

# Étude du secteur des métiers d'art au Canada

Inventaire et sommaire de l'information déjà disponible;  
Définition du secteur des métiers d'art;  
Coordination des efforts pour développer le secteur des métiers d'art

une étude

Coordonnée par  
Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ)

à l'intention de  
Fédération canadienne des métiers d'art/The Canadian Craft Federation  
(FCMA/CCF)

et préparée pour

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international  
et  
Industrie Canada

par

Peartree Solutions Inc.  
Mai 2001

## **Étude du secteur des métiers d'art au Canada :**

**Inventaire et sommaire des ouvrages existants**

**Définition du secteur des métiers d'art**

**Coordination des efforts pour développer le secteur des métiers d'art**

### ÉTUDE COORDONNÉE PAR

Louise Chapados  
Directrice du développement des services et de l'exportation  
Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ)  
Marché Bonsecour  
350, rue Saint-Paul est, bureau 400  
Montréal (Québec) Canada  
H2Y 1H2  
Téléphone : (514) 861-2787  
Télécopieur: (514) 861-9191  
Courriel : [cmaq@métiers-d-art.qc.ca](mailto:cmaq@métiers-d-art.qc.ca)  
Site Web : [www.metiers-d-art.qc.ca](http://www.metiers-d-art.qc.ca)

### POUR

la Fédération canadienne des métiers d'art (FCMA)  
Robert Jekyll, président

### CONSULTANT

Bert Pereboom  
Peartree Solutions Inc.  
15 Glen Avenue  
Ottawa (Ontario) K1S 2Z6  
Téléphone : (613) 795-4548  
Télécopieur : (613) 730-2703

8 Gouvernement du Canada, 2001.  
The English Version of this study is available.

## **Remerciements**

Cette étude a été coordonnée par Louise Chapados, Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ), qui a fourni la plus grande partie des ouvrages consultés et qui a donné de judicieux avis tout au long du projet. Robert Jekyll, président de la Fédération canadienne des métiers d'art (FCMA), a également fourni des documents complémentaires et fait des suggestions concernant la version préliminaire de ce rapport. Leur contribution et leurs commentaires ont été particulièrement précieux. Des représentants des conseils des métiers d'art provinciaux ont donné leur point de vue à l'occasion d'interviews et fait part des études portant sur le secteur des métiers d'art dans leur région. L'étude a été faite pour le compte d'Industrie Canada et du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. L'auteur principal de l'étude est Bert Pereboom, directeur, Peartree Solutions Inc. Christiane Grignon et Lava Lavallée de Vestimetra International, ont fourni une aide appréciée pour les recherches.

## Table des matières

Première partie-Inventaire et sommaires des ouvrages existants	1
1.1_ Introduction	1
1.2_ Méthode	2
1.3_ Profil du secteur des métiers d'art	2
1.3.1 Profil des artisans	4
1.3.2 Profil des établissements de métiers d'art	14
1.3.3 Disponibilité de programmes d'enseignement et de formation Professionnelle	17
1.3.4 Évaluation du profil du secteur des métiers d'art	20
1.4 Technologie	20
1.4.1 Incidence de la technologie sur la production et la commercialisation	21
1.4.2 Tendances de la technologie au Canada et à l'étranger	22
1.4.3 Évaluation des technologies de l'information	22
1.5 Contexte commercial	
1.5.1 Tendances du Commerce au Canada et à l'étranger	23
1.5.2 Commercialisation des produits des métiers d'art canadiens au Canada	25
1.5.3 Nouveaux marchés d'exportation des produits canadiens	26
1.6 Initiatives sectorielles	28
1.6.1 Au niveau fédéral	29
1.6.2 Au niveau provincial	34
1.6.3 Évaluation des initiatives sectorielles	37
1.7 Profil du secteur des métiers d'art aux États-Unis	37
1.8 Conclusion et limites de l'information disponible	38
Partie 2 - Définition du secteur des métiers d'art	39
2.1 Définitions de Statistique Canada	40
2.2 Autres définitions en usage	42
2.3 Choix d'une définition	43
Partie 3 - Coordination des efforts pour développer le secteur des métiers d'art	44
3.1 Contexte	45
3.2 Programme d'activités et priorités	47
3.3 Structure opérationnelle	50
3.4 Conclusion	51
Annexe A : Liste de titres d'emplois du secteur de l'artisanat, en anglais	53
Annexe B : Catégorie de métiers d'art selon le matériau	54
Annexe C : Personnes interviewées	55
Annexe D : Principales organisations du secteur des métiers d'art au Canada	56
Bibliographie	64

---

# 1 Première partie-Inventaire et sommaire des ouvrages existants

## 1.1 Introduction

Le secteur des métiers d'art englobe une grande variété d'activités économiques et culturelles dont la plupart sont liées à la conception et à la réalisation d'oeuvres artistiques, utilitaires ou décoratives. Au Canada, les gouvernements sont généralement ambivalents en ce qui a trait au secteur des métiers d'art, qui est perçu comme n'étant pas suffisamment important d'un point de vue économique pour justifier une aide financière en vue de favoriser son expansion ni suffisamment important au plan de la valeur artistique pour mériter l'attention des ministères responsables de la culture et du patrimoine. Ces perceptions sont en train d'évoluer du fait que la qualité des oeuvres artisanales canadiennes jouit d'une notoriété de plus en plus grande et que les oeuvres de qualité supérieure ont de plus en plus leur place dans les galeries, sur le marché de l'art et dans le secteur du tourisme. Il y a des indications d'une demande grandissante pour des oeuvres exclusives réalisées par des artisans<sup>1</sup>. La valeur ajoutée générée par cette activité devient une source financière de plus en plus importante.

La difficulté à susciter l'intérêt des instances gouvernementales tient probablement aussi en partie au fait que les métiers d'art sont également pratiqués à titre amateur ou comme passe-temps. Bien que l'exercice d'un métier d'art à titre amateur doive être perçu comme quelque chose de distinct, dans l'Esprit des gens, ce genre d'activité tend à dévaloriser l'activité des artisans professionnels de talent. Le secteur des métiers d'arts contemporain produit des oeuvres à vocation utilitaire et des oeuvres d'art très prisées, telles que la verrerie d'art, les instruments de musique, les meubles les tissus et les vêtements exclusifs, les courtepointes, les bijoux, la céramique et les objets sculptés dans divers matériaux. Il existe des marchés nationaux et internationaux pour ces produits et la croissance de la demande vient en bonne partie du fait que les touristes recherchent des produits canadiens exclusifs de qualité supérieure qu'ils pourront utiliser, porter ou exposer chez eux. Le secteur des métiers d'art attire une clientèle qui, par goût, cherche des substituts aux articles utilitaires produits en série et sait apprécier la beauté d'une oeuvre de conception exclusive et de fabrication artisanale soignée.

Cette étude brosse un tableau actuel du secteur des métiers d'art au Canada et met en évidence les principales lacunes de nos connaissances au sujet du secteur. Elle vise trois objectifs: premièrement, rassembler et compiler l'information actuellement disponible concernant le secteur des métiers d'art; deuxièmement, exposer les caractéristiques permettant de définir le secteur; et troisièmement, faire des suggestions pour permettre aux intervenants du secteur d'agir plus efficacement, en s'alliant entre eux et en créant des partenaires avec les gouvernements, pour développer le secteur de même que ses marchés nationaux et

---

<sup>1</sup>Dans ce document, le terme *artisan* désigne toute personne s'adonnant à l'Exercice d'un métier d'art à titre professionnel.

internationaux.

## **1.2 Méthode**

Conformément au modèle de travail généralement appliqué par la Fédération canadienne des métiers d'art (FCMA), une des instances provinciales de l'organisme, le Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ), a dirigé le projet pour le compte de la Fédération. Industrie Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI), ont financé l'étude.

Les ouvrages utilisés dans l'analyse documentaire ont été fournis par les conseils des métiers d'art provinciaux ou trouvés sur l'Internet grâce à plusieurs moteurs de recherche. Cette information a été complétée par celle recueillie lors des entrevues réalisées avec des représentants des associations des métiers d'art partout au Canada. Nous avons appris que plusieurs études et exercices de planification étaient en cours dans diverses provinces, mais les rapports finals n'étaient pas disponibles au moment où cette étude a été réalisée. De même, nous avons appris qu'une étude de plus grande envergure avait été effectuée antérieurement, mais du fait que celle-ci n'était pas disponible sur support électronique et compte tenu du peu de temps dont nous disposions pour effectuer notre étude, nous n'avons pas pu examiner ce document. La bibliographie fait état de ces divers ouvrages.

Nous avons relevé des différences importantes dans l'information venant des diverses instances consultées au Canada. Notre analyse documentaire n'ayant pu porter que sur l'information disponible, il ne nous a pas été possible de combler les lacunes évidentes pour pouvoir donner une image exhaustive de l'importance économique et culturelle du secteur des métiers d'art au Canada.

## **1.3 Profil du secteur des métiers d'art**

La perception que les gens ont du secteur des métiers d'art peut s'expliquer, en partie, à la difficulté qu'a le secteur à présenter sa contribution à l'économie et au marché du travail d'une manière semblable à celle appliquée dans le cas des autres secteurs, comme le secteur automobile ou le secteur de la transformation des aliments. Par définition, le secteur des métiers d'art est composé de petites entreprises et de micro-entreprises qui effectuent leur travail dans des studios ou dans des ateliers qui ne sont pas aussi visibles aux passants que les grandes usines, les grands entrepôts ou les grands immeubles de bureaux des autres secteurs. Moteurs de la concurrence internationale dans bien des marchés de produits, les économies d'échelle sont rarement un facteur dans le secteur des métiers d'art, encore qu'à l'occasion, des collectivités artisanales et des sociétés de gestion collective conjuguent leurs efforts de vente et de mise en marché. Ce manque de visibilité du secteur des métiers d'art éclipse l'importante



contribution des artisans et des marchés de produits des métiers d'art à l'économie et à la richesse culturelle du pays.

La petite taille des studios et la diversité des moyens utilisés dans le secteur des métiers d'art sont aussi des facteurs faisant qu'il est difficile de créer et de faire vivre des associations commerciales ou sectorielles artisanales. La collectivité artisanale est disséminée et peu organisée, en partie parce qu'il est possible qu'une personne conçoive et fabrique des produits sans l'aide d'une organisation. Il semble qu'il n'y ait pas de personnalité ou d'entreprise dominante pouvant absorber le coût d'une commercialisation de grande portée. Le secteur compte peu d'emplois à plein temps, comparativement à d'autres professions, et le revenu moyen des artisans se situe dans le bas de l'échelle de revenus (Développement des ressources humaines Canada, 1994). Conséquemment, en dépit de sa contribution importante à l'économie et de sa possibilité d'accroître de façon substantielle l'emploi hautement qualifié à valeur ajoutée dans toutes les régions du Canada, le secteur des métiers d'art a du mal à étayer ses demandes pour obtenir de l'aide et pour développer ses marchés.

Au plan culturel, le secteur des métiers d'art est souvent considéré comme ayant une importance secondaire par rapport aux autres activités culturelles mieux connues comme les arts du spectacle (musique, théâtre, cinéma et télévision), les arts visuels et l'édition. Contrairement à la musique et aux films, les produits des métiers d'art étant d'une nature matérielle et ne pouvant être transmis par voie électronique (sauf sous la forme de photographie d'objets), ils se prêtent mal à une diffusion sur un vaste marché comme cela peut être le cas pour la musique populaire ou les films à succès. Ils se prêtent rarement à la réédition ou à la reproduction -- chaque objet étant une création originale de l'artisan -- et ils ne donnent pas lieu à des copies pouvant être vendues à bas prix. Si les artisans ne peuvent pas recourir à la production en volume important pour faire de l'argent, les plus habiles peuvent créer des œuvres ou des produits de grande valeur à partir de matières relativement peu coûteuses; par ailleurs, une commercialisation améliorée peut permettre d'accroître le rendement et la valeur des produits des métiers d'art.

Pourquoi devrait-on prêter une attention particulière au secteur des métiers d'art? Qu'est-ce que ce secteur peut offrir d'intéressant? Nombre d'observateurs pensent que le secteur des métiers d'art a une importance économique qui dépasse largement ce qu'une analyse économique ordinaire peut révéler. Il y a de bonnes raisons voulant que l'analyse économique conventionnelle de ce secteur en sous-estime l'activité économique et le poids dans l'économie et la culture du pays. Dans les données de Statistique Canada, les activités artisanales sont disséminées dans diverses catégories d'activité, si bien qu'il est difficile de mesurer distinctement l'activité économique générée par les métiers d'art. Cela tient en bonne partie au fait que nombre d'industries manufacturières sont d'origine artisanale et à ce que les industries artisanales sont généralement classées d'après la matière première utilisée, soit le bois, le métal, l'argile, le cuir, la fourrure, le tissu, etc. En conséquence, pour pouvoir faire une bonne analyse économique du secteur des métiers d'art, il faut procéder à une étude plus minutieuse qu'un simple inventaire des données de Statistiques Canada.

En fait, il serait plus judicieux de définir les activités artisanales en fonction de la profession plutôt que de l'industrie. La rubrique CTP 144, Artisans/artisanes, de la Classification type des professions (CTP) regroupe l'essentiel des activités du secteur des métiers d'art. Le principal inconvénient d'une analyse en fonction de la profession tient à ce que bon nombre des mesures de base de l'activité économique -- telles que le PIB, le chiffre d'affaires et les échanges -- sont généralement basées sur l'industrie plutôt que sur la profession. Toutefois, les données sur l'emploi et sur le revenu sont habituellement compilées en fonction de la profession et elles donnent une bonne indication de l'importance de l'activité économique.

Pour ces diverses raisons, un profil du secteur des métiers d'art qui serait fondé sur les données les plus communément accessibles ne saurait donner un image fidèle de l'importance du secteur d'un point de vue économique et d'un point de vue culturel. Cependant, faute de ressources à consacrer à des sources de données crédibles autres que Statistiques Canada, les groupes intéressés ont été contraints de tirer le meilleur partie possible des données publiées. Nous ne critiquons nullement la qualité des documents ou des analyses que nous avons examinés; nous voulons simplement souligner le fait que même la meilleure analyse possible des statistiques disponibles ne saurait donner un portrait adéquat du secteur des métiers d'art de Canada.

### **1.3.1. Profil des artisans**

L'examen que nous en avons fait révèle que les documents portant sur la main-d'oeuvre dans le secteur des métiers d'art sont peu étoffés, probablement en raison des difficultés que nous venons d'évoquer. Le secteur des métiers d'art a déjà été couvert par l'étude portant sur les arts visuels effectuée en 1994 par Price Waterhouse à la demande de Développement des ressources humaines Canada (DRHC) et du Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC), mais aucune étude détaillée portant sur les métiers d'art au Canada n'a été effectuée depuis lors. La plus grande parties des analyses récentes du secteur des métiers d'art au Canada a été fait au Québec, l'accent étant mis, comme on peut s'y attendre, sur l'exercice des métiers d'art dans cette province. Bien que nous nous soyons efforcés, dans la mesure où la documentation disponible le permettait, de décrire la population active oeuvrant dans les métiers d'art dans tout le Canada, dans les faits, l'information publiée varie grandement selon la province.

Plus que tout autre province, le Québec voit dans son secteur des métiers d'art un élément important de son patrimoine, de sa culture et de son économie. La province a donc consacré d'importantes ressources à l'étude et à l'expansion de ce secteur. Cette aide a permis au secteur des métiers d'art du Québec de faire état de son activité et de sa contribution économique d'une façon plus approfondie que toute autre région du Canada. Même si ces études ont été réalisées pour le Québec, elles contiennent bien souvent des renseignements sur l'ensemble du secteur des métiers d'art du Canada. Elles comportent éventuellement de l'information venant d'autres provinces, mais comme les méthodes et les définitions utilisées

diffèrent beaucoup, il est difficile d'établir des comparaisons entre les régions.

En général, les données de Statistiques Canada sur l'activité économique sont présentées en fonction de la classification des industries et de la classification des professions. L'utilisation de ces classifications et de ces données permet de faire des comparaisons entre divers secteurs de l'économie et également avec des industries semblables dans d'autres pays. Le tableau 1 donne les grandes catégories d'*industries* où se class le travail du groupe de *professions* Artisans/artisanes@.

Comme on peut le voir dans le tableau 1, selon les résultats du recensement de 1996, les artisans constituaient 0,1% de la population active totale. Ce même tableau indique que les artisans sont assez fortement concentrés dans les industries manufacturières, les industries du commerce de détail et les autres industries de services. Environ 34,5% des artisans travaillent pour des entreprises classées sous AIndustries du commerce de détail@, 29,7% travaillent pour des entreprises classés sous AAutres industries de service@ et 26,6% travaillent pour des entreprises classées sous AIndustries manufacturières@. Dans chacune de ces divisions, le pourcentage d'artisans est plus élevée que le pourcentage de la division par rapport à la population active totale, ce qui indique que les artisans occupent proportionnellement plus d'emplois dans ces divisions que dans les autres. Par exemple, 34,5% des artisans travaillent dans le commerce de détail, alors que la division des industries du commerce de détail totalise 12,4% de la population active totale.

Tableau 1: Emploi et répartition de la population active et des artisans selon la division

	Emploi total	% de l'ensemble de la population active	Nombre d'artisans	% de l'ensemble des artisans
Population active totale	14 317 545	100,0	18685	100,0
Division A - Industries agricoles et de services connexes	485 600	3,4	130	0,7
Division E - Industries manufacturières	2 039 845	14,2	4970	26,6
Division F - Industries de la construction	822 350	14,2	115	0,6
Division G - Industries du transport et de l'entreposage	598 925	4,2	15	0,6
Division I - Industries du commerce de gros	711 825	5,0	325	1,7
Division J - Industries du commerce de détail	1 781 250	12,4	6440	34,5
Division M - Industries de services aux entreprises	937 630	6,5	175	0,9

Division N - Industries des services gouvernementaux	887 450	6,2	210	1,1
Division O - Industries des services d'enseignement	1 005 585	7,0	370	2,0
Division P - Industries des soins de santé et des services sociaux	1 409 170	9,8	305	1,6
Division Q - Industries de l'hébergement et de la restauration	988 585	6,9	45	0,2
Division R - Autres industries de services	1 098 030	7,7	5 555	29,7
Autres industries	1 551 300	10,8	30	0,2

On peut classer les artisans par famille de métiers selon le matériau utilisé. Ces familles sont celles des métiers du bois; de la céramique; des textiles; des cuirs et des peaux; du verre; du papier, de l'estampe et de la reliure; des métaux; et des métiers pluridisciplinaires. Une analyse portant sur les métiers d'art au Québec révèle que les artisans sont relativement jeunes puisque, selon les estimations, 65% des artisans en activité devraient l'être encore dans vingt ans. Près de 61% des artisans ont un diplôme d'enseignement postsecondaire. D'après les résultats d'une enquête réalisée par le CMAQ, en 1995, près de 75% des artisans québécois avaient plus de dix années d'expérience (Conseil des métiers d'art du Québec, 2001).

Une étude récente portant sur le secteur des métiers d'art au Canada (Sabourin, 2000b) révèle ce qui suit:

- De 1990 à 1995, le nombre des artisans au Canada répondant à la définition de la profession «Artisans/artisanes» a diminué de 17% passant de 21 860 à 18 055. Durant cette période, le nombre d'artisans a augmenté uniquement dans les Territoires du Nord-Ouest et au Nouveau-Brunswick (de 14% et de 23% respectivement). Par contre, les provinces les plus touchées par cette baisse sont Terre-Neuve (46%), le Québec (37%) et la Saskatchewan (23%).
- De 1990 à 1995, le revenu annuel moyen des artisans au Canada a diminué de 21%, passant de 13 480\$ à 10 606\$. Au Québec, les artisans ont été moins touchés puisque leur revenu annuel moyen a diminué de 12% seulement.
- Au Québec, de 1990 à 1995, le nombre d'artisans travaillant à plein temps a diminué de 33%, pour se chiffrer à 5 880 en 1995. Terre-Neuve est la seule province où le nombre d'artisans travaillant à plein temps a augmenté au cours de cette période.
- Dans l'ensemble du Canada, en 1995, les femmes représentaient 65% du nombre

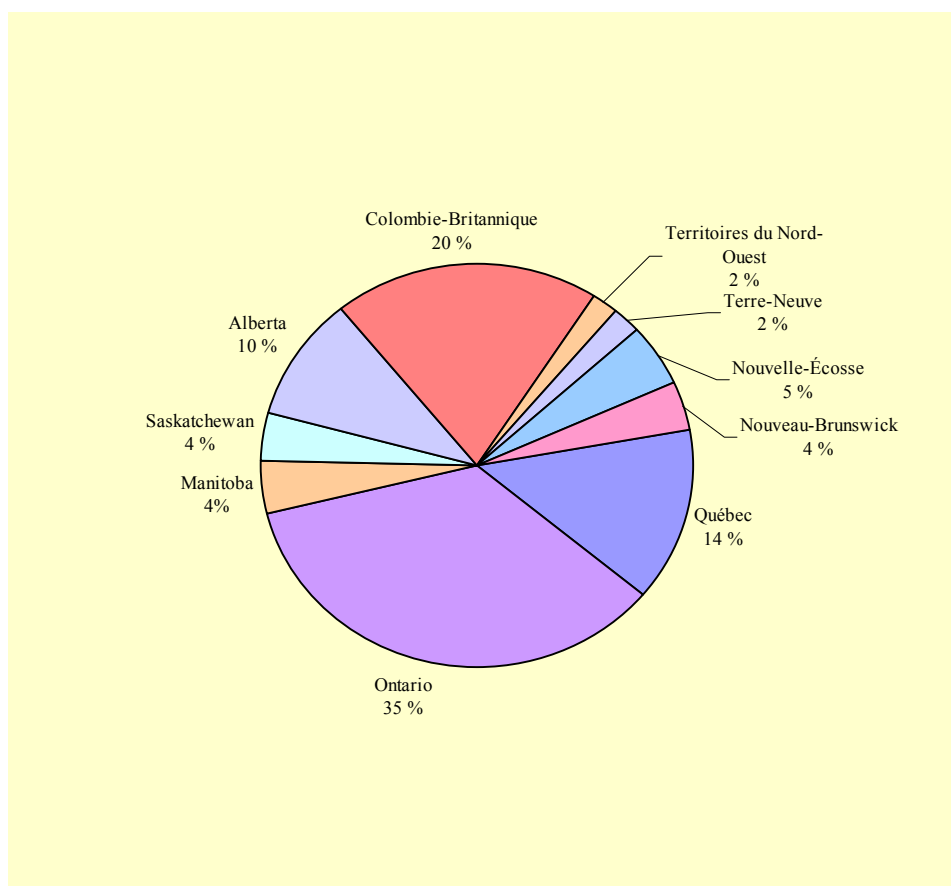
total d'artisans, comparativement à 70% en 1990. Pour l'ensemble du Canada, en 1990, le revenu moyen des artisanes était de 44% inférieur à celui des artisans et, en 1995, le pourcentage était tombé à 42% (Sabourin, 2000b)

Au Canada, le secteur des métiers d'art totalise 16% des emplois occupés par la population active travaillent dans les industries culturelles. Les métiers d'art constituent la seule catégorie d'emploi des industries culturelles dont la main-d'oeuvre a diminué entre 1990 et 1995. Le revenu annuel moyen des artisans travaillant à plein temps n'est que de 45% du revenu annuel moyen des travailleurs des autres industries culturelles (Conseil des arts du Canada, 1999).

Selon les résultats d'une enquête sur le secteur des métiers d'art de la Colombie-Britannique (Winram, 1999), 37% des 491 répondants se consacraient à plein temps à leur entreprise artisanale, 43% s'adonnaient à l'exercice d'un métier d'art à temps partiel et les 20% restants étaient des producteurs saisonniers ou occasionnels.

Un groupe de l'université du Québec à Montréal, dirigé par Vincent Sabourin, a effectué, pour le compte du CMAQ, une analyse des données de recensement publiées par Statistique Canada (1999). Nous présentons les principaux résultats de ce rapport dans les pages qui suivent.

**Figure 1 : Répartition des artisans selon la province, 1995**

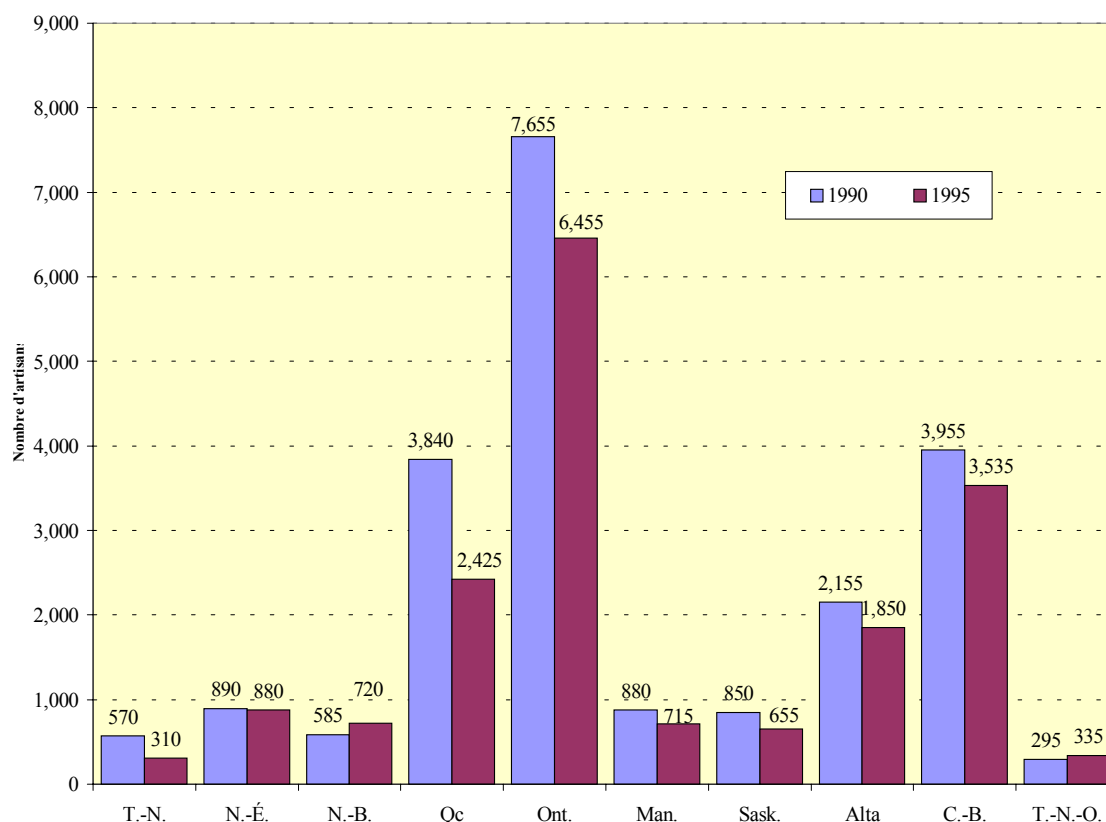


---

Statistique Canada, Recensement 1996.

- Les provinces de la Colombie-britannique, de l'Ontario et du Québec totalisent, à elles trois, 69 % de la population active canadienne classée dans la catégorie professionnelle \*Artisans/artisanes+.

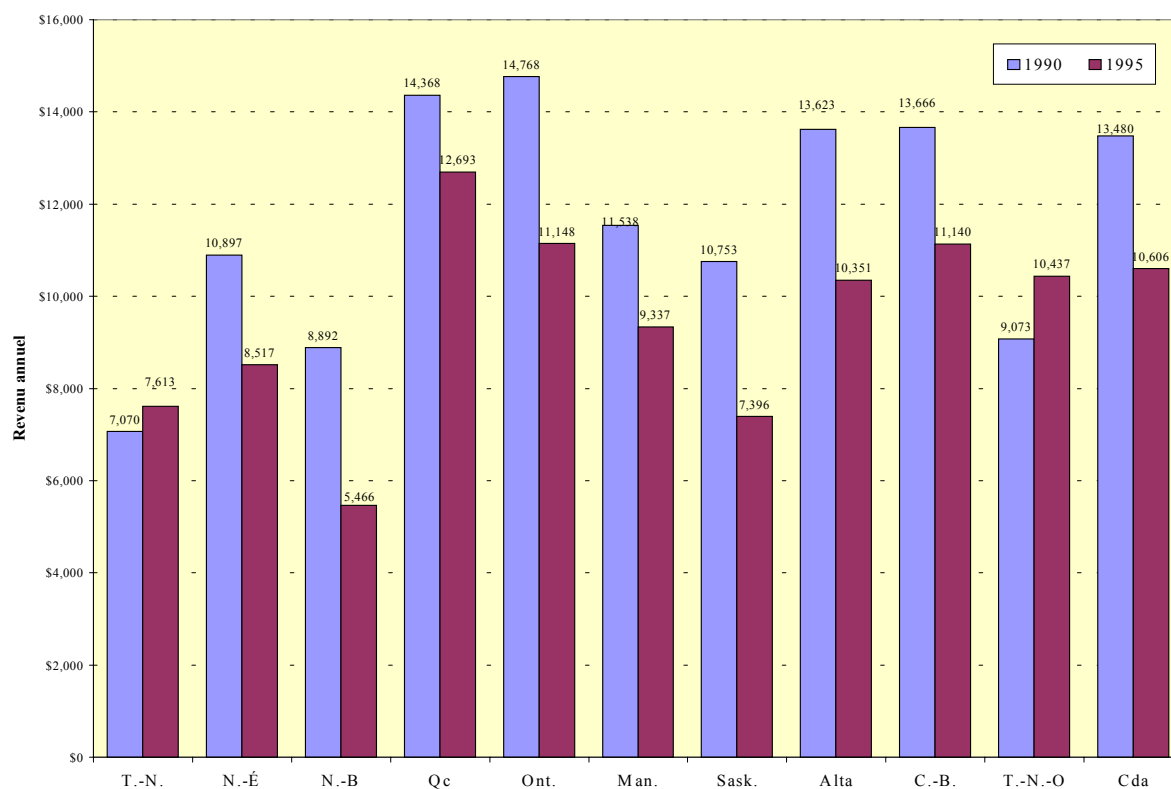
**Figure 2 : Nombre d'artisans par province, 1990 et 1995**




---

Statistique Canada, Recensements 1991 et 1996.

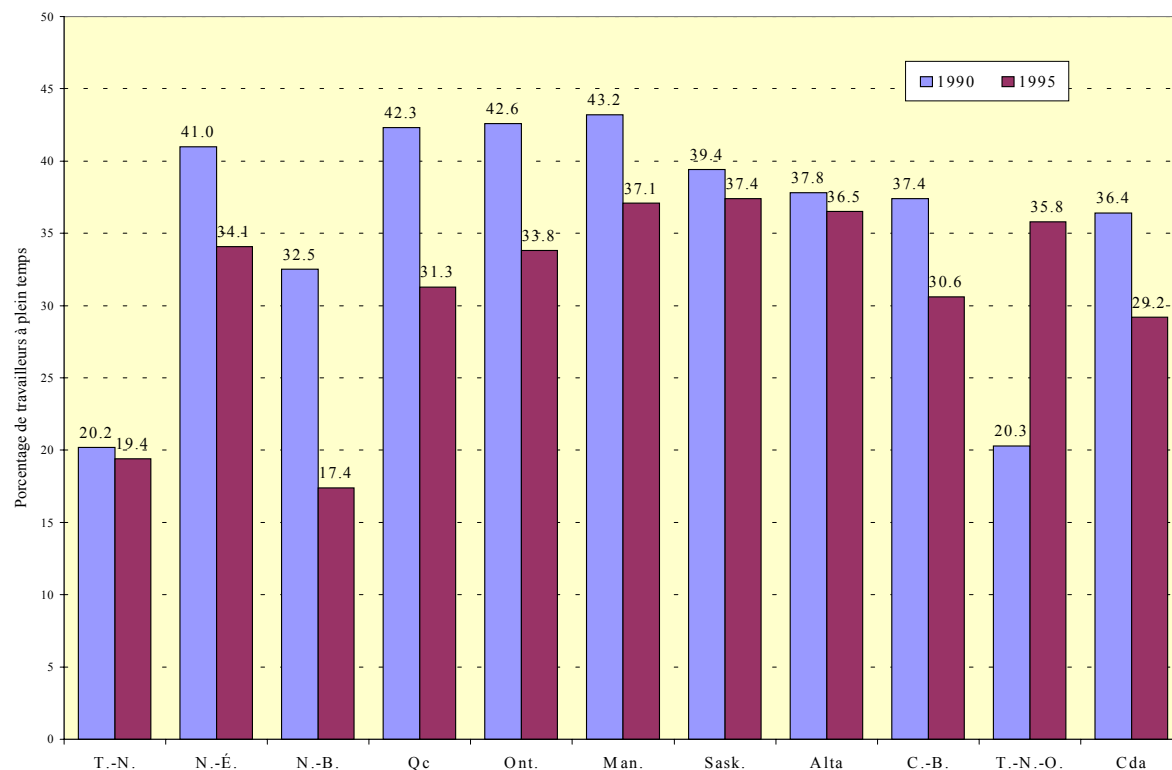
- § Entre 1990 et 1995, le nombre d'artisans est passé de 21 860 à 18 055, ce qui représente une baisse de 17 % pour la période observée.
  - § Les provinces les plus touchées par cette baisse sont Terre-Neuve (46 %), le Québec (37 %) et la Saskatchewan (23 %).
  - § La baisse de pourcentage la plus accentuée a été enregistrée au Québec (4 %); par contre, la Colombie-Britannique a enregistré une augmentation de 2 %.
-

**Figure 3 : Revenu moyen des artisans, 1990 et 1995**

Statistique Canada, Recensements 1991 et 1996.

- § Entre 1990 et 1995, le revenu moyen des artisans a baissé de 21 %, passant de 13 480\$ à 10 606\$.
- § Les provinces les plus touchées par cette baisse sont le Nouveau-Brunswick (39 %), la Saskatchewan (39 %), l'Ontario (25 %) et l'Alberta (24 %).
- § Le Québec est la province où la diminution du revenu moyen a été la plus faible (12 %).



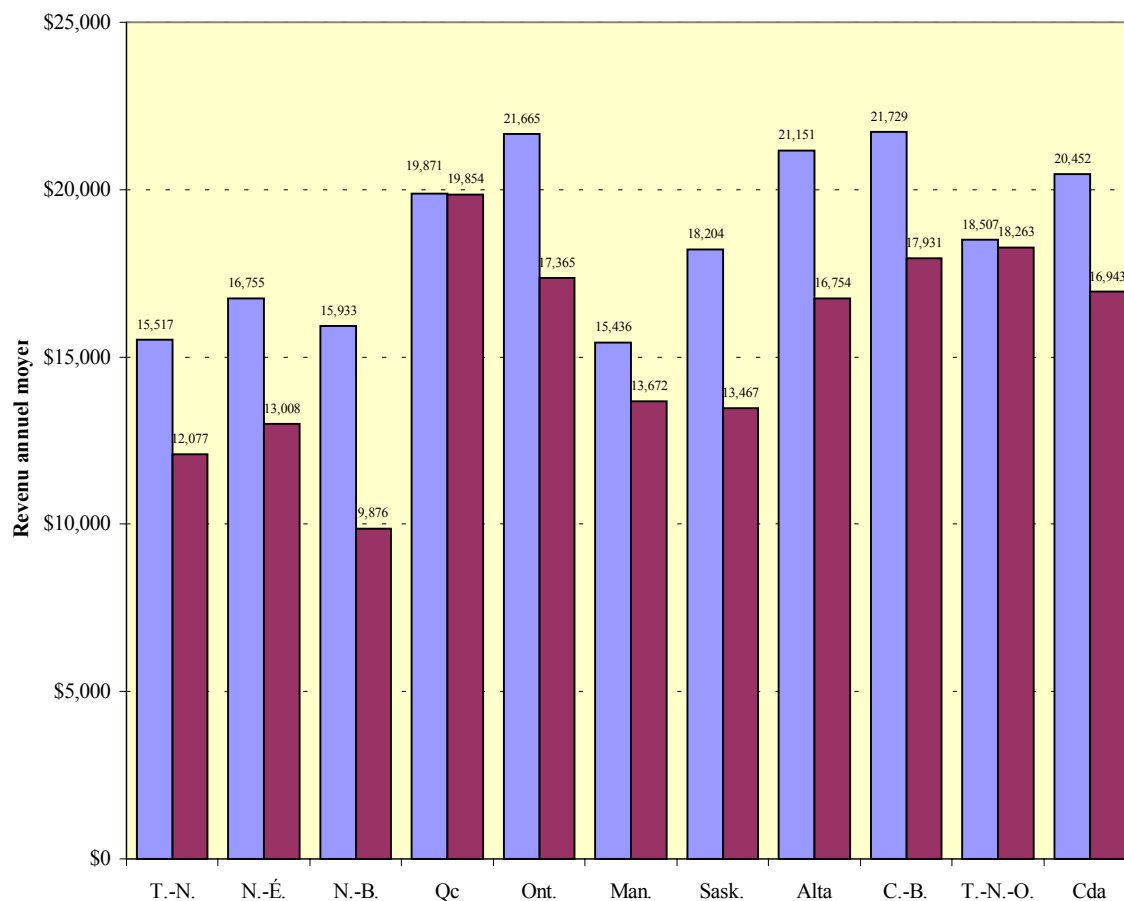
**Figure 4 : Pourcentage d'artisans travaillant à plein temps, 1990 et 1995**


---

**Statistique Canada, Recensements 1991 et 1996**

- § Entre 1990 et 1995, le nombre d'artisans a baissé de 33 %, passant de 8 715 à 5 880.
  - § Par rapport à l'ensemble des personnes travaillant à plein temps, la baisse du nombre d'artisans travaillant à plein temps a été de 7 %.
  - § Les provinces du Nouveau-Brunswick (15,1 %), du Québec (11 %), de l'Ontario (8,8 %), de la Colombie-Britannique et de la Nouvelle-Écosse (6,9 %) sont celles où la baisse en pourcentage du nombre d'artisans travaillant à plein temps a été la plus forte.
-

Figure 5 : Revenu moyen des artisans travaillant à plein temps par province, 1990 et 1995

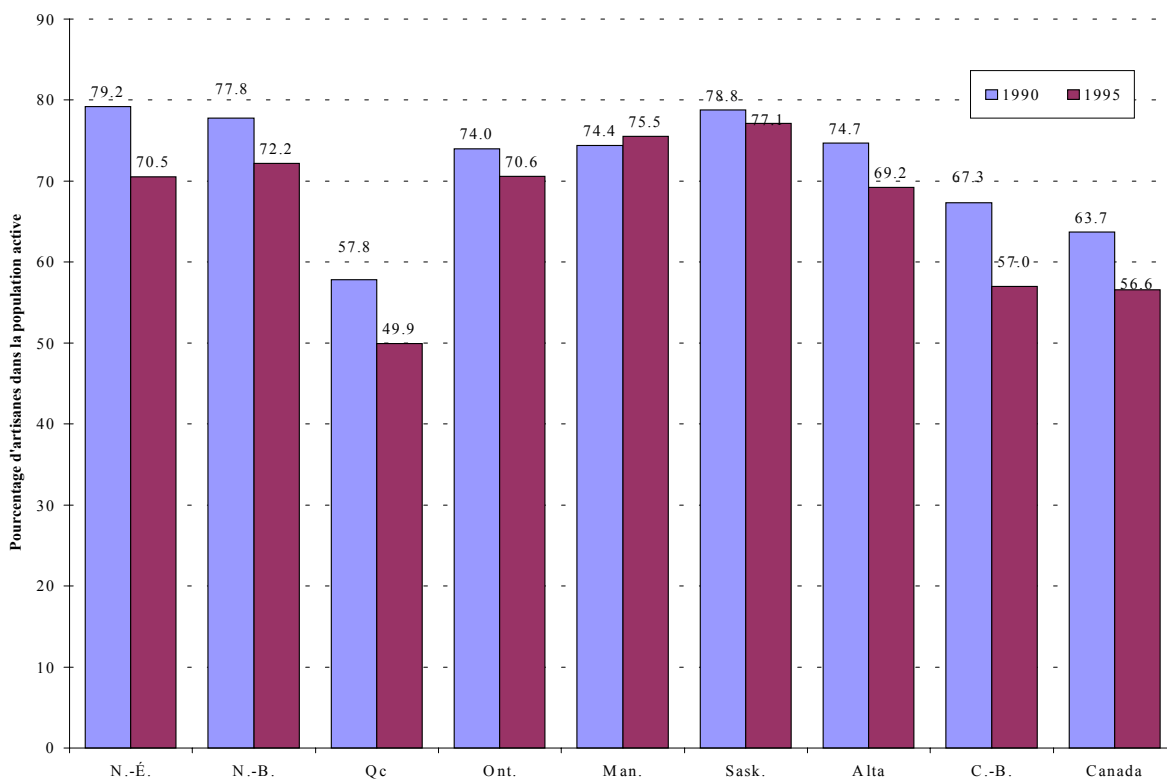



---

Statistique Canada, Recensements 1991 et 1996.

- § Entre 1990 et 1995, le revenu moyen des artisans travaillant à plein temps a baissé de 17,2 %, passant de 20 452 \$ à 16 943 \$.
  - § Les provinces du Nouveau-Brunswick (38 %), de la Saskatchewan (26 %), de la Nouvelle-Écosse (22,4 %), de Terre-Neuve (22,2 %), de l'Alberta (20,8 %) et de l'Ontario (19,8 %) sont celles où la baisse du revenu moyen des artisans travaillant à plein temps a été la plus forte.
  - § Le Québec est la seule province où le revenu moyen des artisans travaillant à plein temps est demeuré stable durant la période observée.
-

**Figure 6 : Pourcentage d'artistes par province, 1990 et 1995**




---

Statistique Canada, Recensements 1991 et 1996

- § Entre 1990 et 1995, le pourcentage d'artistes a baissé de 7,2 %, passant de 63,7 % à 56,6 %.
  - § Les plus fortes baisses du nombre d'artistes ont été enregistrées en Colombie-Britannique (10,3 %), en Nouvelle-Écosse (8,8 %) et au Québec (7,9 %).
  - § Le Manitoba est la seule province où le pourcentage d'artistes a augmenté durant la période observée (1,1 %).
-

### 1.3.2 Profil des établissements de métiers d'art

Tout comme dans le cas du profil des artisans, l'élaboration du profil des établissements de métiers d'art est rendu difficile en raison des problèmes liés aux données statistiques et aux définitions. Les études de l'incidence économique du secteur des métiers d'arts souffrent du fait que les définitions des établissements de métiers d'art ne sont pas uniformes. Dans un certain nombre de cas, la définition exclut les entreprises de grande taille parce qu'en raison de l'envergure de leur activité, celles-ci sont considérées comme relevant plus de la production de masse que de la production artisanale. Un certain nombre d'études tiennent compte uniquement de l'exercice professionnel des métiers d'art à plein temps; d'autres études incluent l'exercice des métiers d'art à temps partiel et la production en amateur.

L'idée qu'on se fait de la taille et de l'envergure du secteur des métiers d'art variera selon la définition utilisée. Par exemple, si les très petites entreprises sont incluses, les conclusions quant à la viabilité des entreprises artisanales seront bien différentes; par contre, si on exclut les très petites entreprises, les estimations du nombre d'artisans sont nettement moindres.

Faute d'une étude nationale qui aurait établi des définitions et dressé un tableau des métiers d'art dans les diverses provinces ou régions, les conseils des métiers d'art provinciaux se sont efforcés d'établir le profil des entreprises artisanales de leur propre province. Ces études fournissent, sans aucun doute, des renseignements utiles; en raison des différences dans les méthodes appliquées, il est toutefois difficile de comparer les statistiques et les descriptions du secteur des métiers d'art des diverses provinces.

Une compilation des profils provinciaux faite par la FCMA (Guide sommaire, 2001) a donné les résultats suivants:

- § En 1998, le secteur des métiers d'art de Terre-Neuve et du Labrador comprenait 500 entreprises, qui employaient quelque 2 500 personnes à plein temps ou à temps partiel et qui généraient pour 25 millions de dollars de revenu. Dans la province même les marchés sont caractérisés par les salons des métiers d'art axés sur la vente au détail et quelques 165 boutiques d'artisanat tandis qu'à l'extérieur de la province ils sont caractérisés par la vente à des commerces de détail dans tout le Canada. La participation à des foires commerciales et à des salons des métiers d'art, de même que la vente par catalogue et sur l'Internet sont couramment pratiquées. Environ une trentaine d'entreprises artisanales exportent à l'étranger, généralement dans l'est des États-Unis, et le plus souvent pas l'intermédiaire d'un représentant du fabricant.
- § En ce qui a trait à la Nouvelle-Écosse, on manque de données sur la taille et la composition du secteur des métiers d'art -- la dernière enquête statistique portant sur le

- secteur des métiers d'art dans cette province remonte à 1984; elle visait uniquement la production artisanale bas de gamme. Si l'on additionne le nombre de membres du *Nova Scotia Designer Crafts Council* (NSDCC), le nombre des entreprises participant à la foire commerciale de l'artisanat atlantique (*Atlantic Crafts Trade Show*) ou des entreprises répertoriées dans le guide des acheteurs (*Buyers Guide*), le nombre des entreprises figurant sur le circuit des ateliers de métier d'art (*Studio Rally*) et le nombre approximatif d'artisans établis dans la province ne figurant sur aucune de ces listes, en obtient, pour l'année 2000, un total estimatif de quelque 500 artisans professionnels et entreprises artisanales en exploitation en Nouvelle-Écosse. De ceux-ci, un bon nombre exportent déjà à l'extérieur de la province, mais peu exportent à l'étranger. Tous les types de matériaux sont utilisés dans le secteur des métiers d'art de la Nouvelle-Écosse et celui-ci s'adonne à la production en quantité aussi bien qu'à la création exclusive.
- § L'Île-du-Prince-Édouard vient juste de produire un aperçu statistique de son secteur des métiers d'art, dont la publication, toutefois, n'est survenue qu'après que le présent rapport ait été finalisé (*Prince Edward Island Crafts Council*, 2001, et *Pinsent et Gabriel*, 2001). Les chiffres correspondent aux artisans travaillant à plein temps et à temps partiel, aux artisans d'expérience aussi bien qu'aux artisans amateurs (probablement une vingtaine d'artisans travaillant à plein temps et quelque 150 artisans à temps partiel). Le secteur des métiers d'art de l'Île-du-Prince-Édouard semble aller vers une crise, une partie importante de la demande du marché pour des produits des métiers d'art locaux ne pouvant être satisfaite. L'Île-du-Prince-Édouard n'offrant pas suffisamment de programmes de formation, les personnes ayant des talents artistiques et désireuses d'étudier un métier d'art ne peuvent le faire dans la province.
- § En 1998, 491 répondants ont participé à l'enquête sur le secteur des métiers d'art de la Colombie-Britannique (Winram, 1999); toutefois, le rapport de l'enquête ne donne aucune estimation du nombre d'entreprises artisanales ni du nombre d'artisans dans cette province.
- § Au Québec, selon des estimations, le secteur des métiers d'art emploie entre 1 500 et 2000 personnes. Plus de 600 sont des artisans professionnels inscrits auprès du CMAQ. Outre les salons des métiers d'art locaux et la centaine de boutiques d'artisanat, 350 artisans participent au Salon des métiers d'art, qui génère des ventes annuelles d'environ 6,5 millions de dollars représentant 30% du revenu annuel moyen des participants.
- § Au début des années 90, Diversification de l'économie de l'Ouest Canada a financé des études du secteur des métiers d'art en Alberta et au Manitoba; toutefois, les rapports de ces études n'étaient pas disponibles durant le court laps de temps imparti pour effectuer la présente étude (*Alberta Craft Council*, 1994 et McFall, 1994; les documents relatifs à

l'étude ciblant le Manitoba n'étaient pas disponibles au moment de la présente étude).

### *Comparabilité des données*

Les différences entre les définitions relatives au secteur des métiers d'art peuvent conduire à des conclusions apparemment contradictoires sur la façon dont le secteur évolue. Un exemple illustre ce point. Dans Sabourin (1999), on peut lire que, selon les données tirées de l'enquête sur la population active du secteur culturel, entre 1992 et 1996 au Québec, le nombre des artisans a augmenté, passant de 9 800 à 13 000, ce qui représente une augmentation de 33%.

Toutefois, comme on peut le voir sur la figure 2 ci-dessus, selon les données du recensement, entre 1990 et 1995 au Québec, le nombre des artisans a baissé de 37%, passant de 3 840 à 2 425. Bien que les effets de la récession du début des années 90 puissent expliquer en partie les écarts entre ces deux séries de données, le fait que celles-ci mettent en lumière des tendances de l'emploi diamétralement opposées pour des périodes sensiblement identiques est déconcertant.

À cause des différences entre les définitions, l'image du secteur des métiers d'art au Canada et dans les provinces est imprécise car on ne peut pas savoir si les écarts observés dans le nombre des entreprises ou des employés sont dus à une différence de définition ou à un changement quant à la vigueur économique du secteur. Les intervenants du secteur des métiers d'art ont admis qu'il y avait là un problème. Comme le souligne Charles Lewton-Brain (1999), représentant du secteur des métiers d'art à la Conférence canadienne des arts (CCA):  
(TRADUCTION)

Les responsables des conseils des métiers d'art aimeraient que la FCMA incite Statistique Canada et les autres organismes faisant des enquêtes et produisant des données à adopter une manière de faire qui permette de générer des statistiques et de l'information reflétant le secteur des métiers d'art, afin de favoriser le développement de celui-ci et de permettre d'en repérer les points forts et les problèmes. Notamment de telles données devraient permettre d'évaluer l'importance du secteur, sa contribution à l'économie, ses effectifs, ainsi que ses effets primaires et secondaires aux plans économique et culturel.

Jusqu'à présent, le secteur n'a pas eu d'occasion réelle d'élaborer des définitions uniformes et d'adopter une méthode universelle de collecte de données portant sur les métiers d'art. Il ne s'agit pas là d'une préoccupation purement théorique; il est essentiel de pouvoir mesurer l'exercice des métiers d'art d'une manière uniforme pour pouvoir comprendre les changements observés au fil du temps et pour pouvoir évaluer les effets des programmes et des investissements réalisés par l'État dans le secteur des métiers d'art.

### *Viabilité des entreprises*

Selon l'étude de Sabourin (1999), au Québec, un tiers des entreprises artisanales avaient été créées durant les cinq dernières années et un tiers étaient en exploitation depuis plus de dix ans. Compte tenu de la baisse globale du nombre d'entreprises dans cette province, on peut conclure qu'il y a eu un nombre important de créations et de fermetures d'entreprises dans le secteur des métiers d'art.

Toujours selon Sabourin (1999) dans un bon nombre de cas, les entreprises artisanales qui connaissent le succès sont des entreprises familiales où, bien souvent, les deux conjoints ou plusieurs générations ont uni leurs efforts pour rendre l'entreprise florissante. Les entreprises familiales ont des coûts d'exploitation considérablement réduits et bénéficient de certains avantages fiscaux; mais surtout, elles permettent d'investir du capital patient, c'est-à-dire d'investir du temps et de l'énergie sans avoir, à court terme, à verser une rémunération à des salariés.

Selon les résultats d'une enquête portant sur les secteurs des métiers d'art effectuée en 1999 (Groupe de travail sur les métiers d'art, 1999), il y avait alors au Québec 652 entreprises s'adonnant principalement à la production artisanal et présentant les caractéristiques suivantes:

- § Les deux tiers des entreprises artisanales québécoises existent depuis plus de cinq années; 20% comptent entre 6 et 10 années d'existence, et 46% existent depuis plus de dix ans.
- § Plus de 60% des artisans québécois sont des travailleurs autonomes et se chargent eux-mêmes de la gestion de leur entreprise ou font appel à des sous-traitants pour certaines opérations.
- § Moins d'un tiers des artisans québécois sont à la tête d'une micro-entreprise employant entre une et cinq personnes sur une base régulière ou temporaire. Seulement 5% des entreprises artisanales ont plus de cinq employés.
- § Au Québec, le revenu moyen d'une entreprise artisanale est de 69 000\$. Sept entreprises sur dix ont un chiffre d'affaires supérieur à 50 000\$, et 15,4% des entreprises artisanales ont un chiffre d'affaires supérieur à 100 000\$.

En Colombie-Britannique, selon les résultats de l'enquête commandée en 1997 par le CABC (Winram, 1999), 88% des répondants vendaient des produits des métiers d'art. La moitié en tirait un revenu inférieur à 5 000\$, 23% ayant déclaré un revenu inférieur à 1 000\$. Par ailleurs, 20% des artisans ayant vendu des produits des métiers d'art ont déclaré qu'ils avaient tiré de ces ventes plus de 20 000\$, 4% d'entre eux ayant déclaré un revenu compris entre 50 000\$ et 100 000\$ et 3% ayant déclaré un revenu supérieur à 100 000\$.

### **1.3.3 Disponibilité de programmes d'enseignement et de formation professionnelle**

Traditionnellement, les techniques artisanales étaient enseignées de génération en génération par un apprentissage structuré ou non. De nos jours, toutefois, il semble que, dans toutes les régions du pays, des collèges et des écoles d'arts et métiers offrent des programmes axés sur les métiers d'art. Cependant, de façon générale, nous n'avons pas pu trouver de répertoire ou de catalogue des programmes d'enseignement ou de perfectionnement en usage dans le secteur des métiers d'art, qu'il s'agisse de programmes de portée générale ou de programmes axés sur des métiers ou des matériaux particuliers. Bien que, dans les diverses provinces, la plupart des conseils, des universités et des collèges aient des sites Web offrant ce genre d'information, notre mandat pour cette étude ne prévoyait pas la compilation de ces renseignements en vue de constituer une source pancanadienne unique des programmes d'enseignement et de perfectionnement en rapport avec les métiers d'art.

Selon les résultats d'une enquête sur le secteur des métiers d'art de la Colombie-Britannique (Winram, 1999), près de deux tiers des répondants se sont formés eux-mêmes et 38% ont reçu une formation artisanale à l'université ou dans un collège communautaire (les répondants pouvaient déclarer plus d'une source d'enseignement ou de formation). Parmi les autres sources importantes de formation, citons les écoles d'arts et métiers (25% des répondants), les programmes d'éducation permanente (24%), les écoles secondaires (23%) et l'apprentissage ou le mentorat (21%). Toujours selon la même enquête, les compétences en gestion d'entreprise sont surtout acquises sur le terrain (74%). En fait, 22% seulement des répondants ont déclaré avoir pris des cours de gestion d'entreprise dans un établissement d'enseignement.

#### *Formation donnée par les établissements d'enseignement*

La documentation concernant la disponibilité de formation en techniques des métiers d'art offerte par les établissements d'enseignement est limitée; néanmoins, nous pensons que de nombreux collèges et universités offrent des programmes axés sur la formation aux métiers d'art et sur la gestion d'entreprise. Les collèges d'arts et de métiers n'offrent pas de formation générale en gestion d'entreprise, même si nombre de leurs diplômés sont appelés à gagner leur vie comme artisans autonomes.

Le Groupe de travail sur les métiers d'art (1999) souligne que, dans le système collégial québécois, le programme Techniques des métiers d'art (DEC 573.01) offre une formation professionnelle qui prépare les étudiants au marché de travail et à la gestion d'entreprise. Ce programme permet d'acquérir une formation technique ainsi que les connaissances nécessaires pour créer son propre emploi. Au Québec, l'Institut des métiers d'art du Cégep du Vieux-Montréal (Montréal) et le Centre de formation et de consultation en métiers d'art du Cégep de Limoilou (à Québec) sont chargés de la mise en oeuvre du Plan national de formation en métiers d'art adopté en 1984. Plus d'une dizaine d'écoles-ateliers offrent une formation technique



(céramique, fabrication d'instruments de musique, ébénisterie, textiles, verrerie, bijouterie, travail du cuir, etc.), tandis que les cours d'enseignement général et de gestion d'entreprise sont donnés dans les cégeps. D'autres cours en formation sont donnés en dehors des cégeps et des écoles-ateliers, soit par des maîtres-artisans ou par d'autres établissements de niveau collégial ou universitaire (mode, design, dessin industriel, etc.).

Parmi les autres établissements postsecondaires offrant des programmes axés sur les métiers d'art, citons le *Nova Scotia College of Art and Design*, à Halifax, l'université de Concordia, à Montréal, et le *Craft and Design Program* du collège Sheridan, à Oakville (Ontario).

Lewton-Brain souligne que le conseil des métiers d'art, *Saskatchewan Craft Council*, et les artisans de la Saskatchewan: (TRADUCTION)

sont très préoccupés au sujet de l'avenir de l'enseignement des arts et des techniques des métiers d'art dans la province (comme c'est le cas à l'Île-du-Prince-Édouard). Les cours ayant été supprimés dernièrement incluent notamment le tissage et la céramique. Au dernier relevé qui en a été fait, les établissements d'enseignement postsecondaires offrant une formation en métiers d'art (il n'est d'ailleurs pas certain qu'ils offrent toujours ce genre de cours) n'étaient plus que les suivants:

- § Université de Saskatchewan: sculpture, gravure, photographie
- § Université de Regina :sculpture, poterie, photographie
- § SIAST Woodland Campus (collège communautaire): poterie

Les membres du Conseil souhaitent que l'éventail des cours en métiers d'art offerts dans la province soit enrichi.

### *Éducation permanente*

Les entrevues effectuées avec des représentants du secteur des métiers d'art ont révélé que tous les conseils des métiers d'art provinciaux considèrent qu'un élément important de leur mandat consiste à fournir aux membres des programmes d'éducation permanente ou des programmes de formation. Bien que tels programmes soient dispensés de façon relativement non structurée et en dehors du système d'éducation, ils permettent d'acquérir une grande diversité de compétences techniques et de compétences en gestion d'entreprises favorisant l'amélioration de la qualité et le création d'entreprise. Ainsi, des séminaires sont offerts sur la photographie d'oeuvres des métiers d'art, l'initiation à la fiscalité des entreprises ou l'exploitation de nouveaux marchés pour les produits des métiers d'art. Des organismes comme Harbourfront ou le *Banff Centre for*

*the Arts Courses* offrent également des activités de perfectionnement dans les métiers d'art.

Charles Lewton-Brain (1999) relève qu'en Nouvelle-Écosse, le *Designer Crafts Council* coordonne un programme d'ateliers où des maîtres-artisans enseignent leurs techniques et partagent leur savoir. Ce programme vise à inciter les artisans à partager leur savoir-faire. Selon Weinrich (2001), les producteurs d'objets des métiers d'art au Canada utilisent une grande variété de techniques et de matériaux provenant de partout dans le monde, grâce notamment à l'information communiquée par un nombre sans cesse grandissant de revues spécialisées. On utilise actuellement dans diverses régions du Canada un certain nombre de techniques telles que le batik, le *plangi* (filage et teinture), le niellage et le *mokume* (travail artistique du métal) auparavant confinées dans des régions géographiques spécifiques. Seulement un petit nombre de techniques artisanales comme le tissage des ceintures fléchées demeurent cantonnées à de petites régions. Soulignons que ces techniques artisanales correspondent à une production très spécialisée et, parfois, très limitée. Néanmoins, il est particulièrement important que les intéressés puissent avoir accès à l'information sur les techniques utilisées et sur les particularités de la culture visuelle.

Bien que la plupart des conseils des métiers d'art provinciaux aient inclus dans leur mandat la nécessité de promouvoir le perfectionnement et d'offrir des cours et des ateliers, il ne semble pas y avoir de catalogue ou de répertoire national de leurs programmes. En conséquence, une bonne partie de la formation et du perfectionnement continue d'être donnée d'une manière non structurée, sans certificat et, dans une bonne mesure, sans être reconnue autrement que par le fait que cela se traduit dans la production de l'artisan.

#### **1.3.4 Évaluation du profil du secteur des métiers d'art**

L'information actuellement disponible ne constitue pas un fondement suffisant pour que les décideurs du secteur et ceux du secteur privé puissent exercer un jugement éclairé en ce qui a trait au plan d'action qu'il conviendrait d'adopter pour favoriser le développement économique, commercial ou culturel du secteur des métiers d'arts. Les différences dans les méthodes, les définitions et les périodes visées par les analyses rendent difficiles les comparaisons inter provinciales et empêchent de déceler des tendances derrière les données.

Il serait très intéressant de pouvoir élaborer un profil plus exhaustif du secteur des métiers d'art au Canada. Néanmoins, une étude détaillée d'envergure nationale appuyée sur de l'information et des statistiques provinciales permettrait déjà de brosser un tableau plus juste du secteur des métiers d'art si on utilisait pour ce faire des définitions et des catégories d'activité économique uniformes. Un tel profil pourrait s'inspirer des points forts des profils antérieurs tout en éliminant un certain nombre des difficultés et des problèmes qui limitent l'utilité des données.

### **1.4 Technologie**

Les changements technologiques ont eu une incidence sur les secteurs des métiers d'art dans au moins deux domaines cruciaux -- la production, d'une part, et la commercialisation et la vente, d'autre part. Bien que les machines servant à la production en série soient considérées par beaucoup comme étant en dehors du champ des métiers d'art, les artisans sont généralement ouverts à l'utilisation des techniques et de matériaux nouveaux ou perfectionnés dans la mesure où cela leur permet de ne pas trahir la nature propre de leur production. Les technologies de l'information telles que les catalogues et les méthodes de commercialisation électroniques sont largement considérées comme des moyens efficaces pour élargir les marchés ou favoriser les ventes répétitives à une clientèle établie.

#### **1.4.1 Incidence de la technologie sur la production et la commercialisation**

Un nombre grandissant d'artisans ont recours au commerce électronique pour promouvoir et distribuer leurs produits. En ce qui a trait au secteur des métiers d'art, le commerce électronique permet de satisfaire des besoins très spécialisés et de donner un grand volume d'information (textes et illustrations) à faible coût.

Selon Sabourin (2000a), deux types de sites Web répondent particulièrement bien aux besoins des artisans: les sites de référence et les sites d'achat. Le site de référence donne accès à l'artisan et fait de la promotion du travail de celui-ci en mettant en évidence sa créativité. Avec un tel site, l'artisan demeure responsable de la distribution et de la commercialisation. Les sites d'achat connaissent actuellement une croissance considérable. Ce type de site prend en charge la majorité des fonctions liées à la commercialisation et à la distribution, permettant à l'artisan de se consacrer à la création et à la production. Du fait qu'ils fonctionnent au moyen de boutiques et de galeries virtuelles, les sites d'achat transfèrent une partie de leurs risques commerciaux aux grossistes et aux artisans, ainsi qu'aux acheteurs. Les artisans qui utilisent les services des sites d'achat investissent peu ou pas du tout dans les stocks, souhaitent y trouver des ventes garanties, et ils imputent les frais d'expédition à l'acheteur.

Selon Sabourin (1999), pour faire des affaires sur Internet, il faut avoir des mots clés uniformes en français et en anglais. Il est préférable d'opter pour les sites spécialisés qui classent les produits par matériau utilisé -- par exemple, verre, fourrure ou bois -- et par région géographique. De tels sites donnent également de l'information générale sur les arts, les métiers d'art, les salons de métiers d'art et >évaluation des ouvrages des métiers d'art. Wide Arts Resources, Juried Online Arts Festival, Céramic Ressources et Artifrance sont des exemples de ce genre de sites. Dans le plupart des cas, toutefois, les artisans doivent créer leur propre site et engager des coûts de représentation (ou des coûts de référence, pour l'établissement de liens, *tags*, avec d'autres sites).

On peut également vendre des produits en ligne au moyen de sites d'achat spécialisés comme

ToutUnObjet ou Guild.com. Ces sites permettent aux internautes de passer une commande et de payer leurs achats directement au moyen du commerce électronique. Ces sites se tiennent habituellement responsables de la sécurité des données échangées, mais aussi de la qualité des produits; ils ont des politiques de retour de marchandise et de remboursement et assurent la livraison. Parmi les autres manières de vendre des produits en ligne, les artisans ont la possibilité d'afficher leur entreprise sur les sites de référence généraux, sur les sites d'achat généraux (de grande envergure comme Amazon.com, ou de moindre envergure comme Clic.net) ou sur les sites de grossistes. Ces divers moyens de faire des affaires en ligne sont présentés en détail dans Sabourin (2000a).

#### **1.4.2 Tendances de la technologie au Canada et à l'étranger**

De nombreux facteurs rendront le commerce électronique de plus en plus attrayant pour la promotion des produits des métiers d'art. Dans la plupart des pays industrialisés, notamment au Canada, les sociétés de téléphone, de transmission par câble et de transmission par satellite se font concurrence pour offrir des services de commerce électronique. Le nombre de plate formes technologiques différentes complique la logistique des liens entre les marchés des différents pays. En raison des pressions économiques et commerciales, une norme mondiale devrait être adoptée d'ici deux ans. En outre, des normes visant la sécurité des transactions sont en cours d'élaboration. Un protocole commun devrait être prêt d'ici 2002 pour les principaux pays industrialisés.

Actuellement, le commerce électronique des produits des métiers d'art est soumis à des contraintes importantes dues à l'infrastructure et aux réseaux Internet. Selon Sabourin (2000a), ces contraintes occasionnent des attentes prolongées pouvant décourager les usagers et même réduire l'utilisation d'Internet. La mise en place des réseaux de fibre optique pour la câblodistribution améliorera la vitesse de transmission et réduira les temps d'attente.

#### **1.4.3 Évaluation des technologies de l'information**

L'ambivalence d'une bonne partie des artisans en ce qui a trait aux nouvelles technologies peut expliquer en partie le fait qu'il y ait peu de discussions au sujet des nouveaux outils, des nouvelles machines ou de nouveaux matériaux. Certains redoutent que la technologie détruise la spécificité de la production artisanale, alors que, pour d'autres, les nouveaux procédés et les nouveaux équipements sont essentiels et la technologie devrait faire partie de l'évolution normale des métiers d'art.

Quoi qu'il en soit, on dispose de peu d'information concernant le coût et l'utilisation de la technologie dans le secteur des métiers d'art au Canada de sorte qu'il est difficile d'évaluer dans quelle mesure la technologie est un facteur d'innovation ou dans quelle mesure elle nécessite l'acquisition par les artisans de nouvelles compétences. Il ne nous a pas été possible de

trouver une évaluation pondérée des avantages et des inconvénients de l'utilisation de la technologie pour développer et promouvoir le secteur des métiers d'art. Par contre, en s'abstenant d'avoir recours aux technologies de l'information, on risque de freiner le développement et la promotion des produits des métiers d'art canadiens au pays et à l'étranger.

## **1.5 Contexte commercial**

Nous n'avons pas trouvé beaucoup de document traitant du contexte commercial global du secteur des métiers d'art du Canada. Comme il n'existe pas de séries de données uniformes concernant les ventes de produits des métiers d'art, il est difficile d'évaluer l'importance de la contribution de ce secteur à l'économie. Certains marchés (instrument de musique, arts de la table, meubles, joaillerie et bijoux, art à porter, céramique, verre et métal) sont caractérisés par des prix élevés, de faibles quantités de produits et une clientèle ciblée. Au Canada, ces marchés ne sont guère importants; ils ont toutefois un certain potentiel à l'étranger.

Historiquement, les métiers d'art n'étaient pas protégés de la concurrence internationale par des barrières commerciales, comme c'est le cas pour les autres industries culturelles. Les produits des métiers d'art des autres pays entraînent au pays même titre que les autres produits manufacturés, que leur prix soient bas ou élevés. Cependant, selon les dernières tendances, les métiers d'art sont de plus en plus considérés comme faisant partie des industries culturelles.

### **1.5.1 Tendances du commerce au Canada et à l'étranger**

Traditionnellement, les marchés des produits des métiers d'art sont perçus comme appartenant principalement à la catégorie des cadeaux à bas prix; cela masque toutefois le fait qu'il y a de nombreux marchés organisés en fonction d'un thème ou d'une discipline. Ce sont notamment les marchés des articles religieux, de l'art à porter, de la sculpture à porter, du mobilier d'art, de la céramique, des bijoux, etc. Le fait que l'accent soit mis sur le marché touristique et sur le marché du cadeau masque une autre réalité, à savoir qu'on trouve également sur ces marchés spécialisés des articles à prix très élevé et à grande valeur ajoutée ainsi que des oeuvres d'artisans renommés.

Sabourin (1999) expose un certain nombre de tendances commerciales importantes propres au secteur des métiers d'art du Canada.

- § Une des tendances du marché des produits des métiers d'art est le fait que de plus en plus d'artisans se spécialisent dans un seul segment ou dans un petit nombre de segments du marché. C'est là un changement important car, traditionnellement, un nombre considérable d'artisans étaient plutôt généralistes. Les artisans cherchent de plus en plus à se concentrer sur leurs points forts, la création et la production, laissant aux détaillants les tâches liées à la promotion et

à la vente. Une autre tendance est l'envergure géographique croissante des activités de l'artisan.

- § Dans le domaine des produits haut de gamme, les artisans canadiens font face à la concurrence des produits venant de plusieurs pays, en particulier la France et l'Italie. Les principales tendances sont les suivantes: promotion faite au moyen des salons des métiers d'art; gestion des stocks; livraison en temps opportun aux grossistes et aux détaillants; normalisation de la logistique d'expédition; modalités de paiement pour les détaillants; modalités de vente; promotion par l'artisan lui-même; relations avec les médias; techniques de mise en marché; exportation à destination des marchés des États-Unis et d'Europe; amélioration de la qualité des produits tant au niveau artistique que fonctionnel; discrimination par les prix faite par les circuits de distribution; raffinement de la structure des prix de produits pour intéresser les intermédiaires se chargeant de la commercialisation.
- § Le secteur des métiers d'art comporte cinq segments de marché importants: le segment touristique, le segment du cadeau, le segment des boutiques et des galeries, le segment de la vente par catalogue et le segment de la vente par catalogue électronique. La vente par catalogue électronique (commerce électronique) est un nouveau segment en expansion. Le segment touristique devrait croître de façon importante au cours des dix prochaines années. Au Québec, la croissance peut s'expliquer notamment par l'augmentation du nombre de touristes américains et européens, attribuable en bonne partie au taux de change avantageux du dollar canadien; la demande de produits de métiers d'art est également en croissance.
- § Le segment du cadeau est un segment important pour le secteur des métiers d'art, particulièrement au Québec. Ce segment couvre ses frais fixes et les cadeaux sont eux-mêmes des instruments promotionnels efficaces. C'est un segment diversifié où l'on trouve des produits dans presque tous les matériaux, dans les catégories haut de gamme, prix moyen et bas prix.
- § De façon générale, l'espace disponible dans le commerce de détail augmente, quoique pas aussi rapidement que le nombre d'artisans. Dans le segment des boutiques et des galeries, un des créneaux qui connaît la plus forte expansion est celui des boutiques de musée. C'est un créneau où la demande venant des touristes est en croissance.
- § Le segment de la vente par catalogue connaît une croissance particulièrement forte en Amérique du Nord. Bien que ce segment ne soit pas très développé au Québec, il connaît une forte croissance aux États-Unis en raison notamment du

vieillesse de la population. Ce genre de catalogue comporte une variété de produits, tels que des importations fabriquées à la main, des cadeaux et des bijoux.

- § Dans plusieurs régions du Canada, les artisans joignent leurs efforts pour vendre leurs produits au moyen d'un site Web qui tient lieu de catalogue électronique.
- § Il est apparu dernièrement aux États-Unis un nouveau concept, le concept de manufacture (*craftory*). Il s'agit de faire soi-même ou de faire à l'extérieur, dans des ateliers de plus grande taille, des petites séries sous la supervision d'équipes d'artisans.
- § De plus en plus d'artisans installés dans les grandes villes des États-Unis et du Canada travaillent dans des *lofts*, qui sont aussi leurs domiciles. Ces *lofts* sont généralement situés dans des quartiers revitalisés du centre-ville, ce qui accroît les possibilités de vente au détail. Le *loft* constitue pour l'artisan une solution économique lui permettant de vivre son métier et d'être installé dans un endroit intéressant tout en ayant de faibles frais d'exploitation.
- § Une autre tendance consiste à offrir de petites séries d'articles produits à l'atelier ou à l'extérieur. Cette solution permet à plusieurs artisans de gagner leur vie tout en libérant l'artisan créateur qui peut alors consacrer plus de temps à la création.

Bien qu'il soit nettement axé sur les produits et les méthodes de production traditionnels, le secteur des métiers d'art évolue pour tirer parti des perfectionnements apportés aux procédés, aux matières et aux techniques. Il y a de réelles possibilités d'expansion pour une grande variété de produits, de matières et de marchés.

### **1.5.2 Commercialisation des produits des métiers d'art canadiens au Canada**

En dehors du Québec, l'analyse documentaire offre très peu d'information sur les particularités de la commercialisation des produits des métiers d'art au Canada. La plupart des provinces contribuent au financement des salons des métiers d'art locaux et régionaux, mais tous les produits des métiers d'art ne sont pas commercialisés de cette façon.

Selon les résultats de l'étude de Price Waterhouse (1991) citée dans le document *Export Strategy* publié par le Groupe de travail sur les métiers d'art (1999), la vente directe est la méthode de commercialisation la plus utilisée par les artisans au Québec. La réussite commerciale dépend de la participation à des expositions et à des salons de métiers d'art, ainsi qu'aux ventes réalisées dans les studios ou les ateliers. La vente directe est la seule méthode de commercialisation utilisée par un bon nombre d'artisans. La vente aux salons de métiers d'art

est la méthode préférée des artisans qui ont l'impression que l'environnement des salons les protège de la concurrence des produits fabriqués industriellement et parce que cela leur permet de distribuer leurs produits sans le concours d'intermédiaires. Les artisans peuvent également vendre leurs produits dans des boutiques et des galeries spécialisées dans les métiers d'art où ils seront en concurrence avec des objets fabriqués industriellement.

Un certain nombre d'exemples de réussite les plus remarquables sont ceux d'artisans qui même après 25 années de métier, continuent de s'adonner eux-mêmes, en totalité ou en partie, aux tâches liées à la représentation et à la distribution de leurs produits. Actuellement, si l'on ouvre une entreprise artisanale, il n'est pas rentable de confier ces tâches à des tiers parce que les commissions, qui se montent habituellement à 15% du prix de vente, sont insuffisantes pour permettre à un agent de gagner sa vie. En outre, de nombreux produits des métiers d'art nécessitent une approche directe et personnelle pour mettre en valeur les connaissances spécialisées de l'artisan créateur.

Dans Sabourin (1999), on apprend qu'il faut compter entre trois et cinq années pour qu'un réseau de distribution dans le secteur des métiers d'art soit bien rôdé. L'établissement de tels réseaux exige donc de la persévérance, mais donne des résultats remarquables. Une des stratégies les plus intéressantes pour la commercialisation de produits des métiers d'art est l'utilisation efficace des relations avec la presse. Cette stratégie, qui consiste essentiellement à envoyer des dossiers de presse, à communiquer avec des journalistes, à se prêter à des interviews et à faire l'objet d'articles portant sur les nouvelles collections artisanales, est beaucoup plus rentable que l'achat d'espace ou de temps de publicité.

### **1.5.3 Nouveaux marchés d'exportation des produits canadiens**

Dans son document *Export Strategy*, le Conseil des métiers d'art du Québec (1999) décrit la situation propre au secteur en matière d'exportation comme suit: (TRADUCTION)

Le Canada tarde à appuyer le secteur des métiers d'art. Son marché intérieur est dominé par les produits français et italiens haut de gamme (bijoux, art de la table, mode) et par les produits bas de gamme d'Asie et des autres pays d'Europe, y compris dans le domaine des articles touristiques et des souvenirs. La présence du Canada sur les marchés internationaux des produits des métiers d'art est pour ainsi dire nulle.

Selon Sabourin (1999), la croissance du secteur des métiers d'art dépend de l'expansion des débouchés à l'exportation: (TRADUCTION)

L'exportation de produits des métiers d'art aux États-Unis et en Europe est devenue une stratégie cruciale pour l'expansion du secteur au Canada. Actuellement, les ventes aux



États-Unis représentent 8% du revenu global des artisans québécois. De façon générale, exporter aux États-Unis est, pour l'artisan, le moyen le plus rapide d'accroître la compétitivité du secteur. La densité des marchés combinée aux taux de change avantageux permet d'anticiper des ventes beaucoup plus importantes aux États-Unis qu'au Canada.

Dans Sabourin (2000b), on apprend qu'en 1999 au Québec, les arts graphiques, les produits en fourrure et les bijoux représentaient 89% des ventes aux États-Unis de produits des métiers d'art, qui totalisaient 218 millions de dollars. Après les États-Unis, les plus importants importateurs de produits des métiers d'art du Québec sont l'Italie, le Japon, et la Suisse. Cependant, la valeur des exportations québécoises de produits des métiers d'art aux États-Unis est 10,5 fois plus élevée que la valeur globale des exportations du Québec sur les autres marchés étrangers de tels produits.

Au cours des dernières années, de nombreux conseils des métiers d'art provinciaux ont élaboré des plans stratégiques fixant des objectifs pour accroître les possibilités de commercialisation des produits des métiers d'art. Lorsque les conseils ne participent pas eux-mêmes activement à la mise en oeuvre de plans pour le développement des marchés d'exportation, ou lorsqu'ils n'ont pas eux-mêmes mis en oeuvre de tels plans, ils sont habituellement intéressés à collaborer avec d'autres conseils à l'élaboration d'une stratégie à long terme. Le *Guide sommaire* (2001) contient des données détaillées sur les exportations provinciales: (TRADUCTION)

- § La *Crafts Association of British Columbia* a participé à une mission EXTUS à la foire internationale du cadeau de San Francisco pour recueillir des renseignements sur les politiques douanières, les prix et les frais de participation aux foires commerciales et aux salons.
- § Un petit nombre de membres du conseil des métiers d'art de la Saskatchewan, *Saskatchewan Craft Council*, ont des acheteurs ou des représentants aux États-Unis.
- § Au Québec, le CMAQ poursuit son programme quinquennal visant à étendre ses marchés en Italie, en France, au Royaume-Uni et aux États-Unis. Pour le moment, les autres provinces centrent leurs exportations sur les États-Unis. L'appui fourni par le gouvernement du Québec à l'exportation des produits des métiers d'art n'a pas d'équivalent dans aucune des autres provinces. L'an prochain, le CMAQ lancera un site Web provincial de commerce électronique pour les échanges entre entreprises et les consommateurs. Plus d'une centaine d'artisans québécois exportent de façon régulière, par l'intermédiaire d'un représentant ou directement auprès des consommateurs, des collectionneurs et des exploitants de boutiques ou de galeries.

- § À l'Île-du-Prince-Édouard: (TRADUCTION) ATrès peu d'artisans exportent actuellement et les autres n'ont pas de produits à exporter (en raison de)...la pénurie de produits sur le marché provincial.@
- § En Nouvelle-Écosse, (TRADUCTION) Ala foire commerciale de l'artisanat atlantique (axée principalement sur les produits des métiers d'art et les articles cadeaux)@ attire un certain nombre d'acheteurs américains.
- § La province de Terre-Neuve et du Labrador est l'un de nos quatre partenaires dans l'*Atlantic Trade Winds Agency*, qui ont siège à Bedford (Massachusetts) et une salle d'exposition dans un centre regroupant les bureaux des représentants des producteurs. Le but poursuivi est de trouver des représentants sur place en Nouvelle-Angleterre pour les entreprises artisanales du Canada atlantique. Terre-Neuve et le Labrador ont plus de mal à en trouver que les autres provinces de l'Atlantique car la plupart des entreprises de cette province qui pourraient exporter oeuvrent dans le domaine du vêtement et leurs produits ne sont pas adaptés au marché ciblé par le projet. Un certain nombre d'entreprises artisanales du domaine du vêtement exposent aux États-Unis, soit en Californie, à Las Vegas et à New York. Un petit nombre d'entreprises artisanales, spécialement les artisans autochtones, vendent leurs produits aux États-Unis en participant à de nombreux salons ou en vendant toute leur production à une même galerie. En 1999, un certain nombre ont participé au festival d'art autochtone *Spirits in the Sun*. Bon nombre des artisans de Terre-Neuve et du Labrador ont participé à la foire commerciale de l'artisanat atlantique, *Atlantic Crafts Trade Show*. Cette foire cherche à attirer les acheteurs américains. Bon nombre d'artisans ont trouvé des clients américains de cette façon et même, à l'occasion, des acheteurs japonais.@

Dans un autre document interne intitulé *Are: Development of a National Strategy*®, Claudia Bergen (1999) décrit comme suite les mesures prises au Manitoba au chapitre de l'exportation: (TRADUCTION)

AUn certain nombre de membres du conseil des métiers d'art du Manitoba, *Manitoba Crafts Council*, commercialisent leurs produits aux États-Unis par l'intermédiaire de galeries auxquelles ils fournissent un type de donné de produits et d'autres sont intéressés à le faire avec une aide extérieure. Deux membres ont participé au salon des métiers d'art de Philadelphie, le *Rosen Show*, grâce à une subvention obtenue dans le cadre Programme de développement des marchés d'exportation. L'un a trouvé que l'expérience avait été

très

positive, alors que l'autre a jugé que ce n'était pas une bonne affaire. @

## 1.6 Initiatives sectorielles

Comme le secteur des métiers d'art est composé principalement d'artisans travaillant dans un grand nombre de petits ateliers, il est essentiel pour que le secteur puisse se développer que les conseils locaux ou provinciaux et la fédération organisent des activités communes. La situation s'est nettement améliorée; cependant, en raison des restrictions financières, il est difficile pour les diverses organisations sectorielles de coopérer au niveau du partage de l'information, de la prise de décision, de la planification stratégique et de l'organisation d'activités communes.

### 1.6.1 Au niveau fédéral

La Fédération canadienne des métiers d'art (FCMA) est un organisme sans but lucratif canadien composé des dix conseils des métiers d'art provinciaux ayant pour mandat de promouvoir le développement des métiers d'art au Canada. Ces dix conseils sont les suivants:

- § *Alberta Crafts Council (ACC)*
- § *Crafts Association of British Columbia (CABC)*
- § *Manitoba Crafts Council (MCC)*
- § *Conseil d'Artisanat du Nouveau-Brunswick (CANB)*
- § *Nova Scotia Designer Crafts Council (NSDCC)*
- § *Crafts Council of Newfoundland and Labrador (CCNL)*
- § *Ontario Crafts Council (OCC)*
- § *Prince Edward Island Crafts Council (PEICC)*
- § *Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ)*
- § *Saskatchewan Crafts Council (SCC)*

La FCMA voit à la défense des droits des artisans et à la mise en oeuvre de mesures et de programmes stratégiques. Étant la seule organisation nationale exclusivement axée sur les métiers d'art, la FCMA est chargée de coordonner les travaux des comités et les projets nationaux et de voir au partage de l'information entre les conseils membres. La FCMA est un moyen utile permettant la communication à l'échelle nationale. Son conseil d'administration est composé de représentants (généralement le directeur ou la directrice général(e) ou le président ou la présidente) de chacun des dix conseils de métiers d'art provinciaux.

Un document interne portant sur le secteur des métiers d'art, rédigé par Charles Lewton-Brain (1999), fait un examen détaillé des sujets qui préoccupent la FCMA concernant un certain nombre de domaines et relève notamment ce qui suit: (TRADUCTION)

- § A Les artisans de toutes les régions du pays sont très préoccupés de pouvoir avoir accès aux marchés des États-Unis. L'acheminement des marchandises à des foires commerciales tout à fait officielles occasionne parfois des difficultés et un certain nombre d'artisans (du Nunavut et de Terre-Neuve) sont préoccupés des restrictions visant les produits à base d'espèces naturelles et de leur incidence sur les possibilités d'exportation de produits des métiers d'art. Les services d'immigration des États-Unis ont émis des interdictions à vie visant un certain nombre de Canadiens et, de façon générale, ils font des difficultés lorsqu'il s'agit de passer la frontière. Les Américains continuent de pouvoir donner des conférences et tenir des ateliers au Canada beaucoup plus facilement que les Canadiens ne peuvent le faire aux États-Unis, si bien que la transparence des mesures douanières demeure une question importante pour les artisans canadiens, en particulier en ce qui a trait aux possibilités de donner des conférences et de tenir des ateliers. La FCMA a demandé au gouvernement du Canada d'obtenir, en vertu de l'ALENA, que les États-Unis autorisent la délivrance de visas de séjour et de permis de travail temporaires pour les Canadiens participant à des ateliers, à des séminaires et à des salons de métiers d'art. La plupart des conseils provinciaux ont dit d'avoir des préoccupations quant aux questions douanières. @
- § A En ce qui touche le financement, il y a des différences considérables entre les diverses régions du pays: un certain nombre d'organisations comptant une vingtaine d'employés ou plus et disposent d'un important budget, alors que d'autres fonctionnent exclusivement avec du personnel bénévole et des subventions gouvernementales minimales. @
- § Le conseil des métiers d'art de Terre-Neuve et du Labrador, *Crafts Council of Newfoundland and Labrador*, (TRADUCTION) A a quelques préoccupations quant à la réglementation visant l'accès des parties animales sur les marchés du sud (les artisans du Nunavut ont ces mêmes préoccupations). @
- § Les préoccupations du conseil des métiers d'art de l'Île-du-Prince-Édouard, *P.E.I. Crafts Council*, portent notamment sur les points suivants : (TRADUCTION) A Le nombre de jeunes artisans remplaçant les artisans plus âgés étant relativement faible, il y a un risque que la production artisanale soit insuffisante pour satisfaire la demande des établissements de vente au détail locaux. Aucune formation de longue durée n'est offerte à l'Île-du-Prince-Édouard et l'appui financier du gouvernement provincial à l'enseignement des

techniques des métiers d'art est faible. Les budgets n'ayant pas été modifiés depuis huit ans, il est difficile qu'un conseil des métiers d'art de cette province d'entreprendre de nouveaux projets. @

- § Dans le cas du Conseil des métiers d'art du Québec, les préoccupations sont notamment les suivantes: difficultés occasionnées, à la douane, aux artisans membres du CMAQ, délais (de plusieurs heures ou plusieurs jours) pour l'acheminement des marchandises aux foires commerciales, et autres plaintes. Les membres du CMAQ déplorent le fait que l'ALENA ne soit pas appliqué de façon uniforme dans le cas des artisans et que l'acheminement de leurs oeuvres et de leurs expositions aux États-Unis soit trop complexe et trop difficile, faisant écho en cela aux plaintes exprimées par le conseil des métiers d'art de la Colombie-Britannique.

Charles Lewton-Brain (1999) relève, par ailleurs, les mesures prises, à titre individuel, par des associations et des conseils provinciaux pour développer le secteur des métiers d'art. Ces mesures sont les suivantes:

- § Les projets mis en oeuvre par la *Crafts Association of British Columbia* (CABC), qui (TRADUCTION) Acomportent notamment la création d'un site Web et d'une nouvelle base de données à l'intention des artisans professionnels de la Colombie-Britannique pour donner de l'information portant sur les services et sur le contenu des cours disponibles, sur les sources de financement possibles, sur les moyens de réaliser des ventes, sur les galeries, sur les fournisseurs, etc. @
- § Le conseil des métiers d'art du Manitoba, *Manitoba Crafts Council* (MCC), est (TRADUCTION) Aen possession d'une importante collection historique d'oeuvres artisanales de la région. Les inondations qui ont ravagées la province l'an dernier ont détruit de 20% à 25% de cette collection, mais la plupart des oeuvres endommagées sont en cours de restauration. Le Conseil est en pourparler pour acquérir un édifice bancaire à piliers de marbre, situé près des rues Portage et Main, pour y installer ses locaux et sa collection muséale. Il s'agit d'une collection unique du fait que 95% des artisans ayant créé des oeuvres étaient des immigrants, de sorte que ces pièces retracent les débuts de l'histoire de ces femmes dans la province. La collection compte un grand nombre d'oeuvres en tissu et un certain nombre d'oeuvres réalisées par des Autochtones. @
- § Le conseil des métiers d'art de Terre-Neuve et du Labrador, *Craft Council of Newfoundland and Labrador* (CCNL), (TRADUCTION) Acontinue de tenir des expositions et poursuit ses activités de vente au détail. Plusieurs de ses membres sont très intéressés au développement des marchés d'exportation. Le projet de

commercialisation des produits du Labrador est toujours florissant. @

- § Au Nunavut, la *Nunavut Arts and Crafts Association* (NACA) (TRADUCTION) Atravaille à l'établissement, à Iqaluit, d'une galerie d'art publique et d'un musée ouverts de façon permanente pour exposer l'art Inuit sous toutes ses formes, passées aussi bien que contemporaines, et les oeuvres d'artisans renommés ... L' Association a élaboré une brochure portant sur la peau de phoque, *Sealskin Booklet*, pour informer le public de la chasse au phoque et de l'utilisation des peaux de phoque. L' Association a également créé un groupe de travail chargé de se pencher sur le domaine de la sculpture. Par ailleurs, l' Association participe à un projet visant à favoriser la vente à l'étranger de produits de l'Arctique comportant des parties animales. @
- § Le conseil des métiers d'art de l'Ontario, *Ontario Crafts Council* (OCC), (TRADUCTION) Aparticipe à l'élaboration de stratégies de commercialisation visant le secteur des métiers d'art. Les autres partenaires sont notamment le ministère des Affaires étrangères, Patrimoine canadien et le Conseil des arts du Canada. @
- § Le conseil des métiers d'art de la Saskatchewan, *Saskatchewan Craft Council*, (TRADUCTION) Aadministre un important programme présentant huit expositions par année et trois expositions itinérantes. Le Conseil a également une galerie publique, ce qui est peu courant chez les conseils des métiers d'art qui, en général, font leurs expositions dans leurs locaux de vente au détail. @... @La revue *Crafts Factor*, publiée deux fois par année par le Conseil, a gagné le prix de la meilleure revue de la Saskatchewan de l'année. En août 1998, le Conseil a organisé une conférence sur le thème de la collaboration (renommée *Emma Lake* @ par la plupart des participants), qui a attiré des participants du Canada, des États-Unis, d'Australie, de France et d'autres pays européens. Cette conférence est devenue très importante dans le milieu international du travail du bois pour ce qui est des techniques de tournage de bois et de la conception de meubles, et a une incidence sur les techniques enseignées dans les établissements de formation et sur d'autres domaines comme les petits accessoires métalliques et les fibres. @
- § Le Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ) continue d'être un modèle pour les autres conseils des métiers d'art du pays. Ses capacités de financement et d'organisation de projets font l'envie de beaucoup. Le CMAQ travaillent en étroite collaboration avec plusieurs groupes et associations culturelles, dont certains travaillent à l'accroissement des fonds alloués aux activités artistiques. Ainsi, le CMAQ participe à l'organisation d'une conférence des diverses activités culturelles tenue à Montréal. La revue publiée par le CMAQ est

particulièrement intéressante. Le CMAQ participe à un certain nombre de projets axés sur l'exportation et de projets visant à faire connaître les oeuvres des artisans québécois aux États-Unis et dans d'autres pays.

De 1994 à 1997, dans le cadre du Programme de développement des marchés d'exportation - Association commerciales (PDME-AC), le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a permis à cinq galeries d'artisanat canadiennes de haut de gamme de participer au prestigieux salon des métiers d'art, *Sculpture, Objects and Functional Art* (SOFA), de Chicago. Grâce à cet appui et à une participation importante, le secteur des métiers d'art a pu confirmer qu'il y avait des marchés d'exportation pour les produits des métiers d'art haut de gamme du Canada et que ces marchés étaient organisés sur une base thématique ou en fonction de gammes de prix moyens. Il a fallu entre trois et cinq ans pour que les ventes augmentent de façon appréciable car il a fallu en tout ce temps pour les galeries et les artistes soient connus des principaux collectionneurs qui fréquentent les salons SOFA et Chicago et de New York.

Un groupe de travail a été mis sur pied dans le cadre du PDME-AC. Ce groupe, composé de représentants de l'Alberta, de la Colombie-Britannique, du Manitoba, de l'Ontario, du Québec, de la Saskatchewan, et de Terre-Neuve et du Labrador, est en train d'élaborer, avec l'aide du MAECI, une stratégie nationale pour développer des marchés d'exportation pour les produits des métiers d'art canadiens. Par ailleurs, le MAECI finance également une recherche effectuée au moyen d'études portant sur un certain nombre de marchés des produits des métiers d'art étrangers importants, répertoriées dans la bibliographie.

En 1995, le gouvernement du Canada a créé une Équipe sectorielle nationale des arts et des industries culturelles, ayant pour mandat de contribuer à trouver de nouveaux débouchés commerciaux internationaux pour le secteur des industries culturelles et d'élaborer une stratégie commerciale internationale pour les arts et les industries culturelles. Le document publié par l'Équipe (Équipe sectorielle nationale des arts et des industries culturelles, 1999) décrit cette orientation stratégique comme suit: (TRADUCTION)

Le gouvernement, en coopération avec l'industrie, entend:

- § poursuivre la tenue d'une campagne de promotion efficace de la culture canadienne aux États-Unis, en Europe, et au Canada pour faire connaître les politiques gouvernementales visant les industries culturelles et s'assurer que celles-ci sont bien appuyées par le MAECI et par Patrimoine canadien (PC);
- § faire en sorte que la participation aux foires commerciales internationales, aux festivals et aux marchés de première importance ne diminue pas, mais augmente (dans la mesure du possible) étant donné que ce sont des moyens particulièrement efficaces pour promouvoir les produits culturels canadiens, recueillir des renseignements sur les marchés et établir des liens avec des partenaires

commerciaux à l'étranger (MAECI, PC);

- § veiller, grâce à la mise sur pied de programmes de formation appropriés, à ce que les agents des services extérieurs et les délégués commerciaux en poste à l'étranger soient en mesure de promouvoir adéquatement les arts et la culture du Canada, et de fournir une aide aux entreprises canadiennes (MAECI, missions);
- § examiner le possibilité d'accroître l'aide à l'exportation et l'aide financière, de même que d'autres mesures d'appui aux projets à contenu multimédia pour que les artistes canadiens soient présents sur l'autoroute de l'information et pour que les industries culturelles canadiennes puissent relever efficacement la concurrence sur ce nouveau marché d'importance (MAECI, PC, Industrie Canada [IC]);
- § recueillir des statistiques plus adéquats sur le secteur des industries culturelles, particulièrement en matière de ventes et de revenus réalisés à l'étranger (MAECI, PC, IC, Statistique Canada).

Depuis, 1995, beaucoup de progrès ont été faits au chapitre de l'établissement de liens et de contacts professionnels, mais peu de mesures concrètes ont été appliquées pour favoriser l'atteinte des objectifs. Patrimoine canadien travaille actuellement de concert avec les comités des industries culturelles à l'élaboration d'un profil et d'un plan d'action pour le secteur des métiers d'art. Les moyens à prendre pour atteindre les objectifs fixés font toujours l'objet de discussions. Une fois mis au point, le profil et le plan d'action permettront au gouvernement et aux autres intervenants clés de mieux évaluer la réalité et les débouchés; ils devraient également favoriser l'élaboration d'une stratégie structurée bien appropriée pour aider à l'expansion du secteur des métiers d'art, tant au Canada qu'à l'étranger. Les travaux d'élaboration de ce profil et de ce plan d'action devraient débuter au printemps 2001.

### **1.6.2 Au niveau provincial**

Chacune des provinces du Canada a une organisation artisanale chargée de voir au développement des métiers d'art dans la province. Ces organisations reçoivent généralement des fonds de la province, sous une forme ou une autre, quoique pas nécessairement directement du gouvernement provincial. Selon la plupart des observateurs, c'est au Québec que le gouvernement manifeste le plus grand intérêt pour les métiers d'art, en fournissant une aide conséquente à la réalisation d'études de marchés et du développement des marchés. En Ontario, par contre, le conseil provincial, *Ontario Crafts Council*, ne reçoit aucun financement direct.

Dans les provinces de l'Ouest, le financement gouvernemental est généralement acheminé par l'intermédiaire des conseils des métiers d'art, tandis que dans les provinces de l'Atlantique, on a tendance à considérer le secteur des métiers d'art comme un moyen de développement



économique lié au tourisme. Cependant, même si les ressources varient considérablement, chaque organisation provinciale dispose d'une base propice à l'expansion du secteur et à sa participation aux programmes mixtes nationaux de promotion des produits des métiers d'art au pays et à l'étranger.

### *Québec*

Adoptée en 1992, la politique culturelle du gouvernement du Québec confie au conseil des Arts et des Lettres du Québec (CALQ) l'élaboration et la mise en oeuvre d'un programme spécifique visant à promouvoir les projets de recherche dans le domaine des arts visuels, des arts multidisciplinaires, du multimédia, de la littérature, des arts d'interprétation, des variétés, des métiers d'art et de l'architecture. Le CALQ donne des subventions à des artisans et à d'autres artistes, mais non aux organisations artisanales. Dans le cadre de cette politique culturelle, la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) a pour mandat de suivre l'évolution de quatre industries culturelles, dont les métiers d'art. Les organisations artisanales ne reçoivent pas d'aide du CALQ; elles en reçoivent uniquement de la SODEC. La SODEC fournit également de l'aide pour des projets mis en oeuvre par des artisans ou par des associés exploitant un atelier ou une entreprise de nature commerciale (Conseil des métiers d'art du Québec, *Mémoire*, 1999; voir également la documentation fournie par la SODEC).

À l'automne 1997, un groupe de travail sur les métiers d'art composé d'une quinzaine de membres a été créé pour élaborer un plan de développement stratégique à l'intention du secteur des métiers d'art. Un certain nombre de facteurs ont permis aux principaux intervenants du secteur des métiers d'art au Québec d'élaborer un plan d'action favorisant le développement économique du secteur (Groupe de travail sur les métiers d'art, 1999). La création de la SODEC et de la Commission des métiers d'art (qui relève de la SODEC), la réduction des montants venant de la SQDM (maintenant Emploi-Québec), les efforts du CMAQ au chapitre de développement des marchés efforts et l'incidence des nouvelles technologies sur la production et les méthodes de commercialisation ont appuyé avantagement l'élaboration d'un plan d'Action. Le groupe de travail a tenu des consultations avec 300 personnes, artisans, enseignants, agents de distribution et représentants gouvernementaux, consultations qui ont porté sur des sujets tels que la création, la recherche, la formation, la production et la commercialisation. Le groupe de travail a publié ses conclusions dans le document intitulé *Plan d'action stratégique pour le développement économique des métiers d'art*.

Le Québec a également un programme gouvernemental axé sur la commercialisation des produits culturels à l'extérieur de la province, Sodexport, administré par la SODEC (Groupe de travail des métiers d'art, 1999). Le site Web du CMAQ fournit aux artisans intéressés à exporter leurs produits un guide d'exportation donnant des renseignements utiles concernant l'élaboration d'un plan d'exportation, la propriété intellectuelle des produits, les études de

marchés, l'établissement de prix, les circuits de distribution, le transport, les régimes douaniers, le financement, la publicité et la promotion (ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et ministère de la Culture et des Communications du Québec, 1999).

Le Conseil des métiers d'art du Québec (1999, *Toward an export strategy for Canadian crafts*) a travaillé intensivement à accroître les exportations de produits des métiers d'art à l'étranger. Le Bureau d'exportation a été créé avec le concours du ministère de l'Industrie et du Commerce pour agir comme conseiller auprès des exploitants d'ateliers artisanaux, ainsi que pour tenir une galerie d'exposition d'oeuvres artistiques et de produits des métiers d'art et des boutiques spécialisées. Le CMAQ a effectué des études de marché pour coordonner les efforts de son bureau d'exportation et des exploitants d'ateliers artisanaux.

Durant chacune des cinq dernières années, le CMAQ a participé à une vingtaine de projets d'exportation ciblant les États-Unis, la France et l'Italie. Des pourparlers sont en cours pour la mise en oeuvre d'autres projets. Des activités internationales devant se tenir à Montréal sont prévues d'ici 2005. La stratégie du CMAQ pour le développement des marchés internationaux est articulée autour du concept de marché thématique (p.ex. joaillerie, mobilier d'art, arts de la table) et de marchés axés sur une discipline artisanale (verrerie d'art, céramique, métaux précieux), de la promotion de l'excellence et de l'accroissement de la visibilité, de la renommée et des ventes.

Le CMAQ espère pouvoir accroître la diffusion des produits des métiers d'art québécois sur les marchés internationaux. Il a un programme de stages d'apprentissage au Québec et en dehors de la province pour aider les artisans à prendre part au développement des exportations et à réussir dans ce domaine. Au cours des trois dernières années, une trentaine de jeunes gens de formation diverse (gestion, commerce international, commercialisation, communications, arts visuels, histoire de l'art et artisanat) ont réalisé 18 études de marché et rapports de missions ayant trait au secteur des métiers d'art dans le cadre d'un programme de formation internationale pour les jeunes (MAECI-PSJ) (Conseil des métiers d'art du Québec, *Réalisations*).

Le Conseil des métiers d'art du Québec a travaillé en partenariat avec les autres conseils provinciaux à l'élaboration d'une stratégie canadienne d'exportation. En 2000, le CMAQ a proposé à la FCMA que les conseils des métiers d'art provinciaux (TRADUCTION) Amettent sur pied un groupe de travail axé spécifiquement sur l'exportation et appuient une stratégie de pression politique visant à obtenir un gouvernement fédéral pour le secteur des métiers d'art les mêmes ressources que celles dont disposent les autres secteurs culturels. Cette proposition a conduit à la création du groupe de travail du PDME-AP.

### *Terre-Neuve et Labrador*

Le conseil des métiers d'art de Terre-Neuve et du Labrador, *Craft Council of Newfoundland and*

*Labrador*, travaille en partenariat avec le gouvernement fédéral et les administrations gouvernementales de Terre-Neuve et du Labrador pour aider le secteur des métiers d'art de la province au moyen d'un programme de développement du secteur des métiers d'art. Les entreprises artisanales peuvent recevoir différents niveaux d'aide, selon leur stade de développement. (*Craft Council of Newfoundland and Labrador*, 2000).

### *Nouvelle-Écosse*

Toujours au niveau régional, le gouvernement de la Nouvelle-Écosse a lancé un programme pour promouvoir le développement des exportations dans les régions rurales. Ce programme pourrait inciter les entreprises artisanales à exporter (*Guide sommaire*, 2001).

### *Colombie-Britannique*

Avec l'aide de la *Crafts Association of British Columbia* (CABC), le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a réalisé une étude de marché des produits des métiers d'art haut de gamme aux États-Unis. L'étude a permis de cerner les possibilités pour les artisans canadiens d'exposer et de vendre leurs œuvres; elle a aussi permis de fournir des renseignements et les coordonnées de personnes-ressources pour aider les artisans canadiens à avoir accès au marché américain. Le personnel du consulat du Canada à Seattle a également effectué un sondage auprès des consommateurs d'objets d'art et de produits des métiers d'art canadiens sur le marché américain. Des représentants du consulat ont interviewé les exploitants de galeries et de boutiques pour évaluer l'intérêt qu'ils portent aux produits canadiens (Masters, 2000).

L'an dernier, le CABC a publié un nouvel annuaire détaillé répertoriant plus d'une centaine de salons des métiers d'art qui seront tenus en Colombie-Britannique, dans le reste du Canada et aux États-Unis.

### **1.6.3 Évaluation des initiatives sectorielles**

En dépit du peu de reconnaissance venant des ministères responsables du développement économique et d'une aide généralement faible accordée au secteur des métiers d'art par les ministères provinciaux responsables de la culture et du patrimoine, le milieu artisanal a de solides antécédents montrant sa capacité à joindre les efforts de la collectivité pour promouvoir et commercialiser la production artisanale. Une aussi bonne assise constitue une excellente base où il sera possible d'appuyer les efforts du gouvernement fédéral et des gouvernements provinciaux lorsque les ressources appropriées seront rendues disponibles.

De façon générale, les entreprises artisanales n'ont pas les capitaux requis pour permettre la réalisation d'activités conjointes compte tenu de l'étendue géographique de la plupart des provinces, sans parler de celle du pays. Cependant, la croissance des technologies de

l'information pourrait permettre de tirer parti des fonds alloués pour des rencontres personnelles et l'établissement de réseaux de façon à mettre en oeuvre des projets conjoints et à conclure des accords.

### **1.7 Profil du secteur des métiers d'art aux États-Unis**

En avril 2001, la *Crafts Organization Directors Association* (CODA) a publié les résultats de la première enquête sur les métiers d'art tenue aux États-Unis. Une analyse de ces résultats révèle qu'en 1999, si l'on inclut les effets économiques directs de l'ordre de 8 milliards de dollars US à 10 milliards de dollars US, la valeur de la production des métiers d'art dans ce pays pouvait être estimée à 13,8 milliards de dollars US. Selon les résultats de cette enquête, en 1999-2000, il y avait entre 107 000 et 127 000 artisans en activité aux États-Unis.

Dans ses observations concernant cette enquête présentées au président du conseil d'administration de la CODA, Carol Sedestrom Ross souligne : (TRADUCTION)

Nous n'avons jamais déterminé combien de personnes aux États-Unis fabriquent des objets manuellement, ni combien il y avait de salons de métiers d'art chaque année, ni combien non plus il y avait de galeries présentant des produits des métiers d'art. Nous savions que c'était un domaine en pleine expansion, comme l'indiquait l'augmentation considérable du nombre d'artisans gagnant leur vie de la pratique de leur art et le nombre croissant de points de vente et d'acheteurs. Et pourtant, la fabrication et la commercialisation des produits des métiers d'art constituaient la plus importante *industrie invisible* du pays.

AL'enquête de la CODA, intitulée *The Impact of Crafts on the National Economy*, visait à corriger cette situation. En recueillant des données auprès des artisans dans tous les États-Unis, l'enquête de la CODA a permis d'établir, statistiques à l'appui, l'importance de la contribution du secteur des métiers d'art à l'économie du pays.

Selon Sedestrom Ross, les données recueillies lors de cette enquête permettront aux organisations artisanales de mieux étayer la valeur économique et la viabilité du secteur des métiers d'art dans leurs présentations aux représentants du gouvernement et ainsi de faire en sorte que le secteur reçoive la même aide de base que les autres secteurs. Le secteur des métiers d'art au Canada pourrait tirer le même profit de ce genre d'enquête.

### **1.8 Conclusion et limites de l'information disponible**

Malgré les efforts remarquables faits par les organisations artisanales provinciales, le portrait du secteur des métiers d'art au Canada dont on dispose demeure succinct et incomplet. En raison de la nature particulière du secteur, il n'est pas facile de tirer des statistiques couramment publiées

par Statistiques Canada des données portant sur l'exercice des métiers d'art à proprement parler. Des variables comme le travail autonome, l'emploi dans des domaines connexes et l'emploi à temps partiel ont tendance à donner lieu à des sous-estimations du nombre de personnes travaillant dans le secteur des métiers d'art. La diversité des circuits de vente au détail officiels et des circuits non structurés a tendance à donner lieu à des sous-estimations des chiffres des ventes. Il est certain qu'une intensification des efforts et une analyse plus approfondie des données existantes ne sauraient être inutiles; cependant, la seule véritable façon de pouvoir avoir un portrait fidèle de l'importance économique du secteur des métiers d'art est sans doute d'effectuer une enquête semblable à celle réalisée dernièrement par la CODA aux États-Unis.

Bien que chaque organisation artisanale provinciale puisse donner une estimation du nombre d'artisans sur son territoire, ces données sont difficilement comparables en raison des différences dans les définitions et de l'exclusion ou de l'inclusion de divers segments. En outre, les méthodes de collecte des données ne sont pas particulièrement appropriées lorsqu'il s'agit d'évaluer des changements touchant l'activité dans un segment au profit d'un autre segment, ou la croissance globale de segments particuliers. Pour les responsables du développement économique, il est bon d'avoir des données exactes pour étayer l'infrastructure nécessaire dans des grappes d'activité de façon à faciliter le perfectionnement professionnel, appuyer les efforts collectifs de commercialisation et améliorer la qualité.

Même si le rapport final de l'enquête de la CODA effectuée aux États-Unis n'était pas disponible au moment où le présent document a été rédigé, il convient d'envisager sérieusement d'effectuer une enquête au Canada en appliquant la même méthode. La convergence statistique n'est pas un exercice de vaine flagornerie; elle permet, par contre, d'avoir des données se prêtant à des comparaisons interrégionales. Une telle comparabilité permettrait aux secteurs d'évaluer leurs ventes et leur effectif par rapport aux autres secteurs; de plus, elle faciliterait la détermination des objectifs commerciaux et autres ententes. En vertu de l'ALENA, les producteurs canadiens ont accès aux marchés américains, et vice versa; il est important d'avoir des données exactes et uniformes portant sur les marchés et sur l'activité commerciale dans chaque pays pour pouvoir suivre le progrès ou les changements survenus à ce chapitre.

## **2 Partie 2 - Définition du secteur des métiers d'art**

L'une des difficultés rencontrées lorsque l'on veut élaborer un profil du secteur des métiers d'art ou faire un enquête visant le secteur est la difficulté d'en arriver à une définition commune de ce qui constitue le secteur. Dans le cas d'un secteur comme celui des métiers d'art, il peut y avoir des discussions interminables pour déterminer si tel segment ou tel autre doit ou non être inclus dans le secteur. Les désaccords proviennent souvent de ce que les besoins ou les programmes sont différents. C'est parfois en s'en tenant à l'examen de l'utilisation qui sera faite des données que l'on peut arriver à une solution. Si l'objectif est de démontrer la

taille et l'importance économique du secteur, il faudra probablement adopter une définition inclusive. Si les données doivent servir à déterminer quel nouveau type de perfectionnement ou quelle nouvelle activité de formation devraient être proposés, il sera préférable d'adopter une définition plus restreinte du secteur. En général, l'aspect essentiel pris en considération en ce qui a trait à la collecte de données est que celle-ci soit aussi inclusive que possible et que les segments ou les types d'activité soient bien déterminés.

Il y a de nombreuses définitions délimitant les disciplines devant être considérées comme faisant partie du secteur des métiers d'art. Le débat porte notamment sur la question de savoir si la fabrication de produits des métiers d'art à grande échelle doit ou non être incluse dans la définition du secteur des métiers d'art. On peut débattre longtemps de telles questions; cependant, nous avons besoin dans l'immédiat d'une définition du secteur permettant à la Fédération canadienne des métiers d'art et aux conseils des métiers d'art provinciaux d'examiner les données du même angle. C'est pour cette raison que nous proposons de limiter la discussion à la définition du secteur utilisée par Statistique Canada. Nous savons que cette définition est imparfaite, mais elle nous permet d'appuyer notre analyse sur des données tangibles.

## 2.1 Définitions de Statistique Canada

Étant donné qu'actuellement dans la compilation de données faite par Statistique Canada, le secteur des métiers d'art n'est pas considéré comme un secteur distinct, il est très difficile de mesurer séparément la production artisanale et l'incidence du secteur. Une solution qui pourrait être avantageuse consiste à définir le secteur en terme de professions pour pouvoir mesurer l'emploi et le revenu dans le secteur des métiers d'art. Toutefois, même une analyse de l'exercice des métiers d'art selon la profession à partir des données de Statistique Canada présente des difficultés importantes.

Dans la Classification type des professions de 1991, sous la rubrique Artisans/artisanes (CNP F144), la définition utilisée par Statistique Canada est la suivante:

Les personnes exerçant les professions de ce groupe de base s'occupent principalement de concevoir et de fabriquer à la main diverses pièces d'artisanat telles que bijoux, objets ornementaux, articles de poterie, vitraux, tapis et tissus. Ce groupe comprend également les luthier(ière)s, les relieur(euse)s d'art et les professeur(e)s d'artisanat. Les peintres, les sculpteur(e)s et les autres artistes des arts visuels sont classé(e)s dans le groupe de base F036 - Peintres, sculpteurs/sculptrices et autres artistes des arts plastiques. Les conducteur(rice)s de machines et les assembleur(euse)s qui produisent des objets et des articles du même genre, dans l'industrie manufacturière, sont classé(e)s dans les groupes de base appropriés à l'intérieur de l'une des grandes catégories professionnelles J- Transformation, fabrication et services d'utilité publique et H- Métiers, transport et

machinerie.

Les appellations d'emplois les plus courantes sont les suivantes:

\$ bijoutiers	\$ imprimeurs	\$ peintres sur tissu
\$ bijoutier-damasquineur	\$ imprimeur textile	\$ peintres-verriers
\$ calligraphes	\$ joailliers	\$ porcelainiers
\$ céramistes	\$ joailliers-horlogers	\$ potiers
\$ céramistes-designers	\$ jouettiers	\$ potiers d'étain
\$ chapeliers	\$ lissières	\$ relieurs
\$ chausseurs	\$ marbreurs	\$ relieurs d'art
\$ ciriers-sculpteurs	\$ maroquiniers	\$ sculpteurs
\$ couturiers	\$ marqueteurs	\$ sculpteurs-modeleurs
\$ couturiers-stylistes	\$ marqueteurs-tabletiers	\$ sérigraphes sur tissu
\$ décorateurs	\$ matelassiers	\$ souffleurs de verre
\$ ébénistes	\$ menuisiers	\$ tisserands
\$ facteurs d'instruments	\$ métalliers	\$ tisserands-couturiers
\$ ferronniers d'art	\$ mouleurs	\$ tourneurs sur bois
\$ fourreurs	\$ papetiers d'art	\$ tricoteuse
\$ gainiers (moulage du cuir)	\$ peintres animaliers	\$ vanniers
\$ graveurs	\$ peintres sur soie	\$ verriers
		\$ vitraillistes

La liste ci-dessus n'est qu'un échantillon; elle ne donne pas toutes les appellations d'emploi répertoriées sous la rubrique Artisans/artisanes (voir à l'annexe A la liste de titres d'emplois en

anglais et à l'annexe B la liste de catégories de métiers d'art selon le matériau.)

Les autres professions où l'on peut trouver des artisans figurent sous la rubrique Ensembliers/ensemblières de théâtre, modélistes de vêtement, concepteurs/conceptrices d'expositions et autres concepteurs/conceptrices artistiques (CTP F143)

Les personnes exerçant les professions de ce groupe de base s'occupent principalement de créer et de réaliser des décors, des éclairages et des costumes de théâtre, des vêtements ou des concepts d'expositions et d'étalages. Ce groupe comprend également d'autres concepteur(ric)e)s artistiques dont la profession n'est pas classé ailleurs. Les designers d'intérieur sont classé(e) dans le groupe de base F142 - Designers d'intérieur. Les graphistes sont classé(e)s dans le groupe de base F141 - Concepteur(ric)e) graphistes et artistes illustrateurs/artistes illustratrices.

Exemples de titres:

- § Concepteur(ric)e) d'expositions de musée
- § Concepteur(ric)e) de bijoux
- § Concepteur(ric)e), habillement
- § Concepteur(ric)e) de trophées
- § Concepteur(ric)e) de vêtements masculins, habillement
- § Costumier(ière)
- § Costumier(ière), costumes de théâtre
- § Couturier(ière), costumes de théâtre
- § Décorateur(ric)e) de plateau
- § Décorateur(ric)e) étalagiste
- § Designer de chapeaux
- § Designer de costumes
- § Designer de fourrures
- § Designer de mode
- § Designer de textiles
- § Designer en broderie
- § Dessinateur(ric)e) d'éclairage de théâtre
- § Dessinateur(ric)e) de décors de scène
- § Fourreur(euse)-modéliste
- § Modéliste de chaussures
- § Modéliste de sacs à main pour dames
- § Modéliste en textiles
- § Modéliste en vêtements
- § Styliste de mode

## 2.2 Autres définitions en usage



Au Québec, la définition de métiers d'art est établie par la loi. Selon Sabourin (1999), la Loi S32.01 du Québec définit les métiers d'art comme suit:

production d'oeuvres originales, uniques ou en multiples exemplaires, destinées à une fonction utilitaire, décorative ou d'expression et exprimées par l'exercice d'un métier relié à la transformation du bois, du cuir, des textiles, des métaux, des silicates ou de toute autre matière...

À notre connaissance, aucune autre loi fédérale ou provinciale ne contient la définition du secteur des métiers d'art.

Le Conseil des métiers d'art du Québec (2001) propose que l'on regroupe les produits des métiers d'art en fonction de plusieurs marchés thématiques, notamment:

- § Le marché des arts de la table
- § Le marché du cadeau
- § Le marché des meubles et articles pour le bureau
- § Le marché des vêtements, de la mode et des accessoires de mode
- § Le marché des bijoux
- § Le marché de la recherche et de l'art d'expression
- § Les métiers d'art en architecture
- § Le marché du livre et du papier
- § Le marché des arts d'interprétation
- § Le marché de la décoration intérieure
- § Le marché des vêtements et des objets liturgiques
- § Le marché de la facture d'instruments de musique

Traditionnellement, le secteur des métiers d'art est associé à celui du cadeau. Cependant, on a besoin maintenant d'une définition plus large du secteur des métiers d'art. En dehors des artisans qui participent à des foires et à des salons, un certain nombre de segments ont connu une expansion notoire au pays et à l'étranger. C'est le cas, par exemple, de la facture d'instruments de musique qui, grâce aux habiletés des artisans et des techniciens, s'est acquis une solide réputation et donne lieu à de bonnes ventes sur le marché international. Un autre exemple est celui de la céramique et du verre où l'on a vu s'ouvrir des ateliers de grande taille. Ces segments continuent de produire des pièces originales et d'appliquer des normes de qualité élevées (Groupe de management stratégique, 2000b)

### **2.3 Choix de définition**

La meilleure manière d'arriver à une définition utile du secteur des métiers d'art consiste peut-être à éluder la question en y incluant tout ce qu'il est possible d'y inclure et en laissant les

utilisateurs des données sélectionner eux-mêmes les segments de la façon qui leur convient. Dans le cas des autres secteurs ayant donné lieu à un débat quant à ce qui doit ou ne doit pas être inclus dans le secteur, les intéressés ont convenu de définir leur secteur en recourant à des cercles concentriques, ou qui se recouvrent en partie, ou encore qui sont contigus. Le noyau correspond à la partie du secteur que tous les intéressés reconnaissent comme fondamentale et les cercles peuvent être ajoutés lorsqu'il est clairement établi qu'ils correspondent à une activité économique ou culturelle connexe.

Dans le cas du secteur des métiers d'art, le noyau pourrait être les artisans professionnels travaillant à plein temps à la fabrication de produits uniques ou à la production en atelier. Un cercle connexe serait constitué, par exemple, par les artisans travaillant à la production en grandes quantités dans les ateliers de grande taille; un autre cercle pourrait être constitué par les artisans exploitant des galeries ou des boutiques d'artisanat, ou encore les artisans s'adonnant à la vente de produits des métiers d'art dans d'autres contextes ou exécutant des tâches de commercialisation ou de distribution. Un autre cercle pourrait regrouper les artisans travaillant à temps partiel et un autre, les artisans fabriquant des produits des métiers d'art en amateur ou comme passe-temps. Il n'est pas question d'entre ici dans une présentation détaillée d'une telle définition; l'idée serait d'inclure toutes les activités liées aux métiers d'art de façon à couvrir entièrement le secteur, mais de regrouper les activités tout en les identifiant d'une manière permettant d'inclure ou d'exclure des activités données selon les besoins des intéressés. En outre, une démarche qui se voudrait inclusive tout en établissant des catégories permettrait de suivre l'évolution du secteur de même que les déplacements d'entreprises ou d'artisans d'un segment à un autre.

L'adoption d'une méthode permettant de recueillir des données et de les compiler en fonction de catégories a l'avantage d'être le plus inclusive possible, tout en permettant aux utilisateurs de définir le secteur des métiers d'art de diverses manières adaptées à leurs besoins propres.

### **3 Partie 3 - Coordination des efforts pour développer le secteur des métiers d'art**

Le secteur des métiers d'art du Canada est composé d'un groupe important d'artisans professionnels qui doivent trouver des moyens de travailler ensemble à leur avantage économique commun. D'aucuns pourraient faire valoir que la différence entre les métiers d'art et la fabrication industrielle tient à ce que les artisans ne sont pas donnés l'organisation économique nécessaire pour pouvoir soumettre efficacement leurs produits à la concurrence sur les marchés des produits des métiers d'art de grande taille. Actuellement, grâce aux progrès effectués dans le domaine du commerce et de la technologie, il est devenu plus facile et moins onéreux de cibler des marchés prometteurs éloignés sans avoir à recourir à la production en série. En d'autres mots, les possibilités de commercialisation des produits des métiers d'art se sont accrues à l'échelle mondiale, sans que pour autant la production artisanale perde son caractère propre. Les artisans peuvent maintenant commercialiser leurs produits mondialement sans perdre

le contrôle des coûts à engager pour ce faire. Cependant, pour la majorité des artisans, il faudra que des mesures quelconques soient prises collectivement pour qu'ils puissent tirer parti de ces nouvelles possibilités.

Le contenu de cette section devrait pouvoir servir de point de départ pour des discussions entre les représentants du secteur des métiers d'art et ceux du gouvernement quant à la manière dont le secteur pourrait combiner utilement ses ressources afin de maximiser les fruits de ses efforts. La discussion est appuyée par l'information tirée de l'examen des ouvrages antérieurs et des brèves interviews auxquelles se sont prêtés un certain nombre de représentants des conseils des métiers d'art provinciaux; elle ne saurait toutefois être considérée comme une proposition dûment élaborée et endossée par la FCMA ou l'un des conseils membres de la Fédération.

D'un point de vue économique, il n'est pas difficile de deviner quelles sont les raisons du faible développement du secteur des métiers d'art. Pour ses producteurs de petite envergure, même indépendants, il n'y a pas un grand avantage à travailler activement au développement des marchés en vue de bénéficier à l'ensemble des artisans. Par contre, il y aurait des avantages à organiser collectivement des foires et des salons à l'échelle locale, notamment parce que de telles activités peuvent, en elles-mêmes, permettre aux organisateurs de percevoir des frais parce qu'ils fournissent des revenus et peuvent être perçus comme étant en elles-mêmes en volet d'activité. Néanmoins, peu de producteurs artisanaux ont la taille nécessaire pour pouvoir faire face aux coûts à engager pour établir un réseau de distribution détaillé de produits dont la valeur tient à leur originalité et à leur qualité.

Le secteur des métiers d'art n'est pas le seul secteur économique à présenter de telles caractéristiques générales. Par exemple, la collectivité agricole présente les mêmes caractéristiques qu'un bon nombre de producteurs de relativement faible envergure par rapport à la taille des marchés sur lesquels ils font affaire. Bien que les problèmes des petits exploitants agricoles fassent régulièrement les manchettes, la réaction de ceux-ci lors des crises antérieures a été de se regrouper en coopératives de commercialisation et d'achat. Ainsi, ils se donnent un certain nombre d'avantages sur le marché dus aux économies d'échelle, tout en restant maître de la façon dont ils gèrent leur exploitation.

Le secteur vinicole canadien est sans doute un exemple pertinent. En effet, chaque entreprise vinicole conserve sa marque et ses produits-créneaux, mais le secteur a fait corps pour se donner une association, la *Vintners Quality Alliance* (VQA), chargée de veiller à la qualité des produits et de faire la promotion des vins canadiens au pays et à l'étranger. Bien entendu, il y a d'autres exemples ou d'autres modèles où un nombre peu important de petits producteurs dans un secteur donné ont formé des associations ou des organisations communes pour faire conjointement la promotion de leur secteur ou de leurs produits. Le secteur des métiers d'art doit relever le défi consistant à adopter ou à adapter un modèle qui réponde aux besoins de l'ensemble des artisans.

### 3.1 Contexte

La FCMA fonctionne actuellement à titre d'organisation bénévole. Elle n'a ni employé ni personnel de soutien. Ses activités sont financées à même les contributions en espèces, de faible valeur, versées par les conseils des métiers d'art provinciaux et grâce aux services donnés gratuitement par les employés des conseils provinciaux.

En fait, la FCMA remplace le Conseil canadien des métiers d'art (CCMA), qui était financé par le gouvernement fédéral, mais dont les activités ont cessé au milieu des années 90, le financement en ayant été interrompu. Le CCMA était un organisme *national*, plutôt que *fédéral*, étant donné qu'il n'avait pas à rendre compte aux organisations des métiers d'art provinciales existantes. En conséquence, le CCMA n'avait pas vraiment de liens avec les conseils des métiers d'art provinciaux et il semblait porté à faire cavalier seul, ayant des propres programmes. La vague de réductions des budgets qui a déferlé dans les années 90 a mis un terme au financement du CCMA, et l'organisme a cessé son activité en 1996.

L'idée d'avoir un organisme canadien qui représenterait le secteur des métiers d'art est restée en suspens à la fin des années 90, jusqu'à ce que les conseils des métiers d'art provinciaux décident de faire front commun, en mai 1998. La structure actuelle de la FCMA est à l'image des maigres fonds disponibles. En mars 2001, toutefois, le Conseil des arts du Canada, dans le cadre du nouveau Programme d'aide aux organismes de service nationaux du secteur des arts, a commencé à verser une aide financière à la FCMA. Actuellement, cette aide est minime, mais elle va permettre à l'organisation de répondre à quelques-uns de ses besoins les plus urgents au chapitre du fonctionnement.

La structure actuelle reflète également le souci de corriger les faiblesses de l'organisation antérieure. Les conseils des métiers d'art provinciaux préfèrent que la Fédération soit conçue selon un modèle typiquement fédéral. L'usage qui est fait actuellement de ce terme au Canada le prive quelque peu de son sens qui, initialement, soulignait le regroupement de diverses instances en vue de rendre des décisions consensuelles et non pas une organisation fortement centralisatrice dirigeant des succursales régionales.

La structure organisationnelle actuelle comporte dix sièges occupés par des représentants de chacun des conseils de métiers d'art provinciaux. Un comité exécutif composé de cinq membres est élu par les représentants provinciaux. Il est constitué d'un président en poste, du président sortant, d'un vice-président, d'un secrétaire et d'un trésorier. En outre, cinq autres sièges sont à pourvoir au conseil d'administration de la Fédération. Il conviendrait d'envisager d'inclure dans le conseil d'administration de la FCMA des représentants des principales disciplines des métiers d'art, telles que la poterie, le bois, les métaux, le verre et les textiles, nommés par des groupes nationaux.

Le mandat de la FCMA est reproduit à la page suivante. Pour un consultant ne faisant pas partie du secteur des métiers d'art, le manque de référence à un objectif économique commun dans le mandat donne l'impression que les métiers d'art sont plutôt considérés comme un passe-temps ou comme une activité de loisirs que comme l'exercice d'une profession économiquement viable. Bien que le mandat de la FCMA mentionne la nécessité d'améliorer le contexte professionnel des artisans, il n'y a pas de référence explicite à un objectif consistant à accroître les débouchés commerciaux des artisans en faisant de la promotion des produits des métiers d'art canadiens au pays ou à l'étranger. Si le secteur des métiers d'art est effectivement intéressé à développer une activité économique basée sur la valeur ajoutée et à en faire la promotion -- par exemple par le perfectionnement des connaissances, la promotion de la qualité, la reconnaissance des oeuvres de qualité supérieure et une renommée mondiale somme producteur d'oeuvres artistiques -- cela devrait être clairement énoncé dans le mandat de la Fédération.

Dans les circonstances actuelles, le secteur des métiers d'art semble avoir de la difficulté à réunir les fonds nécessaires pour pouvoir promouvoir ses produits, notamment parce qu'il n'a pas défini ses objectifs dans des termes justifiant que les gouvernements consacrent une partie de l'argent des contribuables à ses projets de développement économique. Ces dernières années, les restrictions budgétaires semblent avoir freiné la tendance des gouvernements à financer les activités liées à la culture ou au patrimoine. Néanmoins, la déclaration faite par le gouvernement fédéral en mai 2000, révèle un intérêt renouvelé pour le développement et la promotion des industries culturelles. Dans l'enveloppe de 500 millions de dollars affectés à la croissance et au développement de la culture canadienne, il y a 75 millions de dollars pour le Conseil canadien des arts et 32 millions de dollars pour promouvoir l'exportation de produits et de services culturels, en partenariat avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, et pour explorer de nouveaux marchés pour le bénéfice de nos artistes (Patrimoine canadien, 2001).

Si le secteur des métiers d'art veut que le gouvernement appuie ses activités, il doit être reconnu comme un secteur culturel et économique de bon droit nécessitant une mesure collective pour pouvoir faire face aux avantages que les entreprises s'adonnant à la production en grande série tirent des économies d'échelle. Une mesure collective doit être appuyée par un financement collectif. Le secteur des métiers d'art n'a pas été en mesure de rassembler de telles ressources parce que les revenus de ses membres sont généralement faibles et qu'il lui est difficile de prouver qu'une telle mise en commun de fonds bénéficiera à chacun de ceux qui y auront contribué. Toutefois, la déclaration faite dernièrement par le gouvernement fédéral concernant le financement de la culture canadienne semble indiquer qu'il y aurait de nouvelles possibilités pour les organisations des métiers d'art de travailler en partenariat avec les gouvernements.

### **3.2 Programme d'activités et priorités**

Les représentants des conseils des métiers d'art provinciaux sont d'avis que la FCMA doit centrer ses activités sur les aspects que les conseils ne peuvent pas traiter eux-mêmes parce qu'ils n'en ont pas les moyens ou parce que cela n'est pas de leur ressort. Pour la majorité des représentants du secteur, cela veut dire que le gouvernement fédéral doit appuyer les activités du secteur de la même façon qu'il le fait pour d'autres secteurs, en mettant l'accent sur la dimension culturelle, y compris les enregistrements musicaux, l'édition et les arts. Pour les membres de la FCMA, la question majeure est la suivante : AQue faut-il pour prouver au gouvernement fédéral que la contribution du secteur des métiers d'art à la culture et à l'économie justifie que ce dernier bénéficie du même niveau d'aide et d'appui que les autres industries culturelles?@

**Mandat de la Fédération canadienne des métiers d'art  
(*Canadian Crafts Federation*)**

La Fédération canadienne des métiers d'art est un organisme national sans but lucratif offrant des services à ceux qui exercent des métiers d'art; c'est aussi un organisme de bienfaisance dûment enregistré, dont les membres sont les dix conseils des métiers d'art provinciaux. Dans le but d'améliorer le contexte professionnel des artisans au Canada, la FCMA défend les intérêts de ces derniers et met en oeuvre des stratégies et des programmes à leur intention. En tant que seul organisme national représentant le secteur des métiers d'art, la FCMA doit voir au parachèvement au Canada d'une infrastructure de métiers d'art polyvalente, allant du niveau local au niveau international.

La FCMA est le porte parole officiel des artisans du Canada auprès du Conseil mondial de l'artisanat et des autres organismes internationaux intéressés au domaine comme l'UNESCO.

La FCMA a également pour mission de promouvoir et de faciliter les échanges, à tous les niveaux, à l'intérieur de la collectivité des métiers d'art et d'enrichir le réseau d'information sur les métiers d'art en favorisant l'accès à l'information et la diffusion de celle-ci grâce à la nouvelle technologie

Selon son mode de fonctionnement actuel, la FCMA centre ses efforts sur les tâches suivantes:

1. coordonner la collecte et la diffusion d'information intéressant la collectivité des métiers d'art, au niveau national;
2. coordonner et favoriser la communication bidirectionnelle avec les conseils des métiers d'art provinciaux et entre ces derniers;
3. travailler en collaboration avec les conseils des métiers d'art provinciaux à la réalisation de projets stratégiques présentant un intérêt pour tous;
4. servir de tribune pour les échanges, structurés ou non, entre la collectivité des métiers d'art du Canada et le gouvernement fédéral;
5. défendre les intérêts de la collectivité des métiers d'art auprès des ministères et des organismes du gouvernement fédéral et de concert avec les autres organismes nationaux représentant le secteur des industries culturelles;
6. représenter la collectivité des métiers d'art du Canada auprès du Conseil mondial de l'artisanat, des organismes étrangers représentant les métiers d'art et de l'UNESCO.

Les intervenants du secteur des métiers d'art souhaitent avoir accès aux mêmes programmes, aux mêmes ressources et aux mêmes types d'aide que les autres industries culturelles, mais ils croient que ces ressources s'avéreront d'autant plus efficaces qu'elles seront réparties d'une manière décentralisée au lieu d'être dirigée vers une seule organisation centrale. Ils estiment qu'une telle aide devrait être suffisamment importante pour permettre aux organisations provinciales de respecter leurs priorités et aussi de participer aux efforts communs de promotion des métiers d'art canadien au pays et à l'étranger, conformément au modèle appliqué par la FCMA. Ce modèle favorise une élaboration plus rapide des programmes, des solutions et des projets; il évite les coûts et les délais qu'imposerait l'intervention d'une grande organisation centralisée.

Dans le cadre de ce mode de fonctionnement privilégié, une liste de priorités de la FCMA a été établie à partir des documents de planification les plus récents et des renseignements recueillis lors des interviews réalisées pour la rédaction de ce rapport. Voici les priorités:

1. Le secteur des métiers d'art doit avoir la capacité d'être représenté auprès des ministères fédéraux concernés, notamment Patrimoine canadien, MAECI et, éventuellement, Industrie Canada. Des efforts doivent être faits pour qu'en raison de l'importance de sa production pour l'épanouissement de la culture et aussi de son importante contribution à l'économie, le secteur reçoive une aide identique à celle dont bénéficient les secteurs de l'édition, de l'enregistrement sonore et des beaux arts.
2. Il est nécessaire d'élaborer un profil de secteur des métiers d'art plus détaillé, plus précis et d'actualité comprenant notamment des données sur l'emploi, l'activité économique, les ventes, la valeur ajoutée et le commerce. Cette information devra être compilée en fonction des domaines et des matériaux, par exemple, les instruments de musique, l'art à porter, les bijoux, l'art de la table, les articles religieux, les articles à caractère utilitaire pour le foyer, notamment les meubles et articles de décoration fabriqués dans une variété de matériaux comme le bois, la céramique, le verre, les métaux, etc.
3. Il faut étendre les marchés des produits des métiers d'art canadien, tant au pays qu'à l'étranger. Dans le cas du marché intérieur, cela peut se faire par la mise en oeuvre de programmes de formation, ainsi que par l'amélioration de la qualité de la production et une reconnaissance accrue. Il faut également promouvoir la participation et la fréquentation des salons des métiers d'art, y compris des salons axés sur des domaines ou des matériaux particuliers.
4. À l'échelle internationale, les efforts devront viser à accroître l'accès aux



marchés étrangers, y compris l'accès aux salons de métiers d'art des États-Unis, à améliorer les sites Web et le commerce électronique, à promouvoir le commerce, les expositions canadiens et internationales de prestige, ainsi que la participation aux foires internationales.

Les principaux obstacles relevés par la plupart des personnes interviewées sont le manque de ressources pour faire la promotion du secteur et pour participer aux programmes de promotion des industries et des échanges mis en oeuvre par le gouvernement. Un certain nombre de répondants ont également souligné toutefois que l'organisation n'avait pas encore trouvé un moyen véritablement efficace pour regrouper les ressources et pour faciliter la coopération.

Un certain nombre des personnes interviewées a aussi indiqué qu'en raison du mode de fonctionnement actuel de la FCMA, les progrès en vue d'atteindre les objectifs communs étaient plutôt lents. Les conseils des métiers d'art ont une vision commune de ce que doit être la fédération et de ce que doivent être ses activités, mais un certain nombre d'entre eux pensent que le peu de progrès réalisés est dû à la structure opérationnelle de la FCMA.

### **3.3 Structure opérationnelle**

Selon sa structure opérationnelle actuelle, la FCMA est composée d'un réseau de conseils des métiers d'art provinciaux, l'un d'entre eux faisant office de coordinateur, se chargeant des communications de la Fédération et en gérant la correspondance. Durant les trois dernières années, c'est le conseil des arts de l'Ontario, *Ontario Crafts Council*, qui a rempli cette tâche bénévolement. Des projets d'intérêt commun ayant des retombées sur tous et nécessitant la participation et l'appui des divers membres sont entrepris par des conseils particuliers. Par exemple, le CMAQ a dirigé la présente étude et la CABC coordonne actuellement une étude de marché des produits des métiers d'art canadiens haut de gamme aux États-Unis. Dans la mesure de leur capacité, de leur intérêt et de leurs ressources, les conseils des métiers d'art provinciaux assurent la coordination des tâches ou de projets spécifiques. Tant qu'il n'y aura pas une équipe permanente dotée d'un personnel rémunéré et de ressources suffisantes pour représenter le secteur d'une manière systématique et crédible auprès du gouvernement fédéral, le modèle opérationnel actuel, en dépit de sa lenteur d'exécution et de son caractère non permanent, est sans doute la seule solution viable.

L'actuel modèle opérationnel a été adopté en partie à la suite des leçons tirées de l'expérience et en partie par nécessité. La plupart des conseils des métiers d'art ont à peine assez de ressources pour réaliser leurs propres activités et ne sauraient donc en consacrer à une organisation commune nationale. Dans les circonstances, il apparaît extrêmement difficile de mettre sur pied un régime de cotisation qui soit équitable.

En même temps, du fait que les sources de financement des conseils des métiers d'art

provinciaux sont très différentes, il y a de grandes différences entre les provinces dans les priorités établies et dans la capacité d'atteindre les objectifs correspondants. Un certain nombre d'organisations bénéficient d'un financement appréciable du gouvernement de leur province, alors que d'autres ne reçoivent presque rien. En conséquence, le personnel varie beaucoup selon les conseils, de même que la capacité de ces derniers de réaliser des activités à l'échelle provinciale et, tout autant, de contribuer à la réalisation de projets à l'échelle nationale.

De toute évidence, il y a place pour un partenariat fédéral-provincial constructif. Le secteur des métiers d'art est plutôt faible et mal organisé en comparaison de la plupart des autres industries, mais d'après ce que nous pouvons apprendre du secteur des métiers d'art des États-Unis et ce que nous pourrions nous apprendre de l'élaboration d'un profil du secteur au Canada, il y a un manque à combler par une aide gouvernementale et des investisseurs individuels. Cependant, ce dont le secteur a besoin, avant tout, c'est d'un apport de fonds de départ venant des gouvernements pour permettre l'établissement et l'épanouissement de réseaux et de liens.

Le secteur des métiers d'art dispose d'arguments légitimes et solides pour réclamer une aide accrue du gouvernement:

- § Développement rural : les entreprises artisanales ont l'avantage de ne pas recourir aux grandes installations de production typiques des grands centres ou des grands projets. Des produits de qualité supérieure peuvent être fabriqués par des artisans extrêmement qualifiés vivant dans des régions relativement éloignées avec un faible investissement de fonds publics.
- § Tourisme : les métiers d'art et le tourisme sont depuis longtemps des secteurs complémentaires. Le développement du secteur des métiers d'art est une étape nécessaire à l'épanouissement de l'industrie touristique puisse prospérer au Canada.
- § Exportation : Un certain nombre de pays ont établi des marchés pour des industries des métiers d'art haut de gamme, telles que Waterford Crystal en Irlande, ou les oeufs Fabergé en France, ou encore les sculptures Inuit du Nord du Canada. Le Canada a une image internationale qu'il est possible d'utiliser pour créer de nouveaux marchés aux produits des métiers d'art canadiens tout autant que pour élargir les marchés existants.

Il ne s'agit nullement de transiger sur la conception ou la qualité, mais plutôt d'allier les efforts pour développer une marque, ou une image, internationale selon laquelle les produits de métiers d'art canadiens seront associés à ce que recherchent les gens partout dans le monde.

### **3.4 Conclusion**

Le secteur des métiers d'art du Canada est à la croisée des chemins. Il est possible d'accélérer son développement au point qu'il devienne un facteur de croissance de l'économie et de développement des régions rurales, en même temps qu'une source privilégiée d'expression culturelle et de créativité humaine. Pour des raisons historiques, aussi bien qu'à cause des restrictions budgétaires et d'obstacles d'ordre organisationnel, ce potentiel n'a pas encore été pleinement exploité.

Aujourd'hui, toutefois, l'information disponible sur l'importance du marché des États-Unis, l'intérêt grandissant des consommateurs pour les produits des métiers d'art de la qualité supérieure, exclusifs et fabriqués à la main, de même que la reconnaissance de la contribution des petites entreprises à l'économie sont autant de raisons qui devraient inciter les gouvernements et les producteurs à adopter une nouvelle approche. Trop d'avantages sont à portée de la main pour que le secteur demeure ignoré et sous-développé. Cependant, à cause de la nature même du secteur des métiers d'art, pour pouvoir tirer parti de ces avantages, il faut pouvoir compter sur des investissements de la part des gouvernements.

**Annexe A : Liste de titres d'emplois du secteur de l'artisanat, en anglais**

Exemple de titres:

\$ Art-glass designer	\$ Guitar maker
\$ Artisan	\$ Hand bookbinder
\$ Arts and crafts teacher	\$ Hand knitter
\$ Basket weaver	\$ Hand quilter
\$ Bead worker	\$ Hand spinner
\$ Canoe craftsman/woman	\$ Lapidary, except jeweller
\$ Carver	\$ Lapidary 's apprentice, except jeweller
\$ Ceramic artist	\$ Leather crafts worker
\$ Crafts instructor	\$ Metal arts worker
\$ Crafts weaver	\$ Musical instrument assembler, hand-crafted
\$ Crafts teacher	\$ Needleworker, hand
\$ Craftsperson	\$ Potter
\$ Crocheter, hand	\$ Rughooker
\$ Dollmaker	\$ Silk flower maker
\$ Enamellist, artist	\$ Silkscreen artist
\$ Engraver	\$ Silversmith
\$ Glass blower	\$ Stained glass artist
\$ Glassware maker, hand	\$ Stained glass painter
\$ Goldsmith	\$ Violin maker
\$ Goldsmith 's apprentice	\$ Weaver, craft

**Annexe B : Catégories de métiers d'art selon le matériau**Source: Ontario Crafts Council (2001) *Portfolio of Makers*

<b>Ceramics</b>	<b>Glass</b>	<b>Metal</b>	<b>Wood</b>
\$ Slip Casting \$ Earthenware \$ Porcelain \$ Raku \$ Stoneware	\$ Hot \$ Cold \$ Lamp work \$ Stained Glass \$ Fused	\$ Hollowware \$ Ironwork \$ Enamel \$ Flatware	\$ Carving \$ Turning \$ Marquetry \$ Furniture
<b>Fibre</b>	<b>Jewellery</b>	<b>Paper</b>	<b>Sculpture</b>
\$ Knitting \$ Basketry \$ Clothing \$ Soft sculpture \$ Quilting \$ Batik \$ Embroidery \$ Felt \$ Weaving \$ Sewing	\$ Precious \$ Semi-precious \$ Non-precious \$ Fashion	\$ Papier maché \$ Handmade \$ Book arts \$ Cards	\$ Carving \$ Molded \$ Cast \$ Assemblage
<b>Leather</b>	<b>Other</b>		
\$ Shoes \$ Clothing \$ Accessories	\$ Painting		

**Annexe C : Personnes Interviewées**

1. Anne Manuel, directrice générale, *Crafts Council of Newfoundland and Labrador*
2. Susan Hanrahan, directrice générale, *Nova Scotia Designer Crafts Council*
3. Yvan Gauthier, directeur général, Conseil des métiers d'art du Québec
4. Louise Chapados, Directrice du développement des services et de l'exportation, Conseil des métiers d'art du Québec
5. Robert Jekyll, président, Fédération canadienne des métiers d'art
6. Rosalyn Morrison, directrice générale, *Ontario Crafts Council*
7. Alan Lacovetsky, président, *Manitoba Crafts Council*
8. Tom McFall, directeur général, *Alberta Crafts Council*
9. Jane Matthews, directrice générale, *Crafts Association of British Columbia*

**Annexe D : Principales organisations du secteur des métiers d'art au Canada**

Organisation	Mandat, mission ou objectif	Nom et numéro de téléphone de la personne-ressource	Adresse
Alberta Crafts Council	Aider au perfectionnement des artisans des métiers d'art et au développement du secteur des métiers d'art en Alberta.	Simon Wroot, président Tom McFall, directeur Tél.: (780) 488-6611, poste 228, ou 1-800-362-7238 Fax : (780) 488-8855	10186 - 106 Street Edmonton (Alberta) T5J 1H4  <a href="mailto:tmfall@albertacraft.ab.ca">tmfall@albertacraft.ab.ca</a> <a href="mailto:acc@albertacraft.ab.ca">acc@albertacraft.ab.ca</a> <a href="http://www.albertacraft.ab.ca">www.albertacraft.ab.ca</a>
Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA)	Améliorer la situation économique dans les collectivités du Canada atlantique en créant des entreprises et des emplois	Tél.: (506) 851-2271 ou 1-800-561-7862 Fax : (506) 851-7403	Centre Croix-Bleue 3e étage 644, rue Main B.P. 6051 Moncton (NB) E1C 9J8 <a href="http://www.acoa.ca">www.acoa.ca</a>
Foire commerciale artisanale atlantique	Organise une foire commerciale de produits de métiers d'art à l'intention des grossistes pour le compte des quatre provinces de l'Atlantique.	Bernard Burton, directeur Peter Giffin, directeur  Tél.: (902) 424-8609 Fax : (902) 424-5739	Nova Scotia Department of Economic Development Investment Trade Section World and Trade Convention Centre Suite 520, 1800 Argyle Street Halifax (NE) B.P. 519 B3J 2R7 <a href="mailto:Acts@gov.ns.ca">Acts@gov.ns.ca</a> <a href="mailto:Burtonb@gov.ns.ca">Burtonb@gov.ns.ca</a> <a href="mailto:Giffinpl@gov.ns.ca">Giffinpl@gov.ns.ca</a>
Burlington Art Centre	Fournir un emplacement idéal pour les nombreuses associations d'arts visuels et de métiers d'art actives à Burlington depuis les années 50. Sept associations artisanales tiennent dans le Centre des ateliers dûment équipés portant respectivement sur les beaux arts, le tissage et le filage, le crochet, la photographie, la poterie, les courtépointes, la sculpture sur pierre et sur bois.	Tél.: (905) 632-7796	1333 Lakeshore Road Burlington (Ontario) L7S 1A9
Canada International Crafts Industry Ltd	Représenter les industries de la porcelaine artisanale d'Amérique du Nord	Jimmy Zhang, directeur Tél.: (604) 278-0928 ou 1-877-978-0928	115-3757 Jacombs Road Richmond (CB) V6V 2R3 <a href="mailto:jpzhang@ibm.net">jpzhang@ibm.net</a>

Canadian Ceramics Society	Favoriser l'échange d'information relativement aux possibilités professionnelles et commerciales entre les artisans et les organisations s'adonnant à la fabrication et à l'utilisation des matériaux pour la céramique.	Tél.: (416) 491-2886 Fax : (416) 491-1670	310 - 2175 Sheppard Ave East Willowdale (Ontario) M2J 1W8  <a href="http://www.ceramics.ca">www.ceramics.ca</a>
Canadian Clay and Glass Gallery	Regrouper et exposer des oeuvres en céramique, en verre, en verre teinté et en émaux de partout au pays et de l'étranger.		25 Caroline Street North Waterloo (Ontario)
Canadian Craft & Hobby Association	Faire connaître le secteur des métiers d'art, défendre ses intérêts, favoriser sa croissance et travailler à sa prospérité en élaborant et en mettant en oeuvre des programmes, des projets et des activités de haut calibre.	Tél.: 1-888-991-0559	24 - 1410 40th Ave NE Calgary (Alberta) T2E 6L1  <a href="mailto:ccha@cadvision.com">ccha@cadvision.com</a>
Conseil Canadien des métiers d'art	Prédécesseur de la Fédération canadienne des métiers d'art		
Fédération canadienne des métiers d'art	Améliorer l'encadrement professionnel des artisans au Canada.	Robert Jekyll, président Tél.: (416) 408-2294 Fax : (416) 408-2310  Jan Waldorf, président sortant Tél.: (905) 845-5357 Fax : (905) 845-0935  Sarah Maloney, vice-présidente Tél.: (506) 450-8989 Fax : (506) 457-6010  Susan Hanrahan, secrétaire Tél.: (902) 423-3837 Fax : (902) 422-0881  Ben Parker, trésorier Tél.: (204) 488-1483	a/s Ontario Crafts Council Designers Walk  170 Bedford Road, Suite 300 Toronto (Ontario) M5R 2K9  <a href="mailto:Rjekyll@arvotek.net">Rjekyll@arvotek.net</a> <a href="mailto:Jwaldorf@home.com">Jwaldorf@home.com</a>  <a href="mailto:Nbcrafts@nbaibn.com">Nbcrafts@nbaibn.com</a>  <a href="mailto:susan@nsdcc.ns.ca">susan@nsdcc.ns.ca</a>  <a href="mailto:Benecraft@mb.sympatico.ca">Benecraft@mb.sympatico.ca</a>
Canadian Crafts Museum	Ce musée des métiers d'art expose et conserve des oeuvres artistiques et met les oeuvres artisanales à la portée du public pour l'enrichissement de la société.	Tél.: (604) 687-8266 Fax : (604) 684-7174	639 Hornby Street Vancouver (CB) V6C 2G3



Canadian Museum of Textiles	Fournir l'occasion de découvrir les traditions, les compétences et le génie créatif qui ont fait des arts textiles un mode d'expression visuelle de grande importance tant au point de vue contemporain qu' historique.	Tél.: (416) 599-5321 Fax : (416) 599-2911	55 Centre Avenue Toronto (Ontario) M5G 2H5
Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ)	Commercialiser les produits et les services des artisans québécois à l' intérieur et à l' extérieur du Québec; défendre les intérêts professionnels des artisans; offrir des services visant à améliorer la qualité de la production et à en garantir l' excellence.	Chantal Gilbert, présidente Yvan Gauthier, directeur  Tél.: (514) 861-2787 Fax : (514) 861-9191	Marché Bonsecours 350, rue St-Paul est, bur. 400 Montréal (Québec) H2Y 1H2  <a href="mailto:yvangauthier@metier-d-art.qc.ca">yvangauthier@metier-d-art.qc.ca</a> <a href="http://www.metiers-d-art.qc.ca">www.metiers-d-art.qc.ca</a>
Corporation des artisans en métiers d'art du Saguenay-Lac-Saint-Jean	Déterminer l' orientation du secteur des métiers d' art dans la région.	Alma Tél.: (418) 662-9255 Jonquière Tél.: (418) 542-0245 Fax: (418) 662-1071	414, rue Collard ouest, bureau 101 Alma (Québec) G8B 1N2 <a href="http://www.culture.sagamie.org/associations/metiers_art">www.culture.sagamie.org/associations/metiers_art</a>
Crafts Council of Newfoundland and Labrador	Favoriser et promouvoir l' excellence dans les métiers d' art pour le plus grand bénéfice culturel et économique de la province de Terre-Neuve et du Labrador en veillant à l' épanouissement d' une collectivité artisanale solide et industrielle, et en jouant un rôle directeur pour assurer la croissance d' un secteur des métiers d' art vigoureux.	Barbara Wood, présidente Anne Manuel, directrice Tél.: (709) 753-2749 Fax : (709) 753-2766	Devon House Crafts Centre 59 Duckworth Street St. John ' s (T.-N.) A1C 1E6  <a href="mailto:Ammanuel@craftcouncil.nf.ca">Ammanuel@craftcouncil.nf.ca</a>  <a href="http://www.craftcouncil.nf.ca">www.craftcouncil.nf.ca</a>
Craft Link Tours	Organiser des circuits en autobus et à pied dans Winnipeg mettant en vedette plusieurs galeries artisanales.	Tél.: (204) 487-6114	
Crafts Association of British Columbia	Promouvoir l' excellence dans les métiers d' art en Colombie-Britannique en offrant aux artisans membres des moyens de communication, des cours de perfectionnement professionnel et commercial, et des possibilités d' exportation.	Anne Mauch, présidente Jane Matthews, directrice  Tél.: (604) 687-6511 Fax : (604) 687-6711	1386 Cartwright Street Granville Island Vancouver (CB) V6H 3R8  <a href="mailto:Cabc@telus.net">Cabc@telus.net</a>  <a href="http://www.cabc.net">www.cabc.net</a>
Conseil des		Jean-Philippe Tabet,	<a href="mailto:jptabet@culturalhrc.ca">jptabet@culturalhrc.ca</a>

ressources humaines du secteur culturel		directeur Tél.: (613) 562-1535	<a href="http://www.culturalhrc.ca">www.culturalhrc.ca</a>
Ministères des Affaires étrangères et du Commerce international	Aide les associations nationales et les particuliers dans leurs activités de marketing international en leur offrant des études de marchés, des outils d'expansion du commerce et la possibilité de participer à des missions commerciales.	Anne Delaney, déléguée commerciale  Direction de la promotion des arts et des industries culturelles (ACA)  Tél.: (613) 995-0674	<a href="mailto:anne.delaney@dfait-maeci.gc.ca">anne.delaney@dfait-maeci.gc.ca</a>  <a href="http://www.dfait-maeci.gc.ca/arts">www.dfait-maeci.gc.ca/arts</a>
Escape		Claudia Bergen	<a href="mailto:Cbergen@escape.ca">Cbergen@escape.ca</a>
Gardiner Museum of Ceramic Art		Tél.: (416) 586-8080  Fax : (416) 586-8085	111 Queen 's Park Toronto (Ontario) M5S 2C7  <a href="mailto:Mail@gardinermuseum.on.ca">Mail@gardinermuseum.on.ca</a>
Harbourfront Crafts Studio	Aider les artisans nouvellement établis à faire une carrière professionnelle et présenter au public les oeuvres d'artisans contemporains.	Tél.: (416) 973-4963 ou (416) 973-3000	York Quay Centre 235 Queens Quay West Toronto (Ontario)
Industrie Canada	Aider les artisans nouvellement établis à faire une carrière et présenter au public les oeuvres d'artisans contemporains	Jan Tremblay, agent, Industrie Tél.: (416) 973-5075	<a href="mailto:Tremblay.jan@ic.gc.ca">Tremblay.jan@ic.gc.ca</a>
Accord de développement du marché du travail (I.-P.-E.)	Offrir des possibilités aux chômeurs, en mettant l'accent sur les secteurs jugés essentiels pour le développement économique de la province.	Tél.: 1-800-O-CANADA	161 St. Peters Road Charlottetown (I.-P.-E.) C1A 5P7  <a href="http://www.gov.pe.ca/infopei/onelisting.php3?number'46836">www.gov.pe.ca/infopei/onelisting.php3?number'46836</a>
Labrador Crafts Marketing Agency	Favoriser la croissance du secteur des métiers d'art au Labrador.	Jim Garland, directeur Tél.: (709) 896-2121	P.O. Box 1715, Stn. AB@ Happy Valley- Goose Bay (Labrador) A0P 1E0 <a href="mailto:labcraft@hvgb.net">labcraft@hvgb.net</a>
Manitoba Crafts Council	Promouvoir l'excellence de la production contemporaine des métiers d'art au Manitoba en aidant les artisans, en les faisant connaître et en sensibilisant la collectivité aux métiers d'art.	Alan Lacovetsky, président  Margaret Anne Fehr, directrice Tél.: (204) 487-6114	390 Academy Road Winnipeg (Manitoba) R3N 0B8  <a href="mailto:Info@craftspace.org">Info@craftspace.org</a>

		Fax : (204) 487-6115	<a href="http://www.craftspace.org">www.craftspace.org</a>
New Brunswick Crafts Council	Offrir des débouchés et de l'aide aux membres du conseil en favorisant l'appréciation de l'excellence dans les métiers d'art, en faisant la promotion du secteur et en l'appuyant.	Martin Altken, président Sarah Maloney, directrice  Tél.: (506) 450-8989 Fax : (506) 457-6010	87 Regent Street P.O. Box 1231 Fredericton (NB) E3B 5C8  <a href="mailto:nbcrafts@nb.ainb.com">nbcrafts@nb.ainb.com</a>
Newfoundland and Labrador Department of Development and Rural Renewal	Une section du ministère a pour mandat d'appuyer le développement du secteur des métiers d'art et la commercialisation des produits des métiers d'art au Labrador.	Jim Spearing, consultant en développement du secteur des métiers d'art  Tél.: (709) 896-2400 Fax: (709) 896-0234	Happy Valley - Goose Bay (Labrador) A0P 1E0
Newfoundland and Labrador Department of Development and Rural Renewal	Une section du ministère a pour mandat d'appuyer le développement du secteur des métiers d'art et la commercialisation des produits des métiers d'art à Terre-Neuve.	Pete Barrett, consultant en développement du secteur des métiers d'art  Tél.: (709) 653-2244 ou (709) 653-2223 Fax: (709) 653-2298	26 Sandy Point Norris Arm (T.-N.) A0G 3M0
Nova Scotia Arts Council	Promouvoir l'excellence artistique et favoriser l'expression créative en finançant l'exercice des métiers d'art et en favorisant un accès équitable aux programmes de subvention pour les artistes professionnels de la Nouvelle-Écosse de toutes disciplines, de toutes les régions de la province et de tout milieu culturel, y compris les artistes noirs, mic macs et acadiens.	Tél.: (902) 422-1123 Fax : (902) 422-1445	1660 Hollis St., Suite 302, Halifax (NE) B3J 1V8  <a href="mailto:nsartscouncil@ns.sympatico.ca">nsartscouncil@ns.sympatico.ca</a>
Nova Scotia Centre for Crafts and Design	Promouvoir les métiers d'art et les industries de conception connexes en Nouvelle-Écosse.	Tél.: (902) 424-4062 Fax : (902) 424-0670	Nova Scotia Department of Tourism and Culture P.O. Box 578 683 Barrington Street Halifax (NE) B3J 2S9 <a href="mailto:craft-design@gov.ns.ca">craft-design@gov.ns.ca</a>
Nova Scotia Cultural Network	Promouvoir, grâce à ce réseau, le développement culturel et l'expression culturelle autochtone à large assise dans toute la province de Nouvelle-Écosse.	Andrew David Terris, directeur  Tél.: (902) 423-4456 Fax : (902) 423-4248	The Nova Scotia Cultural Network 1657 Barrington Street Halifax (NE) B3J 2A1 <a href="mailto:network@culture.ns.ca">network@culture.ns.ca</a>

			<a href="http://www.culture.ns.ca">www.culture.ns.ca</a>
Nova Scotia Department of Economic Development	Promouvoir le développement économique en Nouvelle-Écosse.	Tél.: (902) 424-8920	World Trade Centre Floors 5, 6 and 7 800 Argyle Street P.O. Box 519 Halifax (NE) B3J 2R7 <a href="mailto:econ.comm@gov.ns.ca">econ.comm@gov.ns.ca</a> <a href="http://www.gov.ns.ca/ecor">www.gov.ns.ca/ecor</a>
Nova Scotia Designer Crafts Council	Favoriser et promouvoir l'exercice des métiers d'art en Nouvelle-Écosse, sensibiliser le public aux métiers d'art et accroître son intérêt pour les activités et les produits des métiers d'art.	Bonnie Baker, présidente Susan Hanrahan, directrice  Tél.: (902) 423-3837 Fax : (902) 422-0881	113 Marginal Road Halifax (NE) B3H 4P7  <a href="mailto:Office@nsdcc.ns.ca">Office@nsdcc.ns.ca</a> <a href="http://www.nsdcc.ns.ca">www.nsdcc.ns.ca</a>
Nunavut Arts and Crafts Association	Promouvoir les oeuvres des artistes et des artisans du Nunavut.	Beth Beattie Tél.: (867) 979-6880	Iqaluit (T.N.-O.)
Ontario Crafts Council	Promouvoir les métiers d'art en offrant de l'information, des services et des programmes pour créer des liens entre les professionnels, les concepteurs, le milieu des affaires et le grand public.	Pat James, président Rosalyn Morrison, directrice  Tél.: (416) 925-4222 Fax : (416) 925-4223	Designers Walk 170 Bedford Road, Suite 300 Toronto (Ontario) M5R 2K9 <a href="mailto:Rmorrison@craft.on.ca">Rmorrison@craft.on.ca</a> <a href="http://www.craft.on.ca">www.craft.on.ca</a>
PEI Crafts Council	Promouvoir le développement économique du secteur des métiers d'art à l'Île-du-Prince-Édouard.	Doug Cranford, président Irene Renaud, adjointe administrative  Tél.: (902) 892-5152 Fax : (902) 628-8740	156 Richmond Street Charlottetown (I.-P.-E.) C1A 1H9  <a href="mailto:Irenaud@hc.itas.net">Irenaud@hc.itas.net</a>
Potters Guild of British Columbia	Promouvoir l'excellence dans le domaine de la céramique.	Jane Matthews, directeur Gallery of B.C. Ceramics Tél.: (604) 669-5645 Fax : (604) 669-5627	<a href="mailto:Bcpguild@intouch.bc.ca">Bcpguild@intouch.bc.ca</a>  <a href="http://www.margaretdesign.com/pguild">www.margaretdesign.com/pguild</a>
Prince Edward Island Department of Development and Technology	Promouvoir le développement économique des régions rurales à l'Île-du-Prince-Édouard.	Tél.: (902) 368-4244 Fax : (902) 368-4242	5th Floor, Shaw Building 105 Rochford Street P.O. Box 2000 Charlottetown (I.-P.-E.) C1A 7N8 <a href="http://www.gov.pe.ca/development">www.gov.pe.ca/development</a>

Prince Edward Island Department of Education	Veiller à un accès équitable à la formation continue.	Lisa Dennis, agente des communications Tél.: (902) 368-4600 Fax : (902) 368-4663	Second Floor, Sullivan Building 16 Fitzroy Street P.O. Box 2000 Charlottetown (I.-P.-E.) C1A 7N8
Prince Edward Island Department of Tourism		Sherry McDougall, agente des communications Tél.: (902) 368-4801 Fax : (902) 368-5277	P.O. Box 2000 Charlottetown (I.-P.-E.) C1A 7N8  <a href="http://www.gov.pe.ca/phone/index.php?number'1120">www.gov.pe.ca/phone/index.php?number'1120</a>
Saskatchewan Crafts Council	Promouvoir un exercice sérieux des métiers d'art, comme profession ou comme passe-temps, et éveiller l'intérêt du public et des gouvernements pour les produits des métiers d'art de qualité supérieure, en développant l'enseignement, la commercialisation, les expositions et les activités de communication à l'intention des artisans et du public de façon à créer un climat propice au développement des métiers d'art en tant qu'activité de création et qu'activité économique.	Gale Steck, présidente Sandra Grismer, directrice des opérations  Tél.: (306) 653-3616 ou (306) 653-5239 Fax: (306) 244-2711	813 Broadway Avenue Saskatoon (Saskatchewan) S7N 1B5  <a href="mailto:saskcraftcouncil@home.com">saskcraftcouncil@home.com</a>  <a href="http://www.saskcraftcouncil.org">www.saskcraftcouncil.org</a>
Signature Crafts Show Ltd.	Organiser six salons des métiers d'art de Noël et du printemps dans tout le Canada.	Tél.: 1-888-773-4444	<a href="mailto:shows@signaturescanada.com">shows@signaturescanada.com</a>
Société de développement des entreprises culturelles (SODEC)		Tél.: (514) 841-2200	215, rue Saint-Jacques Ouest Montréal (Québec) H2Y 1M6  <a href="http://www.sodec.gouv.qc.ca">www.sodec.gouv.qc.ca</a>
The Canadian Crafts Show Ltd.	Organiser des salons de produits uniques à Toronto et à Edmonton.	Patti Stewart, directrice Tél.: (416) 960-3680, poste 25	21 Greenville Street Toronto (Ontario) M4Y 1A1 <a href="mailto:patti@oneofakindshow.com">patti@oneofakindshow.com</a>
World of Crafts Ltd.	Organiser le salon de métiers d'art Butterdome de l'Ouest canadien.	Tél.: (780) 436-6666	Box 4265 Edmonton (Alberta) T6E 4T3 <a href="mailto:info@worldofcrafts.ca">info@worldofcrafts.ca</a>
Circle Crafts in Vancouver		Paul Yard Tél.: (604) 329-8006	

Uniquely Ontario etc.	Communiquer avec les milliers d'entrepreneurs à domicile ayant commercialisé leurs produits sur le marché de gros du cadeau grâce aux salons des arts créatifs.	Barbara Mowat, directrice de projet Tél.: 1-800-672-0103 Fax: (604) 854-3087	Impact Communications Ltd.  <a href="mailto:ICLCanada2@aol.com">ICLCanada2@aol.com</a>  <a href="http://www.HomeBusinessReport.com/uniqueely.html">www.HomeBusinessReport.com/ uniqueely.html</a>
-----------------------	---	---	---

## **Bibliographie**

- Alberta Crafts Council. *Craft: Rural Crafts Development Project: Summary Report*; définition et développement du secteur des métiers d'art en Alberta, 1994.
- Alberta Crafts Council. *Economic Impact Study*, projet de développement des métiers d'art en régions rurales, 1994.
- Anderson/Fast and Associates. *Saskatchewan Municipal Government Visual Arts and Crafts Economic Impact Assessment*, Regina, Government of Saskatchewan, Saskatchewan Municipal Government, Arts, Cultural Industries and Multiculturalism Branch, novembre, 1996.
- Équipe sectorielle nationale des arts et des industries culturelles. *Arts and Cultural Industries*, ébauche, novembre 1999.
- Backer, Noelle. Catalogs Keeping up with Demand, *The Crafts Report*, novembre 1997b.
- Backer, Noelle. One the Road Again, *The Crafts Report*, avril 1997a.
- Baillargeon, Céline. *Les dépenses publiques en matière de culture et de communications au Québec*. Québec, ministère de la Culture et des Communications, Direction de la recherche et de la statistique, 1999.
- Bergen, Claudia. *Re Development of a National Strategy*, document interne, Manitoba Crafts Council, november 1999.
- Berycrin, Malcolm. *Handicrafts Exports Some Suggestions for Successful Marketing*, International Trade Forum, 2, p.16, 1994.
- Boothby, Daniel. *An Employment Profile of the Cultural Sector in Canada*. Ottawa, Emploi et Immigration Canada, polycopie, 1991.
- Bureau de la statistique du Québec. *Indicateur d'activités culturelles au Québec, Édition 1997*, Québec, Bureau de la statistique du Québec, 1997.
- Conseil des arts du Canada. *Secteur des arts - Profil nE2 : les artistes au sein de la population active*, Ottawa, Affaires publiques, Recherche et communication, juillet 1999.
- Conférence canadienne des arts. *Rapport final du Groupe de travail sur la politique culturelle au XXIe siècle*, Ottawa, Conseil des arts du Canada, Conférence canadienne des arts, Groupe de travail sur la politique culturelle au XXIe siècle, 1998.

Consulat général du Canada à Seattle. *Étude du marché américain de l'artisanat et de l'article cadeau*, consulat général du Canada à Seattle, mai 1999.

Consulat général du Canada à Seattle. *Le marché des métiers d'art dans le Nord-Ouest des États-Unis*, consulat général du Canada à Seattle, mars 2000.

Patrimoine canadien, Industrie Canada, Développement des ressources humaines Canada, Affaires étrangères et Commerce international. *Profil de l'industrie du multimédia*, préparé par AC Neilsen -DJC Research, 1999. <http://www.dfait-maeci.gc.ca/arts/devel/multimedia99-e.pdf>

Patrimoine canadien. *Étude sur la diffusion des arts d'interprétation au Canada*. Ottawa, Patrimoine canadien, 1996.

Patrimoine canadien. *Culture et patrimoine : pour que la voix du Canada puisse être entendue*, Ottawa, Patrimoine canadien, 1998.

Patrimoine canadien. *Un avenir en art : investissement majeur dans la culture canadienne*, communiqué de presse, 2 mai 2001. <http://www.pch.gc.ca/unavenirenart/cp-1.htm>

Cheney, Terry. *La culture à l'oeuvre : enjeux en matière de ressources humaines dans le secteur culturel : résultats de six rapports sous-sectoriels*, Ottawa, Développement des ressources humaines Canada, groupes d'études des ressources humaines pour le secteur de la culture, 1994.

Colbert, François, Jacques Nantel et Suzanne Bilodeau. *Le marketing des arts et de la culture*, Boucherville, G.Morin, 1993.

Communications Canada. *A study of the Commercial Success of The Cultural Industries in Canada*, Ottawa, Communications Canada, Direction de l'évaluation des programmes, 1986.

Communications Canada. *Nos industries culturelles : des liens essentiels*, Ottawa, Communications Canada, 1987.

Conseil des métiers d'art du Québec. Avec le Groupe de travail sur les métiers d'art, SODEC (éd.), *Plan d'action stratégique pour le développement économique des métiers d'art*, 2001.

<http://www.métiers-d-art-qc.ca/>

Conseil des métiers d'art du Québec. *Regard global sur le secteur*, document interne, non daté.

Conseil des métiers d'art du Québec. *Mémoire du Conseil des métiers d'art du Québec présenté à la Commission de la Culture*, Montréal, septembre 1999.



Conseil des métiers d'art du Québec. *Towards an export strategy for Canadian Crafts*, Montréal, décembre 1999.

Conseil des métiers d'art du Québec. *L'industrie des métiers d'art*, 2001.

<http://www.métiers-d-art-qc.ca/>

Corporation des artisans en métier d'art du Saguenay-Lac-Saint-Jean. *Index des métiers*, 2001.

[http://www.culture.sagamie.org/associations/metiers\\_art/index\\_metiers.html](http://www.culture.sagamie.org/associations/metiers_art/index_metiers.html)

Crafts Association of British Columbia. *Crafts Shows 2000*, 2000.

Crafts Association of British Columbia. *Proposed Ideas for an Export Development Strategy for Canadian Crafts*, non daté.

Crafts Council of Newfoundland and Labrador. *Comments on the profile draft*, document interne, 2000.

*Crafts Report*. AThe 14\$ Billion Crafts Report : CODA Survey Proves that Crafts are Big Business@, 2001.

<http://www.craftsreport.com/may01/codasurveyresults.html>

Dayton-Johnson, Jeff. AWhat 's Different about Cultural Products? An Economic Framework@, Dalhousie University, document produit pour Recherche et analyse stratégique, Recherche stratégique et coordination des politiques, SRA501, Ottawa, Patrimoine canadien, 2000.

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international et ministère de la Culture et de Communications du Québec. *Guide à l'exportation*, Conseil des métiers d'art du Québec, 1999. <http://www.metiers-d-art.qc.ca/>

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Étude du marché des artisanats et cadeaux de la région centre-est des États-Unis* (also available in English under the title *Mid-Atlantic U.S. Market Study of Crafts and Giftware*), préparé par le consulat général du Canada à Washington (D.C.), 1997.

[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/70067-f.htm](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/70067-f.htm)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Le marché des arts visuels en France* (also available in English under the title *The Visual Arts Market in France*), préparé par l'ambassade du Canada à Paris, Division de la promotion des arts et des industries culturelles, et disponible auprès du Centre des études de marché d'Équipe Canada, 1998.

[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/32115-f.pdf](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/32115-f.pdf)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Rapport sur le marché des États-Unis: Guide à l'intention des exportateurs canadiens d'objets d'art et d'artisanat autochtones* (also available in English under the title *Canadian Aboriginal Art & Craft Market Study for the Upper Mid West and Rocky Mountain States*), préparé par le consulat général du Canada à Minneapolis (Minnesota), 1999.

[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/70068-f.htm](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/70068-f.htm)

[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/70510-e.htm](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/70510-e.htm)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Étude de marché américain de l'artisanat et de l'article de cadeau - Guide des producteurs canadiens d'artisanat, d'articles cadeaux et d'accessoires décoratifs* (also available in English under the title *National Giftware & Craft Market Study for the United States : A Guide for the Canadian Producers of Giftware, Crafts and Decorative Home Accessories*), 1999.

[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/70309-f.htm](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/70309-f.htm)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce internationale. *Rapport sur le marché des États-Unis - Guide à l'intention des exportateurs canadiens d'objets d'art et d'artisanat autochtones*, consulat général du Canada, Minneapolis (Minnesota), 1999.

[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/70068-f.htm](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/70068-f.htm)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Le marché des arts visuels à Los Angeles* (also available in English under the title *The Visual Arts Market in Los Angeles*), préparé par le consulat général du Canada à Los Angeles, Division de la promotion des arts et des industries culturelles, et disponible auprès du Centre des études du marché d'Équipe Canada, 1999.

[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/32116-f.pdf](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/32116-f.pdf)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Le marché des arts visuels à New York* (also available in English under the title *The Visual Arts Market in New York*), préparé par le consulat général du Canada à New York, Division de la promotion des arts et des industries culturelles, et disponible auprès du Centre des études du marché d'Équipe Canada, 1999.

[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/32117-f.pdf](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/32117-f.pdf)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Le marché des arts visuels en France* (also available in English under the title *The Visual Arts Market in France*), préparé par l'ambassade du Canada à Paris, Division de la promotion des arts et des industries culturelles, et disponible auprès du Centre des études du marché d'Équipe Canada, 1999.

[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/32115-f.pdf](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/32115-f.pdf)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Le marché des arts et de l'artisanat autochtone en Allemagne* (also available in English under the title *The Aboriginal Arts and*

*Crafts Market in Germany*), mis à jour par Anne Delaney, 1999.  
[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/32118-e.pdf](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/32118-e.pdf)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Le marché des arts et de l'artisanat autochtone en Belgique* (also available in English under the title *The Native Art and Handicraft Market in Belgium*), préparé par Karen Schroh, Culture et Communications, ambassade du Canada, 1999.  
[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/70309-e.htm](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/70309-e.htm)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Le marché italien de l'art et de l'artisanat autochtones - Guide de l'exportateur* (also available in English under the title *The Aboriginal Arts and Crafts Market in Italy : A Guide to Exporting*), 1999.  
[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/it\\_aboriginal\\_market-e.htm](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/it_aboriginal_market-e.htm)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Étude du marché américain de l'artisanat et de l'article cadeau - Guide des producteurs canadiens d'artisanat, d'articles cadeaux et d'accessoires décoratifs* (also available in English under the title *National Giftware & Craft Market Study for the United States : A Guide for Canadian Producers of Giftware, Crafts and Decorative Home Accessories*), 2000.  
[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/70309-e.htm](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/70309-e.htm)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Le marché des métiers d'art dans le Nord-Ouest des États-Unis* (also available in English under the title *Northwest Craft Market Study*), préparé par le consulat général du Canada à Seattle, 2000.  
[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/70510-f.htm](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/70510-f.htm)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Le marché des articles de cadeaux au Royaume-Uni* (also available in English under the title *The Giftware Market in the United Kingdom*), préparé par le Centre des études de marché et le Service des délégués commerciaux du Canada, 2000.  
[http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html\\_documents/38260-e.pdf](http://www.dfait-maeci.gc.ca/geo/html_documents/38260-e.pdf)

Ministère des affaires étrangères et du Commerce international. *Les États-Unis: le marché de l'artisanat et de l'article cadeau* (also available in English under the title *The United States: the Giftware and Craft Market*), Service des délégués commerciaux du Canada, 1995.  
<http://www.dfait-maeci.gc.ca/francais/news/newsletr/canex/000225if.htm>

Direction de la recherche et de la statistique. *La population active expérimentée des secteurs de la culture et des communications au Québec, données du recensement de 1996*, Québec, Ministère de la Culture et des Communications, septembre 1999.  
<http://www.metiers-d-art.qc.ca/>

Dorland, Michael (éd). *The Cultural Industries in Canada: Problems, Policies and Prospects*, Toronto, Lorimer & Co, 1996.

Les associés de recherche Ekos Inc. *Le son de l'avenir: la musique et l'enregistrement sonore: enjeux en matière des ressources humaines*, Ottawa, Développement des ressources humaines Canada, groupe d'étude des ressources humaines pour le sous-secteur de la musique et de l'enregistrement sonore, 1994.

Étude Économique Conseil. *Examen du fonds de développement des industries culturelles: rapport final*, Ottawa : Patrimoine canadien, Direction générale de l'examen ministériel, 1994.

Farkas, Lorraine. *Travailleurs autonomes et négociation collective*, Ottawa, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, 1999.

Finnerty, Bernadette. *The Many States of Craft*, The Crafts Report, avril 1997.

Fortin, Hélène Anne. *Il était une fois : carrières liées au patrimoine*, Ottawa, Conseil des ressources humaines du secteur culturel, 1999.

Gauvreau, Jean-Marie. *Artisans du Québec*, non daté.

Gouvernement du Canada. *Stratégie d'exportation du Canada: Plan de promotion du commerce extérieur : 10 industries culturelles*, Ottawa, gouvernement du Canada, 1995.

Graves, Frank. *Les artisans et leurs auditoires*, Ottawa, Communications Canada, Politique des arts, Les associés de recherches Ekos Inc., 1989.

Groupe de travail sur le patrimoine. *Document de réflexion sur le patrimoine*, Montréal, Conseil des métiers d'art du Québec, avril 2000.

Groupe de travail sur les métiers d'art. *Plan d'action stratégique pour le développement économique des métiers d'art*, Montréal, Conseil des métiers d'art du Québec, 1999.

Groupe Secor. *L'industrie du multimédia au Canada : analyse des options de développement*, Montréal, Groupe SECOR, nE au catalogue : C114 1/22-1997F, 1997.

*Guide Sommaire*. Document interne du CMAQ et document du CMAQ en préparation pour Patrimoine canadien et pour la Stratégie commerciale pour les industries culturelles, 2001.

Hardy, Gaétan, G. Massé, J. Ouellet. *Les industries culturelles, région de Québec*, rapport statistique, décembre 1993.

Développement des ressources humaines Canada. *Visual Arts and Crafts Industry*, Industry Profiles, 2000.

<http://www.hrdc.gc.ca/hrib/hrp-prh/ssd-des/english/industryprofiles/E10/index.shtml>

Comité consultatif sur l'autoroute de l'information. *L'économie de la culture et du contenu canadien dans la société de l'information : aperçu des chiffres et des questions : document d'information à l'intention du Comité consultatif sur l'autoroute de l'information*, Ottawa, Communications Canada, Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, 1997.

Institut québécois de recherche sur la culture. *La culture, une industrie?*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture, 1984.

La Novara, Pina. *Perspective décennale sur certains travailleurs de la culture - La culture en perspective*, p.7 à 11, hiver, Ottawa, Statistique Canada, nE au catalogue 87-004-XPB, 1998.

Lamy, Laurent et Lamy, Suzanne. *La renaissance des métiers d'art au Canada français*, Québec, ministère des Affaires culturelles, 1967.

Lavallée, Laval et Bert Pereboom. *Job Turnover Characteristics of Cultural and Non-Cultural Paid Workers : 1988 to 1997*, Ottawa, Développement des ressources humaines Canada, Direction des études sectorielles et sur la profession, polycopie, 1999.

Lavallée, Laval et Bert Pereboom. *A Statistical Profile of the Cultural Labour Force in Canada*, Ottawa, Conseil des ressources humaines du secteur culturel, 2000.

Lewton-Brain, Charles. *Crafts Sector Report to the CCA*, document interne, octobre 1999.

Marquand, Barbara. *A First de Wrought and Afterwards he Thought@*, *The Crafts Report*, novembre 1996.

Masters, Cheryl. *US Market Study for Canadian Crafts*, document interne, Crafts Association of British Columbia, mars 2000.

McCaughey, Claire. *Diplômés en beaux-arts et en arts appliqués - Où sont-ils maintenant?@*, *La culture en perspective*, Ottawa, Statistique Canada, nE au catalogue 87-004 (printemps), p.7 à 9, 1993.

McFall, Tom. *Crafts in Rural Alberta*. Draft Report : Foundation Supply Study, Rural Crafts Development Project, 1994.

Meltzer, Steve. *Making the most of Publicist/Photos*, *The Craft Report*, novembre 1996.

Ministère des communications. *Nos industries culturelles : des liens essentiels*, Ottawa, Ministère des communications, 1987.

Morrison, Rosalyn et Sarah Bradley. *Canadian Crafts Federation Marketing Strategies*, Ontario Crafts Council, novembre 1999.

Ontario Crafts Council. *Portfolio of Makers*, 2001.

Paul Audley & Associates. *Renforcer la souveraineté et l'identité culturelle canadiennes sur l'autoroute de l'information : examen des questions et des options de politiques : document de travail à l'intention du comité consultatif sur l'autoroute de l'information*, Ottawa, Comité consultatif sur l'autoroute de l'information, 1997.

Peefer, Theresa. *Documentation is the Key*, *The Crafts Report*, juillet 1997.

Perron, Luc. *Cultural Exports : Their Relative Contribution to the Arts and Cultural Sector and the Canadian Economy*, Recherche et analyse stratégique, SRA500, Ottawa, Patrimoine canadien.

Pinsent, Morley et Gerry Gabriel. *A Business of Individuals : The Economic Value and Production Based Implications of the Prince Edward Island Quality Handcraft Sector*, Charlottetown, Prince Edward Island Crafts Council, mars 2001a.

Pinsent, Morley et Gerry Gabriel. *Developping Artisan Excellence, Training and Apprenticeship for the Prince Edward Island Quality Handcraft Sector*, Charlottetown, Prince Edward Island Crafts Council, mars 2001b.

Plan de développement des arts et de la culture en Abitibi-Témiscamingue. *Les arts visuels et les métiers d'art*, Bilan depuis 1980 et objectifs de développement 1987-1990, 1987.

Price Waterhouse. *Oeuvre en progression : les arts visuels et les métiers d'art : enjeux en matière des ressources humaines*, Ottawa, Développement des ressources humaines Canada, 1994.

Prince Edward Island Crafts Council. *Towards Strategic Development of the Handcraft Sector on Prince Edward Island*, mars 2001.

Québec, ministère de la Culture et des Communications. *Culture and Communications : Key Sectors of the Economy*, 1996.

Québec, ministère des Affaires culturelles. *Mission économique interministérielle du développement de l'artisanat*, 1976.

- Québec, ministère de la Culture et des Communications. *Population active du secteur culturel par région administrative (données du recensement de 1991)*, Massé, Ginette (éd.), Québec; Direction de la recherche et de la statistique, 1998.
- Québec. *Analyse comparative des dépenses culturelles des administrations provinciale et fédéral en 1985-1986 : la situation du Québec*, rapport d'étude, 1987a.
- Québec. *L'aide financière du Ministère 1986-1987, données préliminaires*, Québec, rapport d'étude, mai 1987b.
- Québec, ministère de la Main-d'oeuvre et de la Sécurité du revenu. *Portrait socio-économique des oeuvres à succès en métiers d'art au Québec*, rapport statistique, novembre 1991.
- Québec, ministère de la Main-d'oeuvre et de la Sécurité du revenu. *Rapport de l'enquête auprès des boutiques spécialisées et autres points de vente d'affiches et de reproductions d'oeuvres d'art*, rapport statistique, octobre 1993.
- Québec. *Le consommateur d'oeuvres d'art, d'artisanat et de métiers d'art - À partir des données d'enquête sur le profil des Canadiens consommateurs d'art*, rapport statistique, octobre 1994.
- Québec. *L'industrie des métiers d'art. Résultats de l'enquête auprès des artisanes et artisans entrepreneurs*, rapport statistique, septembre 1994.
- Sabourin, Vincent et associés. *Stratégie de développement des artisans du secteur des métiers d'art dans un contexte nord-américain*, Montréal, Conseil des métiers d'art du Québec, 1999.  
<http://www.metiers-d-art.qc.ca/>
- Sabourin, Vincent. *Études sur les sites mondiaux de commerce électronique pour la distribution et la mise en marché de produits de métiers d'art*, Groupe de recherche en management stratégique, Université de Québec à Montréal et Conseil des métiers d'art, mai 2000a.  
<http://www.metiers-d-art.qc.ca/>
- Sabourin, Vincent. *Mise à jour des informations statistiques sur le secteur des métiers d'art et analyse des impacts stratégiques*, Groupe de recherche en management stratégique, Université de Québec à Montréal et Conseil des métiers d'art, mai 2000b.  
<http://www.metiers-d-art.qc.ca/>
- Saskatchewan Municipal Government. *A Cultural Industries Development Strategy for Saskatchewan*, juin 1997.
- Statistique Canada. *L'enquête sur la population active du secteur culturel*, La culture en

- perspective*, 7(3), p.1 à 7, Ottawa, Statistique Canada, nE au catalogue : 87-004, automne 1995.
- Statistique Canada. *La culture compte : projet sur la population active du secteur culturel : population totale (CTP 1991)*, Ottawa, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme, 1995.
- Statistique Canada. *Le Canada, sa culture, son patrimoine et son identité : perspective statistique*, Ottawa, Statistique Canada, nE au catalogue : 87-211-XIB, 1997.
- Statistique Canada. *Dictionnaire du recensement de 1996*, Ottawa, Statistique Canada, nE au catalogue :92-351-U1E, 1999a.
- Statistique Canada. *Guide de l'Enquête sur la population active*, Ottawa, Statistique Canada, nE au catalogue :71-543-GE, 1999b.
- Thompson, Paul. *Cultural Labour Force Profile*, Ottawa, Emploi et Immigration Canada, polycopie, avril 1992.
- Weinrich, Peter. *A Very Short History of Craft*, 2001.  
<http://www.civilization.ca/members/arts/bronfman/historye.html>
- Whitaker, Francis. AWhitaker Francis, Master Blasksmith@, *The Crafts Report*, novembre 1997.
- Wilson, John. *Export Marketing for a Small Handicrafts Business*. London, International Small Business Journal, octobre-décembre 1997.
- Winram, Julie. *BC Crafts Sector Survey*, Market Trend Research, Vancouver, Crafts Association of British Columbia, 1999.
- Groupe de travail sur la culture et le contenu canadien. *Assurer une présence canadienne vigoureuse sur l'autoroute de l'information*, Ottawa, Communications Canada, Groupe de travail sur la culture et le contenu canadien, 1995.



