

## **Alliance des arts médiatiques indépendants**

### **Réponses**

#### **1. Reprise économique et croissance**

*Compte tenu du climat d'austérité budgétaire actuel au sein du gouvernement fédéral et dans le monde, quelles mesures fédérales particulières estimez-vous nécessaires pour assurer la reprise économique et une plus forte croissance économique au Canada?*

L'Alliance des arts médiatiques indépendants (AAMI) est un réseau national d'organismes dans le domaine des arts médiatiques indépendants. Les arts médiatiques englobent les films, les productions vidéo et audio et celles reposant sur les nouveaux médias. On entend par indépendants que les artistes réalisent eux-mêmes les œuvres et exercent sur elles un contrôle total au plan créatif. À mesure que notre monde devient saturé d'appareils numériques, d'écrans et d'instruments électroniques, les gens sont de plus en plus nombreux à utiliser les arts médiatiques comme forme d'expression créatrice. De nombreuses études ont démontré que les investissements dans le secteur culturel créent des emplois, contribuent énormément au PIB, assurent aux Canadiens une meilleure qualité de vie et rendent les villes plus vivantes, ce qui stimule la croissance économique et attire des investisseurs étrangers. Le budget fédéral de 2012 l'a reconnu en maintenant le financement du Conseil des Arts du Canada (CAC) à un moment où la réduction du déficit est jugée prioritaire. On pourrait en faire encore beaucoup plus pour améliorer le secteur culturel déjà dynamique et innovateur, et qui touche intrinsèquement l'ensemble des citoyens. Les œuvres d'art médiatique sont conçues pour tous les genres d'écrans, des téléphones cellulaires à ceux des grands cinémas et les entreprises qui s'occupent de les diffuser un peu partout. Le secteur des arts médiatiques poursuit son essor même si le financement des activités n'augmente pas. C'est un secteur bourdonnant d'activités qui représente un investissement profitable. La section des arts médiatiques du CAC est le principal bailleur de fonds national pour les artistes et organismes œuvrant dans ce domaine. Toutefois, cette section est l'une des moins bien financées du CAC étant donné que les arts médiatiques, relativement parlant, comptent parmi les plus jeunes formes d'art de la sphère culturelle. Ils ont rapidement pris de l'expansion au point de devenir un secteur pivot, directement associés à l'ensemble des autres disciplines, en plus d'être en soi une forme d'art actuelle et pertinente. Les arts médiatiques, intrinsèquement reliés aux nouvelles technologies, contribuent beaucoup à générer des recherches et un développement scientifiques, par exemple la vision artificielle et la reconnaissance des images de même que la création d'environnements interactifs numérisés. Le Plan stratégique quinquennal du CAC précise qu'il faudrait « accorder une plus grande attention aux effets sur les arts de la transition vers une société numérique ». Nous recommandons au gouvernement fédéral d'accroître le financement du CAC pour stimuler la croissance économique, en versant plus d'argent à sa section des arts médiatiques.

## 2. Création d'emplois

*Les entreprises canadiennes étant aux prises avec les pressions qu'exercent sur elles des facteurs comme l'incertitude relative à la reprise économique aux États-Unis, à la crise de la dette souveraine en Europe et à la concurrence livrée par un certain nombre de pays développés et en développement, quelles mesures particulières devraient, selon vous, être prises pour promouvoir la création d'emplois au Canada, notamment celle qui est attribuable à l'accroissement du commerce intérieur et international?*

Il existe des centaines d'organismes et d'organisations établis aux quatre coins du Canada, soit festivals, collectifs de création, galeries d'art, établissements éducatifs et centres de distribution. Mis ensemble, ils emploient un nombre appréciable de travailleurs culturels dont la plupart sont jeunes et très qualifiés, la moitié d'entre eux ayant moins de 35 ans. À l'instar de beaucoup d'organisations artistiques sans but lucratif, ces centres, malgré un personnel insuffisant, parviennent à fournir d'excellents services et à combler les besoins culturels de leur collectivité respective. En plus de dispenser à leurs employés une formation administrative précieuse, ces organismes offrent :

- des possibilités de formation sur le tas en production artistique médiatique destinée aux nouveaux diplômés, aux citoyens en général et aux membres d'autres groupes ciblés comme les jeunes décrocheurs;
- des ateliers pour les artistes émergents qui leur permettent d'acquérir une expertise en gestion d'entreprise et d'autres compétences en rapport avec l'entrepreneuriat;
- des services de consultation pour les petites firmes cinématographiques et les artistes indépendants;
- une formation qui prépare les artistes à faire leur marque sur les marchés canadiens et internationaux;
- un soutien aux activités de recherche et de développement dans le domaine des nouveaux médias;
- des programmes éducatifs et des camps d'été pour les écoles et les groupes communautaires.

Ces centres servent d'incubateur pour l'industrie du cinéma en général. Ils inculquent aussi aux artistes indépendants les connaissances élémentaires pour devenir entrepreneurs et respecter les normes de professionnalisme. Pourtant, ils ne reçoivent qu'une aide financière minimale du Conseil des Arts du Canada pour leurs dépenses de fonctionnement, argent qui doit être complété par des fonds d'autres sources, provenant entre autres d'entreprises privées. Les organismes artistiques recourent à des programmes de création d'emplois très appréciés comme le Programme de stages pour les jeunes offert par RHDSC, mais à moins d'une hausse de l'aide gouvernementale servant à financer leurs activités, les emplois ainsi créés finiront par disparaître. Il faudrait augmenter les crédits accordés au Conseil des Arts du Canada pour améliorer les résultats de programmes de création d'emplois, qui entraînent sans contredit des retombées positives multiples en permettant aux artistes de devenir des entrepreneurs, ce qui contribue à forger une main-d'œuvre spécialisée.

## 3. Changement démographique

*Quelles mesures spécifiques le gouvernement fédéral devrait-il prendre, selon vous, pour aider le pays à faire face aux conséquences du vieillissement de la population canadienne et des pénuries de main-d'œuvre?*

Le gouvernement fédéral mise beaucoup sur l'immigration pour remédier au problème du vieillissement de la population canadienne. Les arts médiatiques ont un rôle utile à jouer à cet égard en favorisant la cohésion et l'intégration sociale et en établissant des ponts entre les diverses communautés ethniques grâce à leurs festivals et à d'autres programmes artistiques auxquels des groupes culturels particuliers sont conviés à participer. Des festivals orientés spécifiquement vers les arts médiatiques se développent dans les villes un peu partout au Canada. Mentionnons le festival aluCine qui présente les œuvres d'artistes d'origine latino-américaine vivant au Canada ou en Amérique latine et d'artistes de la diaspora, le festival Reel Asian qui affiche des films asiatiques contemporains et des œuvres des membres de la diaspora asiatique, ainsi que le festival de cinéma Regent Park qui présente des œuvres d'artistes indépendants portant sur des thèmes cruciaux comme l'immigration, les problèmes dans les

centres-villes, l'identité culturelle et les relations multiculturelles. Ce sont là quelques-uns des festivals de plus en plus nombreux qui visent à renforcer la cohésion sociale et à stimuler la créativité culturelle. Les productions d'art médiatique peuvent aussi faire connaître aux nouveaux citoyens notre pays et ses ensembles de valeurs. Les centres de production artistique permettent aux gens de créer des films, des vidéos et des œuvres à partir de nouveaux médias pour raconter leurs histoires et leurs expériences au Canada ou à l'étranger, favorisant ainsi une meilleure compréhension des aspects qui constituent la nation canadienne, et que nous choisissons de présenter aux gens d'ailleurs. Les arts médiatiques se prêtent très bien à un tel usage et peuvent être facilement distribués. Tel qu'indiqué à la réponse à la question 2, les organismes artistiques fournissent une formation précieuse à une grande diversité de Canadiens portant sur les technologies audiovisuelles établies ainsi que les nouveaux médias et les technologies numériques en perpétuelle évolution. Une hausse du budget du Conseil des Arts du Canada permettrait à ces organismes d'acheter de l'équipement à la fine pointe du progrès et d'offrir aux citoyens des ateliers à coût abordable.

#### **4. Productivité**

*Compte tenu des difficultés que connaît le marché de l'emploi du fait, notamment, du vieillissement de la population et des efforts toujours consacrés aux mesures visant à accroître la compétitivité du pays, quelles initiatives fédérales particulières sont-elles nécessaires pour le renforcement de la productivité au Canada?*

Bien que la notion de productivité dans les arts médiatiques soit plus abstraite que dans d'autres domaines, ce secteur joue un rôle appréciable en tant que laboratoire de recherche et de développement pour l'industrie en général. Les innovations, les recherches et la création d'œuvres artistiques stimulent la conception d'idées et de méthodes qui sinon resteraient lettre morte. Ces concepts et ces œuvres d'art trouvent preneur auprès des agences de publicité, d'entreprises dans d'autres secteurs ou dans l'industrie du divertissement, imprégnant la société en général. En guise d'exemple pertinent, mentionnons la nomination en 2012 en vue d'un prix Emmy Award de l'artiste médiatique canadien Andrea Dorfman pour son film *Flawed* dans la catégorie des « méthodes innovatrices de programmation de nouvelles et de documentaires », qui a été diffusé à l'émission *POV* du réseau PBS. La carrière de Dorfman a démarré grâce au soutien de l'Atlantic Filmmakers Cooperative, un centre coopératif de cinéastes établi à Halifax. Étant membre à vie de ce centre, elle continue à se dévouer comme bénévole et agit en tant qu'instructrice principale et mentor dans le cadre des programmes de formation cinématographique de cette coopérative. Le Canada abrite plusieurs artistes médiatiques reconnus à l'échelle internationale, dont les premiers succès en carrière sont en bonne partie attribuables à l'aide du Conseil des Arts du Canada, et qui ont à présent leurs propres entreprises et réussissent à s'autofinancer. Des œuvres de l'artiste électronique montréalais Rafael Lozano Hemmer ont été exposées et/ou achetées par des grandes institutions et des collectionneurs privés du monde entier. Ses revenus autogénérés lui permettent de diriger une compagnie employant 10 personnes à temps plein. Pour « faire sortir de terre » une entreprise du genre, il est nécessaire d'obtenir une aide financière pendant la phase de développement préliminaire. Vu l'augmentation rapide du nombre de candidatures en arts médiatiques soumises au Conseil des Arts du Canada, la concurrence est devenue si forte que le taux d'obtention d'une subvention est tombé à 10 % seulement, si bien qu'une foule d'artistes talentueux se voient refuser l'argent indispensable au démarrage puis à l'essor de leur entreprise. Le Canada a une possibilité réelle de devenir un chef de file mondial dans la production d'œuvres d'art médiatique, mais pour y arriver, il faudra que le gouvernement finance plus généreusement le Conseil des Arts du Canada. Une hausse des crédits accordés au Conseil des Arts et à Téléfilm Canada ainsi qu'à l'ONF pour ses programmes indépendants permettrait à ce secteur de se développer rapidement et de devenir un segment sain et viable de l'économie basée sur la créativité.

## 5. Autres défis

*On sait que des particuliers, des entreprises et des communautés éprouvent des difficultés actuellement au Canada. Quels sont, selon vous, ceux qui éprouvent le plus de difficultés, quelles sont ces difficultés et quelles mesures fédérales sont-elles nécessaires pour remédier à ces difficultés?*

Les fonds servant à aider financièrement les artistes et organismes qui œuvrent en cinéma, en production vidéo et audio et dans les nouveaux médias sont extrêmement limités; pourtant, ce secteur progresse au point de jouer un rôle important et intéressant au sein de la société. Les adeptes des arts médiatiques, une forme d'art relativement nouvelle, veulent relever le défi qui consiste à s'enraciner et à renforcer leur structure financière grâce à des contacts avec des bailleurs de fonds potentiels. Un investissement public s'impose pour établir des bases stables à partir desquelles ces artistes pourront évoluer, mais ceux-ci entendent aussi faire de gros efforts pour nouer des relations avec d'autres organismes subventionnaires, des fondations et des entreprises privées. Au Canada, il n'y a qu'un nombre limité de mécènes qui encouragent les arts comparativement aux États-Unis; et pour les entreprises d'un secteur aussi jeune, il est pratiquement impossible d'obtenir l'aide financière des fondations et des philanthropes qui entretiennent depuis longtemps des relations avec des artistes connus dans d'autres domaines. Par conséquent, le gouvernement fédéral doit tenter de stimuler cette nouvelle forme de philanthropie et améliorer les mesures incitatives s'appliquant au parrainage des arts. Mentionnons comme exemple d'une telle initiative le programme artsVest en train de se développer, qui chapeaute la formation concernant les commandites et les fonds de contrepartie dans le cadre de l'organisme Les affaires pour les arts, programme qui vise à encourager les commandites pour les nouvelles entreprises artistiques et culturelles et à développer les capacités du secteur culturel canadien. Bien que cet organisme ne soit pas actif pour l'instant dans l'ensemble du Canada, il tend vers cet objectif. L'AAMI appuie également la recommandation d'Imagine Canada adressée au Comité permanent des finances en vue d'instaurer un crédit d'impôt généreux pour les dons à des organismes caritatifs. Ce crédit d'impôt a pour but d'inciter un plus grand nombre de Canadiens à faire un don et à fournir un appui aux organismes d'assistance pour leur permettre de fournir une aide accrue. Nous sommes d'accord avec Imagine Canada et la Conférence canadienne des arts sur le fait que le crédit d'impôt fédéral pour les dons à des institutions caritatives devrait augmenter de 29 à 39 %. Cela irait de pair avec des programmes comme artsVest. Grâce à l'augmentation du budget du Conseil des Arts du Canada et à l'ajout de mesures incitatives visant à augmenter le soutien aux arts, le secteur des arts médiatiques serait en meilleure posture pour contribuer à la croissance économique du Canada, tout en illustrant avec éclat les choses que la société canadienne innovatrice et créative est capable de faire.