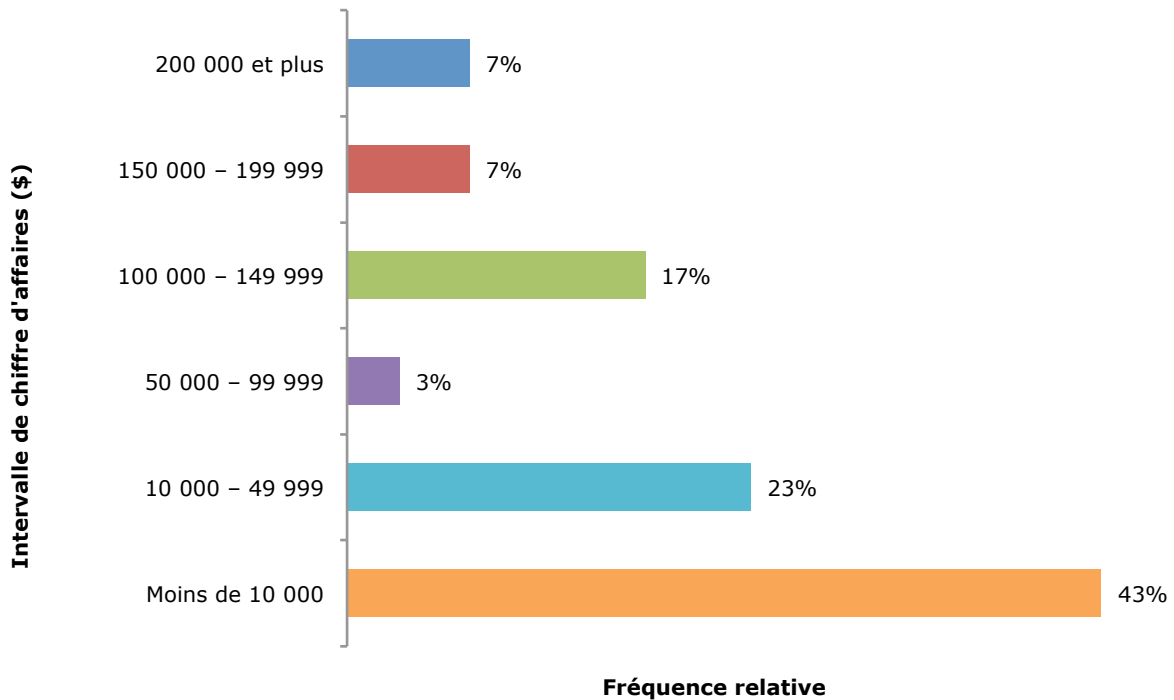
De 2003 à 2011 : la majorité des répondants ont toujours un chiffre d'affaires de moins de 50 000 \$

En assumant les limites du présent Portrait, on constate que l'intervalle de 0 à 49 999 \$ est en hausse, passant de 56,1 % en 2003 à 60 % en 2008 et 66 % en 2011, ce qui indique que la majorité des répondants de ces secteurs ont toujours, depuis 2003, un chiffre d'affaires de moins de 50 000 \$ et que cette majorité est croissante.

Cependant, la répartition des répondants dans certains intervalles est sensiblement différente de celle de 2008. En effet, on trouve ici une légère hausse de représentation des classes supérieures à 100 000 \$: de 42,8 % en 2003, elles étaient descendues à 21 % en 2008 pour remonter à 31 % en 2011. Si en 2008, 80 % des répondants avaient des revenus inférieurs à 100 000 \$, ce sont plutôt 69 % d'entre eux qui étaient dans cette situation en 2011. Ainsi, on note que l'intervalle de 50 000 \$ à 99 999 \$ est passé de 0 % en 2003 à 20 % en 2008 pour redescendre à 3 % en 2011, tandis que l'intervalle suivant de 100 000 \$ à 149 999 \$ est passé de 7 % en 2008 à 17 % en 2011.

Distribution du chiffre d'affaires déclaré par les répondants par rapport au nombre de répondants à la question 15

Figure 4. n=30.



Ces données réfutent l'hypothèse d'une plus forte concentration dans le secteur (selon laquelle plus d'entreprises et de travailleurs autonomes auraient à se partager l'ensemble des recettes du secteur) puisqu'il est plausible d'affirmer que les entreprises, artistes et artisans qui se situaient en 2008 dans l'intervalle de 50 000 \$ à 99 999 \$ sont passés à celui de plus de 100 000 \$.

Chiffre d'affaires moyen et médian

On constate aussi que le chiffre d'affaires moyen des répondants à la question est de 60 666 \$, moyenne obtenue en pondérant chaque médiane de classe d'intervalle par sa fréquence de mention. Selon cette méthode, la médiane, soit le chiffre se trouvant au milieu de la liste des chiffres d'affaires en ordre croissant, est de 25 000 \$. En 2008, ces indicateurs étaient à 59 666 \$ et à 30 000 \$.

Discipline artistique et chiffre d'affaires

On observe aussi que le chiffre d'affaires moyen en 2011 varie fortement en fonction de la discipline artistique : en effet, il passe de 32 500 \$ chez les artistes professionnels en arts visuels (13 répondants), à 45 000 \$ chez les artistes professionnels oeuvrant à la fois en arts visuels et en métiers d'art (4 répondants), à 177 000 \$ chez les artistes professionnels en métiers d'art (5 répondants). Pour nuancer ce constat, on note le même genre de corrélation entre le statut des répondants (propriétaires d'entreprises, travailleurs autonomes, employés) : chez les 17 répondants étant entre autres propriétaire d'entreprise dans le secteur arts visuels et métiers d'art, la moyenne des intervalles de chiffre d'affaires est de 114 333 \$, tandis qu'elle est de 36 250 \$ chez les répondants déclarant être entre autres travailleurs autonomes. On ajoutera que le groupe des propriétaires

d'entreprises se compose de 5 artistes professionnels en métiers d'art, de 4 artistes professionnels en arts visuels, de 2 artistes opérant professionnellement dans les deux branches et de 6 répondants ne se déclarant pas artistes professionnels ; en contrepartie, le groupe des travailleurs autonomes est composé de 7 artistes professionnels en arts visuels, d'un artiste professionnel en métiers d'art, de 2 artistes professionnels oeuvrant dans les deux disciplines et de 7 répondants ne se déclarant pas artistes professionnels.

4.4. Chiffre d'affaires global

À partir de ces données, on peut estimer que le chiffre d'affaires total des répondants pour 2011 est d'environ 1 820 000 \$. On obtient cette donnée en pondérant chaque médiane de classe (par exemple, 5 000 pour la classe de 0 à 10 000 \$) par le nombre de répondants dans celles-ci, puis en additionnant le tout.

Pour l'ensemble du secteur arts visuels et métiers d'art, en pondérant la représentativité de chaque intervalle de revenus et en l'appliquant à l'ensemble de la population à l'étude, on peut en estimer le chiffre d'affaires global à 3,94M\$ pour l'année 2011.

De 2008 à 2011 : hausse du chiffre d'affaires

On constate une hausse du chiffre d'affaires de 2 % par rapport aux 1,79M\$ de « ventes au détail » comptabilisées en 2008. Soulignons que ces statistiques sont compilées à de fins de comparaison et de planification. Si elles rendent possible la mesure de l'apport économique d'une industrie culturelle, elles ont néanmoins leurs limites et ne peuvent être considérées *exactes* : elles ont été recueillies par formulaire et fournies sur une base volontaire par les répondants, qui étaient en droit de les arrondir.

Le chiffre d'affaires global du secteur, qui passe de 2,98M à 3,94M, subit une hausse marquée (32%), directement liée à l'augmentation de la taille de la population à l'étude. Doublement encourageante, elle est à la fois due à un plus grand nombre d'artistes, d'artisans et d'entreprises actifs, et à la réalisation d'un meilleur recensement pour la conduite de la présente étude. Il n'est cependant pas possible, avec les données comparatives dont on dispose, de mesurer séparément l'influence de ces deux facteurs.

4.5. Sources de revenus et temps de travail

Sources de revenus en arts visuels et métiers d'art

L'analyse des sources de revenus provenant des arts visuels et métiers d'art des répondants montre que la vente est la plus importante. Elle représente en moyenne 67 % des revenus de ceux-ci. Suivent les cours et ateliers (40 %), les cachets (27 %), les bourses (24 %), et les autres sources (15 %)¹.

Les données de 2008 exprimaient plutôt un déséquilibre marqué entre les différentes sources de revenus types des artistes : la vente représentait 85 % des revenus, tandis que les revenus de bourses

¹ Les données pour cette analyse ont été recueillies à la question 8, n=27. Les moyennes ont été arrondies à l'unité près.

(5 %), cachets (5 %), cours et ateliers (3 %), et autres sources (2 %) étaient fort peu significatifs. Les artistes et les artisans ont donc depuis diversifié leurs sources de revenus et augmenté leur niveau de professionnalisation et la reconnaissance de leurs pairs pour avoir accès aux bourses et cachets. On peut d'ailleurs voir apparaître de nouvelles sources de revenus tels les droits d'auteur pour des publications, des participations au Programme d'intégration de l'art à l'architecture du MCCCFC et des contrats photo d'affaires, liés à la qualité esthétique et technique du travail de l'artiste.

Les arts visuels et métiers d'art comme source de revenus

En moyenne, les activités en arts visuels et métiers d'art sont la première source de revenus de 58 % des répondants en saison, et de 39 % le reste de l'année², chiffres semblables à ceux de 2008 (57 et 43 %). De plus, les répondants déclarent récolter, en moyenne, 58 % de leurs revenus annuels en saison touristique, et 42 % le reste de l'année.

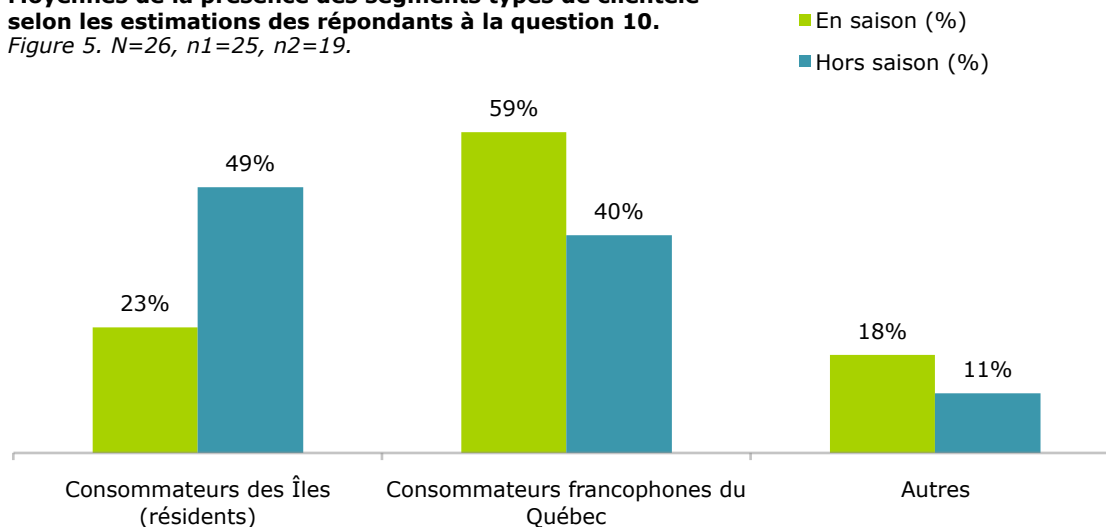
Plus encore, on constate que 30 % des répondants en saison et hors saison travaillent dans d'autres domaines pour recueillir leurs revenus². Ces résultats dénotent une légère hausse de répondants qui travaillent à l'année dans leur domaine puisqu'en 2008 40 % travaillaient hors-saison dans d'autres domaines.

4.6. Apport des segments de clientèle

L'estimation de la composition de la clientèle des répondants montre qu'en moyenne, le premier type de client en saison touristique est le consommateur francophone du Québec (présent à 59 % en moyenne). Ce premier type est généralement issu à la fois du tourisme et de la présence des répondants sur le marché québécois.

Moyennes de la présence des segments types de clientèle selon les estimations des répondants à la question 10.

Figure 5. N=26, n1=25, n2=19.



² Les données pour cette analyse ont été recueillies à la question 7, n=30. Les moyennes et proportions en pourcentage ont été arrondies à l'unité près.

Les autres segments de clientèle sont, en ordre d'importance, le consommateur des Îles (23 %) et les autres (18 % - voir caractérisation de ce terme ci-après). Le reste de l'année, la situation change et on constate que le consommateur des Îles est légèrement plus présent (49 % en moyenne) que le consommateur francophone du Québec (40 %)³.

De 2003 à 2011 : légère baisse de représentation du client francophone du Québec

On constate que le client francophone du Québec est légèrement moins représenté au sein des portraits de clientèle des répondants, soit 5 % de moins qu'en 2008. Ceci confirme une tendance baissière déjà signalée alors, l'apport de ce segment de clientèle aux ventes en saison étant inférieur de 7% aux chiffres de 2003.

Consommateurs des Maritimes, du reste du Canada et des États-Unis

Parmi les autres profils d'acheteurs mentionnés, on note une certaine récurrence du « Canada anglophone » (mentionné par 19 % des répondants à la question), tout comme des Européens (19 %), qui sont suivis par l'expression générique *touristes étrangers* (12 %), tandis que les Maritimes, les États-Unis et l'internationale récoltent chacun 8 %.

Il est à noter que parmi les répondants ayant mentionné ces clientèles, 6 d'entre eux, soit 23 %, sont intéressés à augmenter leur part de diffusion à l'extérieur.

4.7. Production et vente locales : originalité et unicité des produits

La quasi-totalité (91 %) des répondants produit des pièces uniques, tandis que près de la moitié (48 %) produit des pièces en « reproduction », signées ou numérotées. De ce dernier groupe (16 individus), on note qu'il est constitué tant de répondants déclarant être entre autres propriétaire d'entreprise (11) que de répondants déclarant être entre autres travailleur autonome (3) ou artiste uniquement (2)⁴.

Il est à noter que 16 % des répondants déclarent produire d'autres types de produits. Ceux-ci sont très diversifiés et vont de la publication d'illustrations – à l'imprimé ou en ligne – à la réalisation vidéo. 40 % des répondants de ce groupe se sont déclarés propriétaires d'entreprise et 60 % travailleurs autonomes.

La prédominance des modes de production nécessitant l'originalité et la reconnaissance de l'artiste (pièces uniques et reproductions numérotées/signées) peut être reliée avec la volonté locale de miser sur le caractère unique de la production pour se démarquer, et ce tant sur le marché local que sur les marchés extérieurs.

³ Les données pour cette analyse ont été recueillies à la question 10, n=26. Le nombre de répondants change selon la période en question : 25 en saison, 19 le reste de l'année. Un biais est introduit à cette question par l'interprétation, par certains répondants, de la période « reste de l'année » comme « toute l'année ». Les moyennes affichées ont été obtenues en pondérant en pourcentage les moyennes des estimations fournies par les répondants.

⁴ Les données pour cette analyse ont été recueillies à la question 4, n=32.

Les productions madelinienes encore au cœur des ventes du secteur

On constate que, pour constituer leur offre de produits, les répondants laissent la place de choix aux produits locaux de métiers d'art et d'arts visuels. En effet, on apprend que, en moyenne, les productions de l'artiste propriétaire et du travailleur autonome représentent 55,9 % de ses ventes, avec en seconde place les produits de métiers d'art et d'arts visuels d'autres artistes des Îles, à 21,6 %. Les produits de l'extérieur (14 %), puis les autres types de produits (8,6 %) ferment la marche⁵. Cependant, si on compare ces chiffres à ceux de 2003 et 2008 où les produits locaux représentaient 94 % et 96,7 % des ventes, on assiste à une baisse marquée des produits madelinots sur le marché, soit 77,4 %. Il semblerait que les répondants vendent en proportion beaucoup moins de produits provenant de leur production (87,7 % en 2008 contre 55,9 % en 2011) et davantage de produits provenant de la production des autres artistes madelinots (8,9 % en 2008 contre 21,6 % en 2011), ainsi que de l'extérieur ou d'autres types (3,4 % en 2008 contre 22,6 % en 2011).

Les Îles comme premier point de vente

Les données sur le lieu des ventes des répondants illustrent l'importance de la clientèle touristique pour ceux-ci. En effet, on constate qu'en moyenne, leurs ventes en saison touristique s'effectuent à 79 % sur l'archipel, soit à 57 % dans leur boutique ou atelier, et à 22 % dans d'autres points de vente locaux. Les points de vente à l'extérieur (au Québec et hors Québec), ainsi que la vente à distance (vers le Québec et hors Québec) représentent en moyenne 15 %⁶. Un 7 % est attribué à la réponse « autres lieux / conditions », groupe dans lequel on retrouve les boutiques des bateaux de la CTMA, le Marché du Village (où l'artiste a son propre kiosque), les rencontres chez les clients eux-mêmes et la diffusion de publications exclusivement sur le Net.

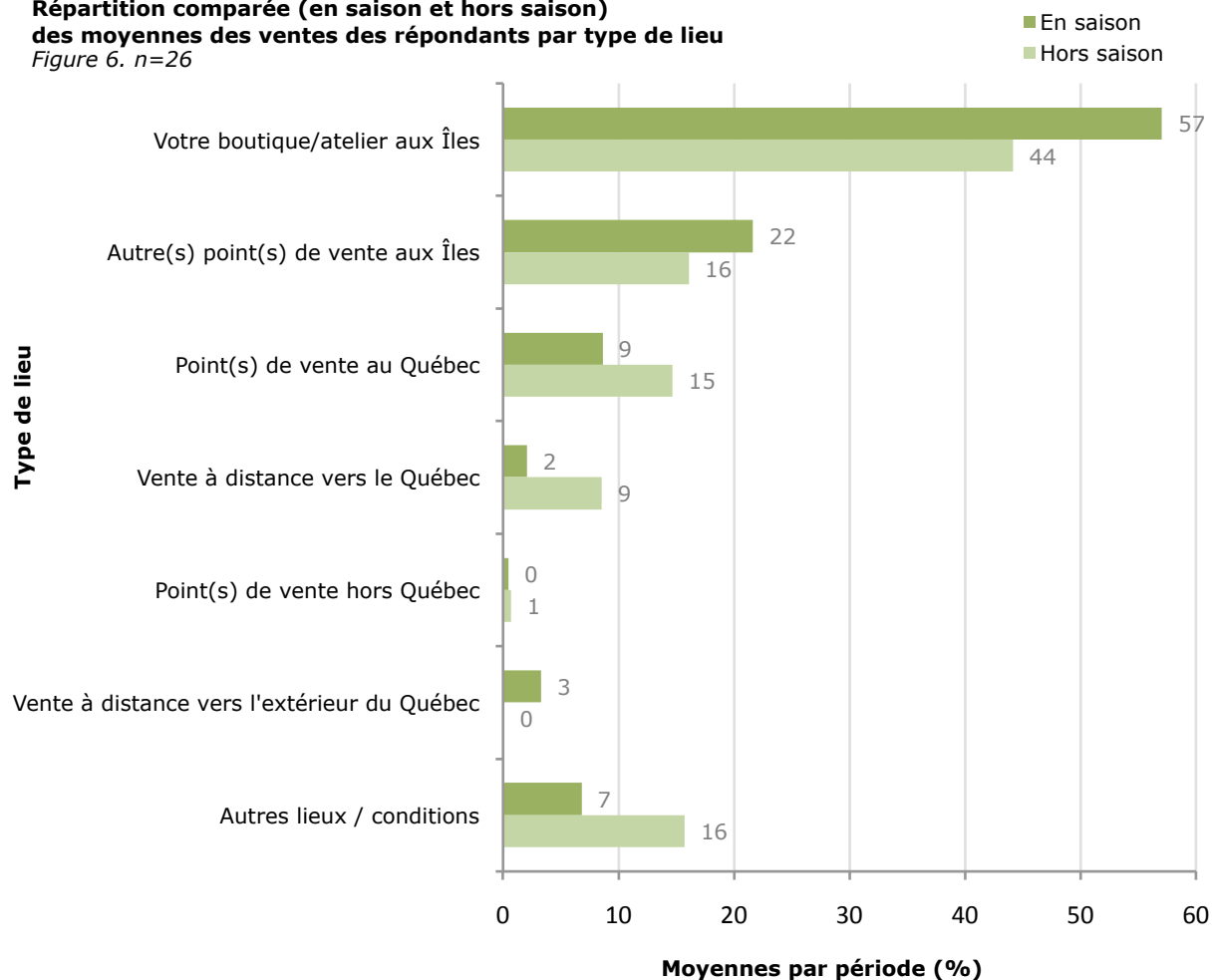
Hors saison, l'importance de la vente sur des marchés connexes au Québec et hors Québec augmente, passant de 15 à 24 % d'importance moyenne pondérée dans les ventes des répondants. À l'inverse, la vente locale diminue d'importance, passant à 60 %, soit 44 % dans leur propre boutique/atelier et 16 % dans d'autres points de vente aux Îles. À noter que les « autres lieux et conditions » passent à 16 %.

⁵ Les données pour cette analyse ont été recueillies à la question 9. n=26. Les moyennes des estimations pour chaque type de production ont été réparties sur 100 pour chaque période (la somme des moyennes réparties des ventes en saison =100) et arrondies à l'unité près.

⁶ Les moyennes affichées ont été obtenues en pondérant en pourcentage les moyennes des estimations fournies par les répondants. Les données nécessaires à cette analyse ont été recueillies à la question 11. n=26.

**Répartition comparée (en saison et hors saison)
des moyennes des ventes des répondants par type de lieu**

Figure 6. n=26



4.8. Présence sur les marchés extérieurs

Des 27 répondants à la question 12, 55 % affirment vouloir augmenter leur part de diffusion faite à l'extérieur des Îles.

Volonté vs apports actuels en revenus

On note que ce groupe, lorsqu'interrogé sur la composition de sa clientèle (question 10) déclare une présence semblable des consommateurs francophones du Québec, et ce, tant en saison touristique (type de clientèle présent à 59 % en moyenne vs 59 % pour l'ensemble de l'échantillon) qu'hors saison (37 %, vs 40 % pour l'ensemble de l'échantillon). Cependant, on constate (voir 4.6) que ce groupe des « intéressés » effectue déjà, en moyenne, une plus grande part de leurs ventes auprès des « autres » clientèles que ne le font les répondants en général.

Démarches envisagées

À cette même question, les répondants étaient invités à décrire les démarches qu'ils entendaient effectuer pour parvenir à cette augmentation (voir Tableau 4 à la page suivante).

**Récurrence des démarches mentionnées regroupées par mots clés
par rapport au nombre de répondants ayant répondu oui à la question n 12**

Regroupement par mots clés	Fréquence	Fréquence relative
Développement de contacts avec des galeries, boutiques, centres d'artistes et de diffusion, festivals, salons, événements artistiques, musées, etc.	12	67 %
Démarches au Québec et dans les Maritimes	9	50 0 %
Promotion sur le web et par le biais des médias sociaux	5	28 %
Démarches à l'international	3	17 %
Autres	2	11 %
Total	31	-

Tableau 4. n=27. nM=31, nOui=18. Plus d'une réponse admise par répondant.

Il est intéressant de souligner que le désir des répondants à vouloir infiltrer le web et les médias sociaux est lié à une volonté d'investir le marché international. Il est donc de moins en moins question spécifiquement des marchés canadiens, américains ou européens, comme c'était le cas en 2008.

La capacité de production comme premier obstacle

Dans le cas des répondants ayant répondu non à cette question portant sur la diffusion à l'extérieur des Îles, les principales raisons évoquées ont été l'insuffisance de leur capacité de production (mentionné par 2 des 9 répondants s'étant déclarés non intéressés à augmenter leur part de diffusion à l'extérieur des Îles), le manque de temps et de moyens (1) et la nécessité tout d'abord de consolider son marché local (1). Ceci illustre un aspect de la réalité des producteurs des secteurs : il s'avère difficile pour plusieurs de concilier la présence et la vente locale avec le développement de leur présence sur les marchés du reste du Québec, des Maritimes ou du reste du Canada.

Deux autres répondants parlent plutôt du désir d'augmenter leur part de marché aux Îles et de consolider la part de marché qu'ils ont déjà à l'extérieur des Îles. Deux autres répondants déclarent être pleinement satisfaits de leur part de marché aux Îles.

Qualité et originalité vs capacité de production

Les exigences de qualité et d'originalité du produit sur le marché local sont élevées. On remarque qu'ils sont largement utilisés comme critère pour se démarquer dans l'offre locale, si bien que le niveau général des produits madelinots est cité comme remarquable au niveau provincial et national.

En effet, on peut considérer que, afin de conserver un haut niveau d'originalité et de qualité dans sa production, un artiste ou un artisan envisage plus difficilement de déléguer sa production. Dans ce cadre, il considère être seul garant de sa capacité de production, ce qui la rend moins flexible. L'idée de développer sa présence sur d'autres marchés équivaut alors à diversifier géographiquement sa

clientèle, ce qui le confronte au risque : peut-il se permettre de diminuer ses efforts pour développer et maintenir sa part du marché madelinot pour arriver à acquérir une part équivalente ou supérieure ailleurs?

Isolement des Îles et capacité à développer de nouveaux marchés extérieurs

À noter l'élément de l'isolement des Îles dans les difficultés à développer de nouveaux marchés extérieurs. Effectivement, autant pour la prospection des nouveaux marchés que pour le transport des œuvres, les grandes distances qui séparent les Îles des autres marchés, ainsi que les coûts liés au transport sont à prendre en considération dans les obstacles au développement de nouveaux marchés à l'extérieur des Îles.

4.9. Besoins en formation

**Poids relatif des besoins en formation
par rapport au nombre de mentions dans les réponses à la question n 14**

Regroupement de mots clés	Fréquence relative
Perfectionnement en métiers d'art et en arts visuels	43,3 %
Gestion, comptabilité, fiscalité	4 %
Infographie, photographie numérique	9 %
Promotion et mise en marché sur le web	13 %
Site Internet (création / mise à jour)	9 %
Autres	22 %
Total	100 %

Tableau 5. nM=23, n=18.

43 % des réponses à la question 14 identifiaient des besoins de formation en perfectionnement tant en métiers d'art qu'en arts visuels. Ces besoins en perfectionnement comportent deux créneaux : le perfectionnement personnalisé et spécialisé, aux Îles et à l'extérieur, selon les disciplines des artistes (techniques d'acrylique, d'aquarelle, de peinture, de dessin avec modèle vivant, de sculpture, de soudure, de forge, de patine et de finition métal, de tournage du bois et autres stages avec artistes et artisans professionnels) et le perfectionnement en création par le biais d'ateliers de création pour de nouvelles explorations et pour rencontrer des artistes professionnels de l'extérieur des Îles.

On remarque également l'importance du besoin recensé en promotion et mise en marché sur le web (22 % des réponses si on y additionne les besoins pour la création et la mise à jour d'un site internet ou d'un blogue). Plusieurs répondants ont effectivement mentionné des besoins de formation pour la promotion et la vente en ligne, entre autres par le biais des médias sociaux.

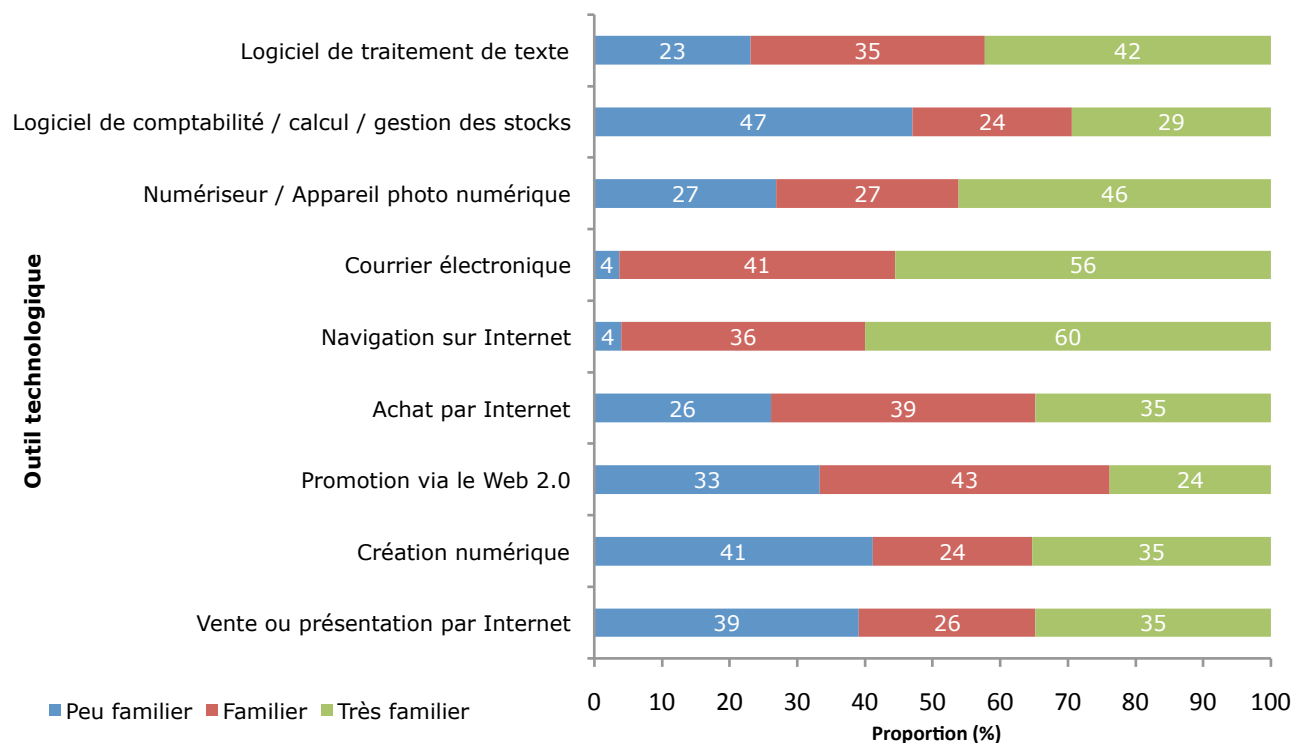
L'utilisation de l'informatique et des nouvelles technologies comme outils de création et de gestion est essentielle pour le développement des carrières et des entreprises. Les répondants ont d'ailleurs fortement exprimé leurs besoins en ce sens. Si on considère les besoins de perfectionnement en infographie, mise en marché sur le web et site Internet, on obtient 31 % des demandes. À cela, on peut ajouter une part du pourcentage inclus dans « autres formations » de même que les demandes en comptabilité et gestion (informatisée), on peut alors prétendre obtenir plus de 50% des demandes.

4.10. Utilisation des outils technologiques

Une majorité des 30 répondants à la question 13 utilisent le traitement de texte (82 %), le numériseur et/ou l'appareil photo numérique (100 %), le courriel (100 %), la navigation (93 %) et l'achat (79 %) par Internet, la promotion via les médias sociaux sur le web (62 %), la création numérique (63 %) ainsi que la vente ou la présentation de leur production par Internet (63 %) dans le cadre de leur travail. De plus, les répondants sont majoritairement familiers ou très familiers avec ces outils, sauf pour la création numérique et la vente ou la promotion de leur production par internet, comme le montre la figure suivante.

Répartition (%) des réponses de niveau de familiarisation avec les outils technologiques identifiés par rapport au nombre de répondants à chaque sous question

Figure 7. n1=23, n2=13, n3=29, n4=28, n5=27, n6=23, n7=18, n8=15, n9=17



Un seul outil n'est pas utilisé par une majorité, soit les logiciels de comptabilité, de gestion des stocks et de calcul. Les utilisateurs de ce dernier outil sont moins à l'aise dans son utilisation. En effet, plus de deux tiers des répondants à la sous-question sont soit peu familiers ou familiers avec les logiciels de comptabilité, de calcul ou de gestion des stocks.

Autres considérations

4.11. AdMare, Centre d'artistes en art actuel des Îles-de-la-Madeleine

Le Portrait économique 2011 des secteurs arts visuels et métiers d'art ne pourrait être complet sans quelques données sur AdMare, organisme sans but lucratif, qui participe activement au développement de ces secteurs.

AdMare produit depuis 2003 l'événement-bénéfice Les Mosaïpeintures axé sur le développement des publics, auquel participent chaque été près de soixante-dix collectionneurs des Îles et d'ailleurs. Cet événement lui permet également d'offrir chaque année depuis 2009 la Bourse AdMare d'un montant de 2 000 \$ à un artiste professionnel pour la réalisation d'une expo solo.

Depuis 2010, AdMare diffuse huit expositions par année d'artistes des Îles et d'ailleurs, à Colis Suspect, lieu d'exposition à l'aéroport des Îles-de-la-Madeleine, avec appel de dossiers et droits d'exposition. Le Centre essaie également de développer un projet spécial de diffusion par année, toujours avec appel de dossiers et droits d'exposition. L'exposition Beausir les mots réunissant 26 artistes et artisans a ainsi été présentée en 2011 à la Bibliothèque de Havre-aux-Maisons et a été visitée par 8 groupes scolaires et plus de 700 citoyens des Îles et d'ailleurs.

Pour l'instant, AdMare a une employée à temps partiel tout au long de l'année.

La principale source de revenus du Centre d'artistes est l'aide financière municipale et gouvernementale (80 %), mais AdMare tente de développer ses revenus autonomes au moyen du membership (5%), de la vente de ses publications (5%) et de l'événement-bénéfice Les Mosaïpeintures (10 %). Les revenus du bilan financier 2011-2012 se chiffraient à un peu plus de 50 000 \$ et la remise en cachets et droits d'exposition aux artistes a été de près de 9 000 \$.

AdMare prévoit augmenter sa part de diffusion à l'extérieur des Îles avec la version itinérante de l'exposition Beausir les mots et avec un projet de prospection pour créer un réseau d'échange avec les Centres d'artistes du Québec et les lieux de diffusion des Maritimes.

4.12. Circuit arts visuels et métiers d'art des Îles-de-la-Madeleine

Le Circuit arts visuels et métiers d'art des Îles-de-la-Madeleine regroupe plus de 30 artistes et artisans créateurs des Îles-de-la-Madeleine exposant dans quatorze galeries et boutiques d'art misant sur le produit métiers d'art. Créé en 2001, le regroupement de ces entreprises et individus sous le libellé Circuit arts visuels et métiers d'art des Îles-de-la-Madeleine permet la réalisation d'actions collectives visant la promotion et la mise en valeur d'une production artistique professionnelle, originale et de qualité.

Le budget annuel moyen alloué pour les activités du Circuit est de 35 000 \$. Le financement provient en grande partie de la SODEC et d'Arrimage, ainsi que de la contribution des membres et de partenaires économiques du milieu tels que le CLD des Îles et les Caisses Desjardins des Îles.

Arrimage coordonne les différentes activités du Circuit. [Retrouvez plus d'information sur le site d'Arrimage.](#)

Conclusion

Aux Îles-de-la-Madeleine, le secteur des arts visuels et des métiers d'art se démarque par son originalité et sa diversité ainsi que par l'inventivité et la force entrepreneuriale de ses artistes et artisans. Nombreuses familles de matériaux, artistes et artisans professionnels expérimentés, émergence d'une relève, pratique artistique multidisciplinaire et circuit d'ateliers et de lieux de diffusion offrant une gamme de produits de grande qualité composent ce secteur mature et en constant développement.

Les résultats du présent exercice démontrent une croissance du chiffre d'affaires global, une légère diminution du nombre d'emplois, une légère baisse de la clientèle touristique francophone traditionnelle versus un accroissement de la clientèle anglophone (Maritimes, reste du Canada, É.-U) et le maintien du marché local comme débouché favorisé pour la vente des oeuvres.

Travaillant à temps plein dans le secteur, l'artiste ou l'artisan madelinot doit cependant combler une partie de ses revenus par d'autres activités. Globalement, le secteur se caractérise par des entreprises de petite taille dont plus de la moitié ont des revenus inférieurs à 50 000 \$. Ceci limite les possibilités d'investissement, que ce soit dans la conception et le développement de nouveaux produits de même que dans la diversification des stratégies de commercialisation, de développement de marchés et donc de l'exportation.

Quoique soutenu de façon dynamique par le Centre d'artistes en art actuel AdMare et par les actions d'Arrimage liées au Circuit arts visuels et des métiers d'art des Îles-de-la-Madeleine, le secteur des arts visuels et des métiers d'art des Îles-de-la-Madeleine a encore de nombreux défis à relever pour accroître son développement de façon cohérente, pourvoir à la professionnalisation de ses créateurs et assurer une croissance économique qui tient compte de la disponibilité du marché local et touristique.

Questionnaire

Portrait économique des secteurs arts visuels et métiers d'art aux Îles-de-la-Madeleine Arrimage, 2012.

Ce questionnaire est distribué à un large échantillon des acteurs des secteurs arts visuels et métiers d'art aux Îles de la Madeleine. L'analyse des données recueillies permettra de dresser le portrait économique de ces secteurs.

Les artistes et artisans qui sont à la fois **propriétaires** d'une entreprise en arts visuels / métiers d'art **et travailleurs autonomes** (comme artiste, par exemple) **dans ces mêmes secteurs** sont priés de fournir séparément les données concernant les activités de leur entreprise et celles relatives à leurs autres activités. De plus, les **employeurs** sont priés de ne pas fournir les données relatives aux productions artistiques de leurs employés qui ne sont pas réalisées dans le cadre de leur travail.

Les artistes et artisans qui sont à la fois **employés** dans une entreprise du secteur **et travailleurs autonomes** (comme artiste, par exemple) dans ces mêmes secteurs sont priés de remplir le questionnaire en fonction de leurs activités autonomes seulement.

Arrimage s'engage à **respecter la confidentialité des données fournies** et à n'utiliser celles-ci qu'à des fins d'analyse statistique.

1. Cochez tous les statuts qui correspondent à votre réalité.

Précisez lorsque nécessaire.

Statut	Oui	Précisions s'il y a lieu
Propriétaire d'une entreprise incorporée, immatriculée ou enregistrée		
Travailleur autonome		
Employé		
Artiste et/ou artisan		(voir question suivante)
Autre(s) (précisez)		

2. Quel est votre statut d'artiste et/ou d'artisan?

Passez à la question suivante si vous ne vous déclarez pas artiste ou artisan.

Cochez les cases appropriées et indiquez les précisions demandées.

Domaine	Oui	Statut d'artiste professionnel? (voir note ci-après)	Nombre d'années de pratique
Arts visuels			
Métiers d'art			
Autre(s) (précisez)			

Note : au Québec, on entend par « artiste professionnel » quelqu'un qui 1) crée des oeuvres pour son propre compte ; 2) dont les oeuvres sont exposées, produites, publiées, représentées en public ou mises en marché ; 3) qui a reçu de ses pairs des témoignages de reconnaissance comme professionnel par une mention d'honneur, un prix, une bourse, une nomination à un jury, la sélection à une exposition ou un salon, ou toute autre marque de même nature, selon la discipline.

3. À quelles familles ou disciplines des arts visuels / des métiers d'art appartient votre production ou celle de votre entreprise ?

Cochez toutes les cases applicables.

Arts visuels		Métiers d'art		
Peinture		Bois		Papier
Sculpture		Céramique		Textile
Photographie		Cuir et peaux		Verre
Autre(s) (précisez)		Métal		Autre(s) (précisez)

4. De quel(s) type(s) de pièces se compose votre production ou celle de votre entreprise ?

Indiquez le nombre de chaque type, s'il y a lieu.

Type	Oui	Nombre produit par année
Pièces uniques		(nombre de pièces)
Reproductions signées et/ou numérotées		(nombre de modèles) (nombre de pièces au total)
Autres (précisez)		

5. Au cours des trois dernières années, avez-vous effectué les réalisations suivantes?

Indiquez et précisez s'il y a lieu.

Réalisations	Oui	Lesquelles?
Participé à des salons, des expositions, etc. ?		
Reçu des bourses, des prix ?		
Participé à des jurys, des comités de sélection ?		

6. Combien de personnes, en vous incluant, travaillent au sein de votre entreprise (production, vente, administration, etc.) ? Ces personnes sont-elles des artistes ou des artisans professionnels?

	En saison touristique		Le reste de l'année	
	Artistes/artisans prof.	Autres travailleurs	Artistes/artisans prof.	Autres travailleurs
Nombre temps partiel				
Nombre temps plein				

Note : « saison touristique » désigne la période du 1er juin au 30 septembre.**7. Que représentent vos activités (production, vente, formation, etc.) en arts visuels et métiers d'art en termes de temps de travail et de revenus annuels?**

Cochez les affirmations qui vous correspondent, selon la saison.

	En saison touristique	Le reste de l'année
Vos activités en arts visuels / métiers d'art sont votre première source de revenus – ou celle de votre entreprise		
Vos activités en arts visuels / métiers d'art sont votre première occupation, vous occupent à plein temps, ou, pour une entreprise, constituent la majorité de ses activités		
Vous ou votre entreprise travaillez aussi dans d'autres domaines que les arts visuels ou les métiers d'art		
Quel pourcentage de vos revenus annuels amassez-vous grâce à vos activités en arts visuels et métiers d'art, pour chaque période? Note : Si vous avez d'autres sources de revenu, le total ne peut être de 100%	J'amasse _____% de mes revenus annuels grâce à mes activités dans ces secteurs en saison	J'amasse _____% de mes revenus annuels grâce à mes activités dans ces secteurs le reste de l'année

8. Quelles ont été vos sources de revenus reliées aux arts visuels et aux métiers d'art au cours des trois dernières années?

Indiquez la part (%) de chacune par rapport à l'ensemble de vos revenus reliés aux arts visuels et métiers d'art.

Source de revenus reliée aux arts visuels / métiers d'art	Part (%) des revenus des arts visuels et des métiers d'art
Ventes	%
Bourses / subventions	%
Cachets	%
Cours et ateliers	%
Autres (précisez)	%
Total : revenus liés aux arts visuels et métiers d'art	100%

9. De quel(s) type(s) sont les produits vendus par votre entreprise? Quelle place occupe chaque type dans vos ventes ?

Inscrivez les pourcentages pour chaque type de production vendu par votre entreprise. Précisez s'il y a lieu.

Type de production	Pourcentage	Précisions, s'il y a lieu
Votre production	%	
Autre production d'arts visuels/ de métiers d'art des Îles	%	
Production d'arts visuels/ de métiers d'art de l'extérieur	%	
Autre(s) (précisez)	%	
Total	100%	

10. Qui achète vos produits?

Clientèle	Pourcentage en saison	Pourcentage reste de l'année
Consommateurs des Îles (résidents)	%	%
Consommateurs francophones du Québec	%	%
Autres (précisez)	%	%
TOTAL	100%	100%

Note : « saison touristique » désigne la période du 1er juin au 30 septembre.

11. D'où et quand s'effectuent les ventes de votre entreprise?

Lieu	Pourcentage en saison	Pourcentage reste de l'année
Votre boutique/atelier aux Îles	%	%
Autre(s) point(s) de vente aux Îles	%	%
Point(s) de vente au Québec	%	%
Vente à distance vers le Québec (téléphone/ internet)	%	%
Point(s) de vente hors Québec (précisez le lieu)	%	%
Vente à distance vers l'extérieur du Québec (précisez le lieu)	%	%
Autres lieux / conditions (précisez)	%	%
TOTAL	100%	100%

Note : « saison touristique » désigne la période du 1er juin au 30 septembre.

12. Prévoyez-vous augmenter la part de votre diffusion (ventes, expositions, etc.) faite à l'extérieur des Îles?

Si oui, quelles démarches devez-vous entreprendre pour ce faire? Si non, pourquoi?

Si oui, démarches?	Si non, pourquoi?

13. Dans la conduite de votre entreprise, utilisez-vous les outils technologiques suivants?

Pour chacun d'eux, indiquez également votre degré de familiarité à les utiliser.

Outil	Oui	Non	Peu familier	Familier	Très familier
Logiciel de traitement de texte					
Logiciel de comptabilité / calcul / gestion des stocks					
Numériseur (scanner) / Appareil photo numérique					
Courrier électronique					
Navigaton sur internet					
Achat par internet					
Promotion via le Web 2.0 (médias sociaux)					
Création numérique					
Vente ou présentation de votre production par internet					

14. En tant que producteur ou diffuseur en arts visuels et métiers d'art, à quelles formations souhaiteriez-vous avoir accès?*Indiquez la ou les formations souhaitées.***15. Parmi la liste suivante, dans quelle classe se situe le chiffre d'affaires brut (ventes, cachets, bourses, etc.) de vous ou de votre entreprise pour l'année 2011-2012 ?***Cochez la case appropriée.*

Moins de 10 000 \$		150 000 – 159 999 \$		300 000 – 309 999 \$	
10 000 – 19 999 \$		160 000 – 169 999 \$		310 000 – 319 999 \$	
20 000 – 29 999 \$		170 000 – 179 999 \$		320 000 – 329 999 \$	
30 000 – 39 999 \$		180 000 – 189 999 \$		330 000 – 339 999 \$	
40 000 – 49 999 \$		190 000 – 199 999 \$		340 000 – 349 999 \$	
50 000 – 59 999 \$		200 000 – 209 999 \$		350 000 – 359 999 \$	
60 000 – 69 999 \$		210 000 – 219 999 \$		360 000 – 369 999 \$	
70 000 – 79 999 \$		220 000 – 229 999 \$		370 000 – 379 999 \$	
80 000 – 89 999 \$		230 000 – 239 999 \$		380 000 – 389 999 \$	
90 000 – 99 999 \$		240 000 – 249 999 \$		390 000 – 399 999 \$	
100 000 – 109 999 \$		250 000 – 259 999 \$		400 000 – 409 999 \$	
110 000 – 119 999 \$		260 000 – 269 999 \$		410 000 – 419 999 \$	
120 000 – 129 999 \$		270 000 – 279 999 \$		420 000 – 429 999 \$	
130 000 – 139 999 \$		280 000 – 289 999 \$		430 000 – 439 999 \$	
140 000 – 149 999 \$		290 000 – 299 999 \$		440 000 \$ et plus	

16. Y a-t-il d'autres informations ou données concernant vos activités dont vous désirez nous faire part dans le cadre de cette étude?**Des questions ou des commentaires additionnels par rapport aux secteurs concernés?***Inscrivez vos informations, données, commentaires et questions dans la case ci-après.*



Arrimage

Une force de la culture

Corporation culturelle des Îles-de-la-Madeleine

Arrimage, Corporation culturelle des Îles-de-la-Madeleine
1-1349 ch. De La Vernière, L'Étang-du-Nord (Québec), G4T 3G1.
www.arrimage-im.qc.ca

Courriel : info@arrimage-im.qc.ca

Téléphone : (418) 986-3083

Télécopieur : (418) 986-4277