

Trente ans de publications
Enquête sur les publications réalisées par les centres
d'artistes autogérés du Québec

Un projet du Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec

RCAAQ

en collaboration avec le Conseil des arts et des lettres du Québec

Document réalisé par Viviane Paradis

Deuxième version

27 janvier 2004

Coordonnatrice et rédactrice de l'enquête :

Viviane Paradis

Aide à la compilation :

Ani Frenette

Statistiques :

Gaétan Hardy, coordonnateur Planification, recherche et statistique, CALQ

Réalisation des graphiques :

Denis Landry, Contraste

Comité consultatif :

France Choinière, directrice de Dazibao

François Dion, directeur de Artexte

Bastien Gilbert, directeur du RCAAQ

Thomas Grondin, artiste

Jean Mailloux, coordonnateur à la programmation, LA CHAMBRE BLANCHE

Remerciements

Conseil des arts et des lettres du Québec

- Gaétan Hardy
- Anne Bernard
- Hélène LaRoche

RCAAQ

- Guylaine Langlois
- Brigitte Levasseur
- Josiane Fontaine-Zuchowski
- Céline Lapointe

Un merci spécial à Jean-Yves Vigneau et à Lisanne Nadeau pour leurs suggestions pertinentes.

Introduction

L'édition au Québec publie plus ou moins 4000 nouveaux titres par année¹. Best-sellers, romans, recueils de poésie, livres de cuisine : l'éventail est large et répond à des demandes variées. De l'œuvre de création à l'outil de service, en passant par le bien de consommation rentable, le livre répond à un large éventail de demandes. Largement soutenu par les instances subventionnaires, le livre au Québec fait face à un marché captif, puisqu'il sort peu des frontières de la province. Il est régulièrement fait état d'une crise de l'édition au Québec, un constat présenté par nombre d'intervenants de la chaîne de l'édition, de la publication à la distribution. Ces derniers se sont penchés sur nombre de questions cruciales à la survie et au développement du livre québécois, tels que les nouvelles débouchées nationales et internationales, le livre en quête de lecteurs dans son propre territoire, la mort lente des librairies spécialisées au profit des grandes chaînes génériques, la concentration des grands distributeurs, etc.

En regard de ce constat, l'édition réalisée dans le milieu de l'art actuel, particulièrement les pratiques d'édition des centres d'artistes autogérés, occupe une position de peu d'importance dans cette production livresque. Les centres d'artistes réalisent depuis quelques années une production totale d'une soixantaine de titres par années, dont un petit nombre seulement se rend sur les tablettes des librairies. Cette production marginale de publications – marginale si on la compare au milieu de l'édition commerciale – est elle aussi largement subventionnée. Comparer l'édition dans les centres d'artistes avec l'édition commerciale, voire même avec celle réalisée par des organismes aux visées comparables, comme les musées et centres d'exposition par exemple (qui ont des moyens souvent plus considérables que les centres), peut apparaître un peu vain, mais il n'en demeure pas moins que l'édition telle que pratiquée dans les centres d'artistes québécois participent à la diversité de l'édition générale.

Cette pratique de l'édition demeure non négligeable à l'échelle des centres. Qu'en est-il aujourd'hui de l'édition dans le milieu de l'art autogéré ? Son évolution aurait suivi celle des

¹ « Au Québec seulement, près de 4000 nouveaux titres sont publiés chaque année. Avec la production étrangère, c'est plus de 25 000 nouveautés qui, tous les ans, envahissent les rayons des librairies et autres commerces », Marc Ménard, *Les chiffres des mots. Portrait économique du livre au Québec*, Montréal, SODEC, collection « Culture et économie », 2001, p. 17.

centres d'artistes depuis une dizaine d'années, ce que d'aucuns appellent la professionnalisation du milieu. Les publications rendent compte non seulement des mandats variés des centres d'artistes, mais surtout font état de pratiques artistiques et de réflexions sur l'art actuel qui ont peu ou prou d'espace de diffusion dans les diverses formes de l'imprimé au Québec, exception faite de moins d'une dizaine de revues spécialisées, trimestrielles pour la plupart. L'imprimé demeure un vecteur essentiel pour assurer la pérennité, la continuité et la circulation des pratiques et débats de l'art actuel au Québec. Dans ce contexte, les publications des centres d'artistes sont une nécessité. En quête d'une place dans le milieu du livre et de l'imprimé en général, les publications réalisées par les centres d'artistes du Québec font face à des problèmes spécifiques, qui rejoignent sur certains plans ceux exprimés par le milieu de l'édition générale, comme les problèmes de financement et de distribution, par exemple.

Dans une étude commandée par le centre d'artistes montréalais La Centrale en décembre 2001, afin d'aider le centre à identifier et à préciser ses objectifs en matière de publications, Nathalie Parent, proposait dans un premier temps une vue sur l'édition telle que se présente dans l'industrie du livre au Québec puis, dans un deuxième temps, y analysait l'édition dans les centres d'artistes et plus spécifiquement à La Centrale. Elle y fait les constats suivants :

Mettre en place une structure éditoriale exige une rigueur dans la continuité souvent loin des réalités vécues dans un centre. Le roulement constant de personnel, les moyens financiers restreints et non récurrents sont autant d'obstacles qui, à la base, rendent difficiles l'établissement d'une politique éditoriale et la publication de livres sur une base régulière. [...] Les centres, sans devenir éditeurs, doivent trouver leur propre mode de fonctionnement pour la réalisation d'une production écrite différente du livre d'art tel que produit par les maisons d'édition².

Une enquête sur les publications des centres d'artistes du Québec

À l'automne 2002, le Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec démarrait la réalisation d'une enquête sur les publications réalisées dans les centres d'artistes du Québec. À l'origine, la nécessité d'entamer une vaste enquête sur l'édition dans le milieu de l'art autogéré avait été signifiée dès 1999 par des membres du Regroupement, puis lors d'assemblées générales. D'où les actions concrètes entreprises par le RCAAQ, comme le colloque « Tiré à part » sur les enjeux de l'édition qui s'est déroulé à Québec en octobre 2003, et cette enquête sur les

² Nathalie Parent, *Projet de recherche sur l'édition et La Centrale*, Montréal, La Centrale, 2003, p. 8.

publications des centres d'artistes du Québec. L'enquête a bénéficié du soutien financier et technique du Conseil des arts et des lettres du Québec, collaborateur du RCAAQ dans le cadre de ce projet.

Cette enquête a comme objectif principal de dresser le portrait de l'édition d'hier et d'aujourd'hui dans les centres d'artistes du Québec. Pour ce faire, deux principales actions ont été entreprises : la première a consisté en une vaste enquête auprès des centres d'artistes membres du Regroupement, qui portait sur cinq ans de leurs pratiques d'édition de 1998 à 2002. Par la suite, à partir de l'exploration des collections du centre de documentation Artex, un organisme sis à Montréal reconnu pour la qualité de son catalogue de publications du milieu de l'art autogéré, la deuxième action a consisté à explorer année après année l'ensemble des publications réalisées par les centres d'artistes québécois avant 1998.

À partir de ce portrait de l'édition dans les centres d'artistes du Québec, le but avoué de cette enquête demeure de faire ressortir les points saillants des pratiques d'édition de l'art autogéré, de cibler leurs problèmes et de proposer enfin une série d'actions pour la consolidation et le développement de l'édition dans les centres d'artistes du Québec.

Microscopie de 1998 à 2002 : 5 ans de publications dans les centres d'artistes du Québec

En mars 2003, une enquête était lancée auprès des centres d'artistes membres du Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec (RCAAQ). Cette enquête, sous forme de questionnaire à choix multiple, portait sur cinq ans de pratiques d'édition des centres d'artistes, de 1998 à 2002. L'objectif général de cette enquête était de réaliser une microscopie de l'édition récente dans les centres d'artistes, en en dressant un portrait des pratiques, typologies, interrogations, manques ou encore enjeux de l'édition proposés par les centres d'artistes du Québec. Sur les 52 centres d'artistes membres du RCAAQ en 2002-2003, 48 ont bien voulu répondre à ce questionnaire, un taux de réponse de plus de 92%. Cet excellent taux de réponse fait que nous pouvons considérer les résultats de cette enquête comme étant tout à fait valables et représentatifs. Cette première partie de l'enquête s'attardera donc à la présentation de ces résultats ; mais commençons d'abord par présenter l'outil qui a servi à recueillir les informations et commentaires qu'ont livrés les centres d'artistes, le questionnaire.

Présentation du questionnaire

Composé d'une quarantaine de questions, pour la plupart à choix multiple, le questionnaire était bâti en cinq sections distinctes³. La première partie, intitulée « Renseignements généraux », s'adressait à l'ensemble des centres répondants, réalisant ou non des publications. Si les questions d'usage s'y retrouvaient (nom, téléphone, personne répondante, etc.), d'autres, par contre, se voulaient un moyen de dresser un portrait général des répondants : année de fondation, région administrative, type d'organisme et budget de fonctionnement annuel moyen, si oui ou non le centre réalise ou a réalisé des publications. Ces données de référence serviront de comparatifs tout au long de l'analyse des résultats.

La seconde section, intitulée « Partie I », s'adressait uniquement aux centres d'artistes ayant répondu ne pas réaliser de publications : une série de questions à choix multiple tentait de cerner

³ Voir exemplaire du questionnaire fourni en annexe.

pourquoi ces centres réalisent-ils pas de publication et s'il y a un intérêt pour réaliser éventuellement des publications.

La troisième section, intitulée « Partie II », compose le cœur de l'enquête sur les pratiques d'édition et s'adressait aux centres ayant répondu réaliser ou avoir réalisé des publications ; alors que la première question de cette partie demandait en quelle année s'est réalisée la première publication du centre, les questions suivantes, à choix multiples, s'adressaient spécifiquement aux publications réalisées de 1998 à 2002 et aux pratiques d'édition s'y rattachant. Ces questions étaient regroupées en sept thèmes distincts :

- Le contenu : ce thème chapeaute les questions relevant par exemple de la typologie des publications réalisées et de l'établissement d'une politique éditoriale ;
- La production : ce thème englobe les questions portant entre autres sur la prise en charge de l'activité de publication au sein du centre, la fréquence et le tirage des publications ;
- La promotion et la diffusion : on y retrouve les questions concernant les outils et plan de promotion et les divers aspects de la distribution ;
- La motivation : pourquoi et pour quoi réalise-t-on des publications ? Telle est ici la problématique soulevée ;
- Les collaborateurs : ce thème regroupe des questions sur les collaborations sollicitées à la fois pour la réalisation et la production des publications ;
- Le financement : sous ce thème, on y retrouve les questions portant sur l'origine du financement des publications et son incidence sur leur réalisation ;
- Le facteur temps : ce dernier thème porte sur le temps nécessaire à la réalisation d'une publication.

Dans la quatrième section, nommée « Partie III », nous avons sollicité les commentaires des centres d'artistes - tant ceux qui réalisent des publications que ceux qui n'en font pas - sur six thèmes, en leur demandant s'ils avaient des enjeux spécifiques à soulever à ce sujet : la distribution, la diffusion internationale, le financement, la mise en marché, l'édition électronique et les droits d'auteur ; de plus, une rubrique « Commentaires » était également à la disposition des intéressés.

Pour terminer cette enquête, une dernière section a été formulée : il s'agit d'une annexe intitulée « Formulaire pour une publication ». En vue de dresser le portrait détaillé des publications réalisées de 1998 à 2002, nous avons demandé aux centres d'artistes réalisant des publications de remplir un formulaire par publication réalisée de 1998 à 2002. Il s'agit en fait d'une fiche technique sur chaque publication : titre, auteur, artiste, année, type de publication, etc., mais aussi des questions sur son tirage, son prix de vente, son éditeur / coéditeur, son distributeur et sa source principale de financement. Alors que, par le questionnaire, des réponses sur la globalité de leurs pratiques d'édition, le formulaire propose lui un ensemble de données factuelles sur toutes les publications réalisées.

Il est évident qu'un tel questionnaire ne peut prétendre à l'exhaustivité quant à l'ensemble des questions, problématiques et aspects que soulève une pratique comme l'édition dans les centres d'artistes. Le questionnaire a néanmoins tenté de parcourir une variété de thèmes touchant l'ensemble des problématiques touchant aux pratiques en édition des centres d'artistes. Les questions formulées sont parfois très précises, et parfois volontairement floues, ouvrant à de possibles interprétations de la part du répondant, nous le savons très bien. Mais il s'agissait de faire un survol aussi complet que possible de ces problématiques, en respectant un équilibre dans la longueur du questionnaire. En effet, en se cantonnant à une longueur raisonnable pour le nombre de questions, le temps nécessaire pour répondre à l'ensemble des sections s'en trouvait d'autant raccourcie ; notre stratégie étant d'obtenir un bon taux de réponse pour la validité de l'enquête, cette stratégie s'est avérée efficace.

Présentation des résultats

Explorons d'abord les résultats de la première section de l'enquête, c'est-à-dire celle qui s'adressait à l'ensemble des répondants, réalisant ou non des publications. Question après question, voyons donc le portrait des 48 répondants à notre enquête : qui sont-ils ?

Année de fondation du centre

Âge des centres	Nombre de centres	Pourcentage
Moins de 15 ans d'existence	12	25%
15 à 19 ans d'existence	13	27,1%

20 à 24 ans d'existence	14	29,2%
25 ans et plus d'existence	9	18,8%
Total	48	100%

Région administrative

Voyons maintenant la répartition géographique des centres d'artistes sur le territoire québécois :

Région administrative	Nombre de centres	Pourcentage
Capitale-Nationale (03)	8	16,7%
Montréal (06)	17	35,4%
Autres régions (total)	23	47,9%
Autres régions (détail) :		
•Bas-St-Laurent (01)	3	6,3%
•Saguenay-Lac-St-Jean (02)	5	10,4%
•Mauricie (04)	2	4,2%
•Estrie (05)	1	2,1%
•Outaouais (06)	2	4,2%
•Abitibi-Témiscamingue (08)	1	2,1%
•Côte-Nord (09)	-	-
•Nord-du-Québec (10)	-	-
•Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	1	2,1%
•Chaudière-Appalaches (12)	2	4,2%
•Laval (13)	1	2,1%
•Lanaudière (14)	-	-
•Laurentides (15)	2	4,2%
•Montérégie (16)	2	4,2%
•Bois-Francs (17)	1	2,1%
Total	48	100%

Type d'organisme

Type d'organisme	Nombre de centres	Pourcentage
Centre en arts médiatiques	6	12,5%
Centre en arts multidisciplinaires	4	8,3%
Centre en arts visuels	38	79,2%
Total	48	100%

Budget de fonctionnement annuel moyen

Budget de fonctionnement	Nombre de centres	Pourcentage
Moins de 50 000\$	2	4,3%
50 000\$ à 99 999\$	12	26,1%
100 000\$ à 149 999\$	11	23,9%
150 000\$ à 199 999\$	7	15,2%
200 000\$ à 249 999\$	5	10,9%

250 000\$ et plus	9	19,6%
Total^a	46	100%

Note a : Deux centres sur les 48 répondants n'ont pas répondu à la question.

Réaliser ou non des publications

À la question « Réalisez-vous ou avez-vous déjà réalisé des publications ? », sur nos 48 répondants, 37 ont répondu réaliser ou avoir déjà réalisé des publications (77,1% des répondants), tandis que 11 ont répondu ne pas réaliser de publications (22,9% des répondants). On voit dès lors qu'une large majorité de centres d'artistes font ou ont fait des activités de publication.

Partie I

Rappelons que cette section s'adressait uniquement aux centres qui ont déclaré n'avoir jamais réalisé de publications.

De ces centres qui ont déclaré ne pas faire de publications⁴, 73% proviennent des régions, 90% ont un budget de fonctionnement moyen de moins de 150 000\$ par année et 70% ont quinze ans et plus d'existence.

Pourquoi un centre n'a jamais réalisé de publications

Raison	Nombre de centres	Pourcentage
Question sans objet	-	-
Manque de moyens financiers	8	72,7%
Manque de temps	-	-
Manque de personnel	-	-
Autre(s) raison(s)	3	27,3%
Total	11	100%

Les 11 ayant répondu ne pas faire de publications (22,9% des 48 répondants), déclarent ne pas le faire par manque de moyens financiers comme principale raison (8 sur 11, 72,7% de ces 11 répondants). Les autres raisons évoquées sont la conjonction du manque de moyens financiers et

⁴ Nous tenons à souligner le fait que, sur ces 11 centres ayant déclaré ne jamais avoir de publications, nous avons néanmoins découvert que 5 centres avaient déjà réalisé des publications par le passé, lors de nos recherches sur les publications réalisées par les centres d'artistes avant 1997. Pourrait-on dire que certains centres auraient la mémoire courte ?...

du manque de personnel ; une seule réponse soulignait que le besoin de réaliser des publications ne s'est pas fait sentir.

Réaliser ou non des publications dans un avenir proche

Sur ces 11 centres ne réalisant pas de publications, 9 (près de 82% de ces 11 centres) déclarent ne pas vouloir en faire dans un avenir proche.

Pourquoi réaliser des publications dans un avenir proche

Raison	Nombre de centres	Pourcentage
Assurer la promotion du centre	1	9,1%
Assurer la promotion du ou des artistes concerné-s	2	18,2%
Contribuer à l'avancement des idées	1	9,1%
Élargir la diffusion d'un projet	-	-
Autre(s) raison(s)	7	63,6%
Total	11	100%

Alors que seuls ceux ayant répondu souhaiter réaliser des publications dans un avenir proche étaient invités à répondre à cette question, l'ensemble des 11 répondants y a néanmoins participé. 7 sur 11 ont identifié comme autres raisons toutes les réponses suggérées.

Partie II

En quelle année le centre a réalisé sa première publication

Années	Nombre de centres	Pourcentage
Avant 1980	4	11,8%
De 1980 à 1984	4	11,8%
De 1985 à 1989	8	23,6%
De 1990 à 1994	11	32,3%
Depuis 1995	7	20,6%
Total	34	100%

II.2 Contenu

Principaux types de publications réalisés par les centres

Type de publication	Principal type	2° principal type	3° principal type
Catalogue d'exposition	24,2%	13,3%	17,6%
Catalogue d'événement	21,2%	33,4%	-

Feuillet d'exposition	18,2%	10%	29,4%
Monographie	4,2%	6,7%	-
Essai	3%	13,3%	17,6%
Cédérom	-	10%	11,8%
Actes de colloque	-	-	5,9%
Publication annuelle	9,1%	10%	11,8%
Autre(s) type(s)	18,2%	3,3%	5,9%

Autres principaux types identifiés : livre d'artiste, cd audio, ouvrages alliant littérature et photographie, publication en ligne.

Détermination de la composition des publications

Déterminant	Pourcentage
a) Le contenu, les collaborateurs et la forme sont déterminés par un comité de publications.	23,5%
b) Le contenu, les collaborateurs et la forme sont déterminés en partie par un-e responsable des publications, en partie par un comité.	35,4%
c) Le contenu, les collaborateurs et la forme sont déterminés par un-e responsable des publications	23,5%
d) Autre(s) déterminant(s)	17,6%

Autres déterminants identifiés : le commissaire de l'événement, l'artiste seul ou en collaboration avec le responsable des publications.

Ratio texte / image moyen des publications

Ratio	Pourcentage
Moitié textes, moitié images	62,5%
Peu de textes, majorité d'images	9,4%
Majorité de textes, peu d'images	25%
100% textes	-
100% images	3,1%

II.3 Production

Principal responsable du volet « publications » d'un centre

Responsable	Pourcentage
Direction / coordination générale	67,9%
Un poste régulier y est affecté	5,9%
Chargé-e de projet	11,8%
Bénévole	-
Autre(s) responsable(s)	14,7%

Autres responsables identifiés : conseil d'administration et comité de membres

Fréquence des publications

Fréquence	Pourcentage
Moins d'une fois par année	26,5%
Une fois par année	20,6%
2 à 4 fois par année	35,3%
5 fois et plus par année	17,6%

Politique de traduction des textes

Politique	Pourcentage
Traduction systématique : toutes les publications et l'entièreté des textes	23,5%
Traduction systématique : toutes les publications mais seulement un résumé des textes	5,9%
Traduction occasionnelle : dépendant de la publication	29,4%
Traduction occasionnelle : dépendant du budget disponible	20,6%
Aucune traduction	11,8%
Autre(s) politique(s)	8,8%

Tirage moyen des publications

Tirage	Pourcentage
Moins de 300	9,7%
300 à 499	16,1%
500 à 699	38,7%
700 à 999	9,7%
1000 et plus	25,8%

II.4 Promotion et diffusion

Principal moyen de promotion privilégié pour les publications

Moyen	Principal moyen	2 ^e principal moyen	3 ^e principal moyen
Réalisation de matériel promotionnel : carton, <i>flyer</i> , communiqué de presse, etc.	54,5%	24,1%	15%
Annonce dans les médias écrits	6,1%	24,1%	45%
Lancement public	30,3%	44,8%	15%
Présence dans les salons du livre	-	-	5%
Autre(s)	9,1%	7%	5%

Autres moyens identifiés : Envoi gratuit, annonce sur le Web, visibilité lors des expositions et vernissages.

À cette question, il était demandé aux centres d'identifier le ou les principaux moyens de promotion privilégiés et d'indiquer un ordre d'importance si plus d'un choix était retenu.

Plan de promotion spécifique aux publications

23,5% des centres ont répondu avoir un plan de promotion spécifique, tandis que 47,1% des centres en ont un dépendant des publications, et 29,4% des centres n'en ont pas du tout.

Est-ce que le centre est satisfait de sa promotion ?

Degré de satisfaction	Pourcentage
Très satisfait	2,9%
Satisfait	37,1%
Peu satisfait	57,1%
Pas du tout satisfait	2,9%

Si le centre a répondu peu ou pas satisfait, pour quelle raison n'est-il pas satisfait de sa promotion ?

Sur les 60% de centres peu ou pas satisfaits de leur promotion :

Raison	Pourcentage
Manque de moyens financiers	39,1%
Manque de personnel	4,3%
Manque de politique de promotion claire	8,7%
Autre(s) raison(s)	47,8%

Autres raisons identifiées : un manque à la fois de moyens financiers et de personnel

Moyen de distribution des publications

Moyen	Pourcentage
Distribution assurée seulement par le centre	44,1%
Distribution assurée en partie par le centre et en partie par un distributeur	41,2%
Distribution assurée essentiellement par un distributeur	11,8%
Autre(s) moyen(s) de distribution	2,9%

Promotion assurée par le distributeur

Sur les 53% des centres ayant déclaré faire affaire en tout ou en partie avec un distributeur :

Promotion assurée entièrement	5,6%
Promotion assurée en partie	50%
Promotion peu assurée	33,3%
Promotion pas du tout assurée	11,1%

Est-ce que le centre est satisfait de la distribution de ses publications ?

Degré de satisfaction	Pourcentage
Très satisfait	-
Satisfait	50%
Peu satisfait	40%
Pas du tout satisfait	10%

Si le centre a répondu peu ou pas satisfait, pour quelle raison n'est-il pas satisfait de sa distribution ?

Sur les 50% des centres ayant répondu être peu ou pas du tout satisfaits de leur distribution :

Raison	Pourcentage
Manque de moyens du distributeur	23,1%
Manque de réseaux de distribution	-
Manque d'intérêt de la part du distributeur	23,1%
Autre(s) raison(s)	53,8%

Autres raisons identifiées : un manque à la fois de moyens du distributeur et d'intérêt de sa part, ainsi que la question des tirages peu élevés pour assurer une distribution conséquente.

II.5 Motivation

Pourquoi un centre réalise-t-il des publications ?

Raison	Principale raison	2 ^e principale raison	3 ^e principale raison
Assurer la promotion du centre	9,7%	13,9%	37%
Assurer la promotion du ou des artistes concerné-s	29%	33,3%	14,8%
Contribuer à l'avancement des idées dans le domaine visé	45,2%	22,2%	7,5%
Élargir la diffusion d'un projet	12,9%	25%	40,7%
Autre(s) raison(s)	3,2%	5,6%	-

Autre raison identifiée : la publication comme lieu de mémoire et de documentation cohérent

À cette question, il était demandé aux centres d'identifier la ou les principales raisons pour réaliser des publications et d'indiquer un ordre d'importance si plus d'un choix était retenu.

Principale motivation pour les activités de publication d'un centre

Les publications réalisées par le centre se rattachent toujours à des événements organisés par le centre et pour objectif principal de documenter cet événement.	12,5%
Les publications réalisées par le centre se rattachent la plupart du temps à des événements organisés par le centre et ont pour objectif d'approfondir les réflexions amorcées dans le cadre de ces événements.	43,8%
Les publications réalisées par le centre ne se rattachent pas toujours aux événements organisés par le centre et peuvent être perçues comme des projets distincts, voire autonomes, du reste de nos activités.	10,4%

Les publications réalisées par le centre sont majoritairement indépendantes du reste des activités du centre.	10,4%
---	-------

II.6 Collaborateurs

Principaux types de collaborateurs

Type	Principal type	2 ^e principal type	3 ^e principal type
Artiste	61,8%	17,9%	7,2%
Critique d'art	8,8%	28,2%	10,7%
Historien d'art	11,8%	17,9%	39,2%
Écrivain	-	10,4%	25%
Commissaire	17,6%	25,6%	10,7%
Autre(s) type(s)	-	-	7,2%

Autres types identifiés : intervenants de d'autres champs (philosophie, activisme, enseignement...)

À cette question, il était demandé d'identifier le ou les principaux types de collaborateurs et d'indiquer un ordre d'importance si plus d'un choix était retenu.

Coédition : en faire ou non

Jamais	44,1%
Parfois	41,2%
Ça dépend des publications	11,8%
Toujours	2,9%

Sur les 55,9% des répondants qui ont déclaré faire parfois, toujours ou dépendant des projets de publication :

Partenaire habituel de coédition	Pourcentage
Artiste	13,3%
Musée	-
Revue	-
Éditeur agréé	33,3%
Un autre centre	13,3%
Autre partenaire	40%

Autres partenaires identifiés : divers organismes de diffusion partenaires : université, centre d'exposition, partenaires de la vidéo.

II.7 Financement

Qui finance principalement les publications

Source de financement	Pourcentage
Organisme public provincial	37,1%
Organisme public fédéral	8,6%
Commissaire	-
Artiste	11,4%
Votre propre centre	31,4%
Autre source de financement	11,4%

Autres sources de financement identifiées : un ensemble de trois réponses suggérées : un organisme public provincial, un organisme public fédéral et le centre lui-même.

Difficulté à trouver un financement adéquat pour la réalisation des publications

82,9% déclarent avoir de la difficulté à trouver un financement adéquat pour la réalisation de leurs publications, tandis que 17,1% des centres ont répondu non.

Est-ce que cette difficulté a une incidence sur la fréquence des publications ?

Sur ces 82,9% de centres ayant déclaré avoir de la difficulté à financer leurs publications : cela a une incidence sur la fréquence des publications pour 71,4% des répondants, parfois une incidence pour 28,6% des répondants. Aucun centre n'a répondu que cette difficulté n'avait aucune incidence sur la fréquence de leurs publications.

II.8 Le facteur temps

Temps moyen pour réaliser toutes les étapes d'une publication

Temps moyen	Pourcentage
Moins de six mois	33,3%
Six mois à un an	42,4%
Un à deux ans	21,2%
Plus de deux ans	3%

Étape qui prend le plus de temps dans la réalisation d'un projet de publication

Étape	Pourcentage
Rédaction et cueillette des textes	59,4%
Recherche de financement	21,9%
Production technique	12,5%
Autre(s) étape(s)	6,3%

Projet de publication en cours depuis plus de deux ans

27,3% des centres ont déclaré avoir un projet de publication en cours depuis plus de deux ans, tandis que 72,7% des centres ont répondu non.

Raison du retard	Pourcentage
Manque d'argent	66,7%
Retard dans la livraison des contenus	11,1%
Retard dans la production	11,1%
Autre(s) raison(s)	11,1%

Autre raison évoquée : manque de temps pour la coordination de la publication.

Observations des résultats et commentaires

Dans cette section, nous explorerons l'ensemble des résultats du questionnaire dont nous venons de faire l'état, dans l'idée de faire ressortir les grandes tendances, les faits saillants, les pierres d'achoppement ainsi que les points d'intérêt relevés par les centres répondants dans la section « Commentaires » du questionnaire.

Section « Données de référence »

Année de fondation du centre

Le plus jeune centre de nos 48 répondants a trois ans d'existence⁵, alors que le plus vieux compte 32 ans d'existence. On constate d'emblée que les centres d'artistes semblent bien ancrés en tant qu'organismes, puisque 75% d'entre eux ont d'ores et déjà 15 ans et plus d'existence.

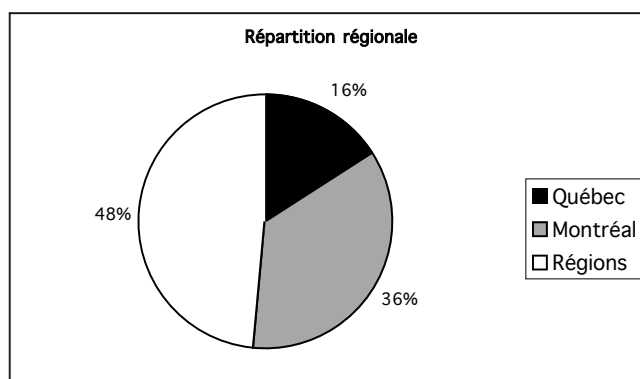
Région administrative

Sur l'ensemble des 17 régions administratives du Québec, les centres d'artistes qui ont répondu à l'enquête se retrouvent dans 14 de ces régions ; les trois régions où l'on ne retrouve pas de centres sont la Côte-Nord et le Nord-du-Québec, ainsi que Lanaudière⁶. Comme on l'a vu, de ce total de 48 répondants, 16,7% proviennent de la région de la Capitale-Nationale, 35,4% de Montréal, et 47,9% des autres régions ; cette répartition tripartite reviendra tout au long de notre

⁵ En date de la rédaction de l'enquête : 2003.

⁶ À notre connaissance, aucun centre d'artistes, membre ou non du RCAAQ, ne se retrouve dans les régions de la Côte-Nord et du Nord-du-Québec ; par contre, au moins deux centres d'artistes existent dans la région de Lanaudière ; membres du RCAAQ, ils n'ont pas répondu à notre enquête.

analyse. Remarquons également que la plus importante concentration de centres d'artistes en région se retrouve au Saguenay-Lac-St-Jean (5 centres, près de 22% des centres en région), suivi du Bas-St-Laurent (3 centres, 13% des centres en région). Enfin, on constate qu'il existe un équilibre entre le nombre de centres à la ville et en région : un peu plus de 50% des centres sont en grandes zones urbaines, et un peu moins de 50% des centres sont répartis dans une dizaine de régions plus ou moins éloignées du Québec :



D'autre part, au regard de la répartition régionale des centres, il faut souligner la relative jeunesse des centres en région. En effet, à Québec, 5 centres sur 8 ont vingt ans et plus d'existence, alors qu'à Montréal, 10 centres sur 17 ont également vingt ans et plus, il faut voir qu'en région, 14 centres sur 23, c'est-à-dire près du tiers de l'ensemble des centres répondants, ont moins de vingt ans d'existence.

Type d'organisme

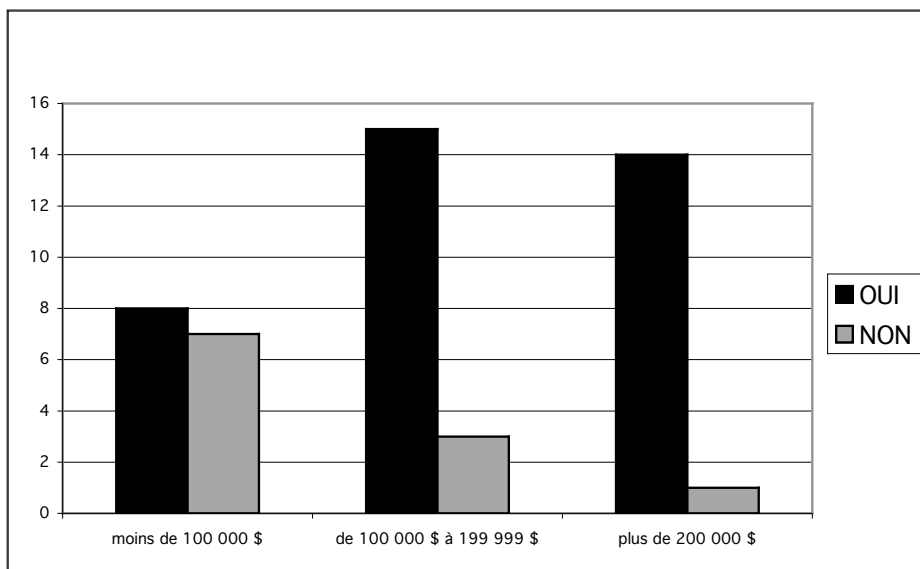
Une large majorité de centres membres du RCAAQ exerce dans le champ disciplinaire des arts visuels : près de 80% des répondants. Cette tendance lourde qui s'exprime ici – le centre d'artistes en arts visuels – doit être néanmoins prise avec un bémol : en effet, mentionnons l'existence du Conseil québécois en arts médiatiques (CQAM), regroupement d'organismes et d'artistes en arts médiatiques fondé en 1998 ; certains centres d'artistes en arts médiatiques appartiennent aux deux regroupements (RCAAQ et CQAM), alors que d'autres sont membres seulement de leur regroupement disciplinaire. Rappelons qu'il n'existe pas de pareil regroupement disciplinaire en arts visuels qui s'adresse aux centres d'artistes (le Regroupement des artistes en arts visuels (RAAV) s'adressant aux seuls artistes) et encore moins en arts

multidisciplinaires. À la lumière de cette tendance très affirmée – le centre d’artistes en arts visuels comme principal type d’organisme pour 80% des répondants –, nous ne reviendrons plus sur cette variable.

Budget de fonctionnement annuel moyen

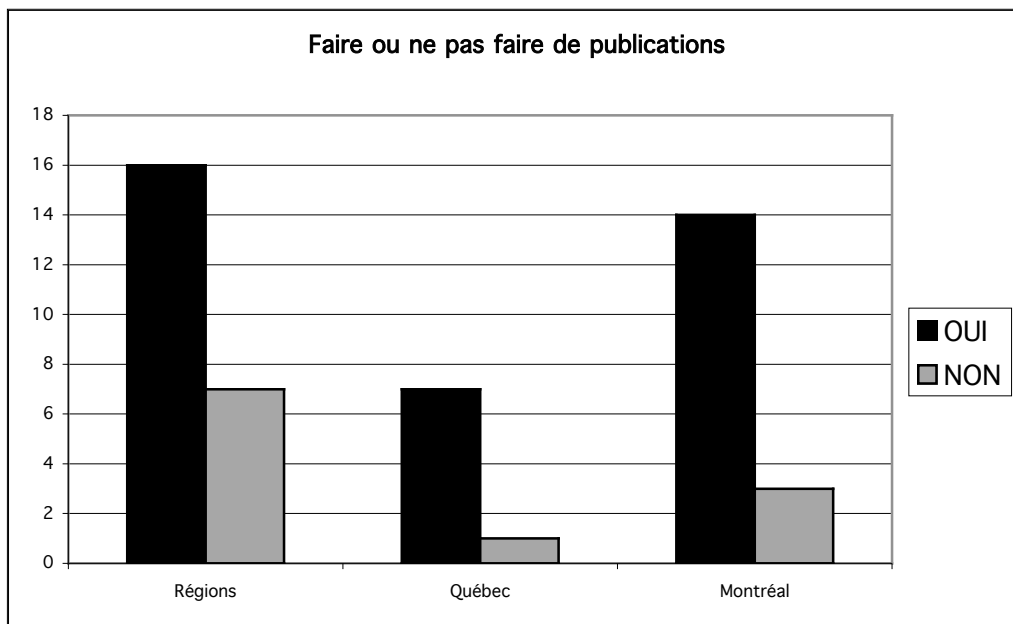
On constate que presque 70% des centres d’artistes ont moins de 200 000\$ de budget de fonctionnement annuel. La répartition régionale fait ressortir une disparité dans le financement entre les centres en région et ceux dans les grandes zones urbaines. Sur les 8 centres de la région de la Capitale-Nationale, 6 centres ont un budget de fonctionnement moyen de 150 000\$ et plus, tandis qu’à Montréal, 11 centres sur 17 ont un budget moyen de 150 000\$ et plus. Par contre, en région, 18 centres sur 23 ont moins de 150 000\$ de budget moyen ; il s’agit de 78% des centres sis en région, qui correspondent à près de 40% des centres d’artistes répondants. Une tendance qui suit celle de l’âge moyen des centres en région, de fondation en général plus récente que ceux situés à Québec ou à Montréal.

Nombre de centres réalisant oui ou non des publications en fonction de leur budget de fonctionnement annuel moyen



À la lumière de ces regroupements, on constate aisément que dans la catégorie de 100 000\$ et moins de budget de fonctionnement annuel, à peine plus de la moitié des centres de cette

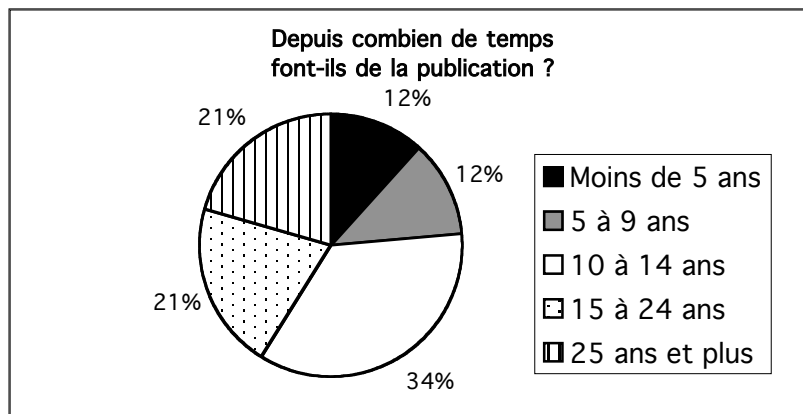
catégorie réalisent ou ont déjà réalisé des publications, alors que plus de 80% des centres ayant un budget moyen de plus de 100 000\$ font effectivement de la publication.



Du côté de la répartition régionale, il faut souligner que si 87% des centres de Québec, ainsi que 82% des centres de Montréal réalisent ou ont réalisé des publications, seulement 69% des centres en région font ou ont fait des activités de publication.

En quelle année le centre a réalisé sa première publication

Sur les 37 répondants de cette section, 34 ont répondu à la question. Les 4 centres qui ont initié leurs pratiques de publication avant 1980 ont débuté dès 1973, 1975 et 1979. En regard de l'âge moyen des centres - 75% des centres ont 15 ans et plus -, on peut d'ores et déjà avancer que la publication semble un phénomène relativement récent dans le réseau des centres d'artistes du Québec, puisque 58% des centres ont commencé à faire de la publication depuis moins de 15 ans :



À la lumière de ces premières données, on peut grossièrement tirer le portrait du centre d'artistes type : il s'agirait d'un centre en arts visuels, situé dans un grand centre urbain, ayant plus de quinze ans d'existence, avec un budget de fonctionnement annuel moyen entre 150 000\$ et 200 000\$, qui réalise ou a réalisé des publications. En général, on peut dire que les centres d'artistes manifestent une répartition exemplaire sur le territoire québécois, tout en ayant une concentration importante dans les grandes zones urbaines de Québec et de Montréal. Soulignons également la disparité économique entre les centres en grandes zones urbaines et ceux des régions, ce qui a des répercussions sur le fait d'avoir ou non des activités de publication. Enfin, seulement 6% des centres ont dix ans et moins d'existence, une donnée que l'on peut interpréter de deux façons : soit les centres d'artistes ont une endurance à toute épreuve qu'il faut admirer, soit il n'y a plus de place tant géographique qu'économique pour l'arrivée de nouveaux joueurs.

Section « Contenu »

Sans surprise, on constate que le principal type de publication est le catalogue d'exposition, suivi du catalogue d'événement et du feuillet d'exposition. Le catalogue d'exposition est privilégié comme principal type de publication tant par les centres de la région de Québec que par ceux de Montréal – le feuillet d'exposition étant pour Montréal privilégié également comme principal type. Les centres des autres régions privilégient, quant à eux, le catalogue d'événement comme principal type de publication. Si la catégorie de centres avec un budget de fonctionnement de 250 000\$ et plus privilégie le catalogue d'exposition comme principal type de publication, la catégorie avec un budget de moins de 150 000\$ par année favorise quant à elle le catalogue d'événement comme type principal. Au chapitre de la détermination des contenus, on voit sans

surprise qu'un comité de publications est impliqué chez près de 60% des répondants, dans la logique démocratique de l'art autogéré. On constate également sans étonnement que la majorité des publications ont un contenu élevé d'images, dans une proportion de 75%.

Section « Production »

La production des publications est majoritairement prise en charge par la direction / coordination générale du centre, dans une proportion de 68%. La fréquence des publications est assez variable, mais se situe à 56% autour d'une à quatre fois par année, avec un tirage moyen de 500 à 699 exemplaires pour près de 40% des répondants. Du côté de la traduction, qu'elle soit systématique, partielle ou occasionnelle, on constate que les centres ont à cœur de rendre accessible, en tout ou en partie, leurs publications à un lectorat non francophone, puisque seulement 12% des répondants déclarent ne jamais faire de traductions de leurs publications.

Section « Promotion et diffusion »

Du côté de la promotion, même si les ressources humaines consacrées aux projets de publication ont une lourde charge de travail, les centres ont quand même à cœur de promouvoir leurs publications dans la mesure de leurs moyens. En effet, 70% des répondants ont un plan de promotion spécifique pour leurs publications ou dépendant de leurs projets de publications, et mettent en branle des moyens de promotion, peu coûteux il est vrai, comme la réalisation de matériel promotionnel léger (carton, communiqué, etc.) – moyen de promotion privilégié dans 55% des cas –, et le lancement public pour 30% des répondants. Les moyens plus coûteux tels que la parution d'annonces dans les médias écrits ou la présence dans les salons du livre sont peu ou pas privilégiés. Mais 60% des centres ne sont peu ou pas satisfaits de leur promotion, en raison de manque de moyens financiers et de personnel.

Sur le plan de la distribution, 53% des centres font affaire en tout ou en partie avec un distributeur comme moyen de distribution de leurs publications. Ce distributeur assure la promotion des publications partiellement ou totalement pour 56% des cas. Mais il n'en demeure pas moins que 50% des centres qui font affaire avec un distributeur sont peu ou pas du tout satisfaits de la distribution de leurs publications, parce qu'ils considèrent que leur distributeur a peu de moyens et aussi un manque d'intérêt vis-à-vis de leurs publications.

Les centres ont émis beaucoup de commentaires sur la question de la distribution, problématique il est vrai. Déficente, inadéquate, monopolistique : le réseau existant de distribution est loin d'être ménagé par les centres d'artistes. Pour pallier à cette situation vécue difficilement, quelques propositions ont été faites par les répondants : l'idée que les centres se regroupent pour s'adresser à d'autres distributeurs ; la création d'un nouveau éditeur / distributeur, sous l'égide du RCAAQ ; la participation collective à des foires et des salons du livre spécialisés.

Mais il est clair que l'enjeu de la distribution dépasse le simple mécontentement vis-à-vis du réseau de distribution actuel des publications des centres d'artistes. Dans *Les chiffres des mots. Portrait économique du livre au Québec*, Marc Ménard dresse le portrait du secteur de la distribution du livre au Québec, qui

comporte des joueurs économiquement importants, qui sont peu nombreux et qui forment, de ce fait, un groupe relativement concentré, mais en grande majorité composé d'entreprises de propriété québécoise. Chaque année, ces entreprises diffusent et distribuent, au Québec [...], un nombre impressionnant de titres, près de 30 000 nouveautés québécoises et étrangères. Cela nécessite un appareillage logistique et informationnel puissant et complexe si l'on tient compte du nombre de fournisseurs (près de 5000 éditeurs distribués en tout) et du nombre de points de vente (les plus gros distributeurs desservent de 3000 à 4500 points de vente)⁷.

Il est clair que le réseau de distribution actuel des publications des centres d'artistes doit compter avec une telle donne : il demeure un acteur de peu de poids auprès des points de vente, avec un catalogue de publications composé de titres spécialisés, à tirages restreints et à fréquences variables. Une solution serait d'intéresser de plus grands réseaux de distribution aux publications des centres d'artistes pour atteindre davantage les points de vente susceptibles d'être intéressés. Une initiative française pourrait servir d'exemple : de petits éditeurs du milieu de l'art alternatif français se sont regroupés pour composer un catalogue de publications, pour ensuite le proposer à un grand distributeur national : l'union ferait la force...

D'autre part, ici comme ailleurs, on assiste à une concentration progressive des distributeurs, une tendance lourde actuelle, engendré par une

⁷ Marc Ménard, *Les chiffres des mots. Portrait économique du livre au Québec*, Montréal, SODEC, collection « Culture et économie », 2001, p. 184.

contrainte de rentabilité, c'est-à-dire la concentration des activités sur les seuls titres à fortes mises en place, risque fort de s'imposer davantage. Or elle s'oppose clairement au mouvement d'effervescence productive et innovatrice de l'édition, qui pousse le secteur à sans cesse produire davantage de titres, de même qu'elles s'opposent à la stratégie de compensation des faibles ventes par quelques ventes plus élevées dans la construction des catalogues des éditeurs. Les objectifs de rentabilité des distributeurs pourraient ainsi rendre plus aléatoires la diffusion et la distribution des plus petits éditeurs ou des ouvrages plus difficiles, s'ils en venaient, par exemple, à refuser de distribuer les ouvrages qui ne répondent pas aux critères minimaux de vente⁸.

Une réalité qui pourrait poser un réel problème aux publications des centres d'artistes. En effet, comment rentabiliser une publication en art actuel ? Conjugée à la lente disparition des librairies spécialisées, cette nouvelle réalité des distributeurs pourrait vraiment jouer contre d'éventuelles actions pour une meilleure distribution des publications des centres d'artistes.

Section « Motivation »

Les centres avancent comme principale raison pour réaliser des publications la contribution à l'avancement des idées dans le domaine visé (45% des répondants), suivi de la promotion du ou des artistes concernés par la publication. Pour 44% des répondants, les publications réalisées par le centre se rattachent la plupart du temps à des événements organisés par le centre et ont pour objectif d'approfondir les réflexions amorcées dans le cadre de ces événements.

Section « Collaborateurs »

Les principaux collaborateurs sollicités par les centres sont les artistes, suivis des commissaires et des historiens d'art. C'est avec surprise que l'on constate que les principaux artisans de l'écrit – les critiques d'art et les écrivains – ne sont peu ou pas sollicités par les répondants. Du côté de la collaboration en édition, près de 56% des répondants font parfois, dépendamment des projets ou toujours de la coédition. Leurs partenaires habituels de coédition sont les éditeurs agréés et des partenariats divers avec des organismes de diffusion liés à des projets spécifiques, comme avec des centres d'exposition ou des universités.

Dans son *Projet de recherche sur l'édition et La Centrale*, Nathalie Parent investigate la question de la coédition comme une solution possible aux problèmes liés à la production et à la

⁸ *Ibid.*, p. 186.

distribution des publications des centres d'artistes ; elle s'entretient d'ailleurs à ce sujet avec Lesley Johnstone, directrice des publications au Centre canadien d'architecture :

La coédition pourrait pallier certains besoins en termes d'expertise et de financement. [...] Une maison ne peut pas se définir que par la coédition, elle doit avoir sa propre production, sa propre politique éditoriale. Seules les maisons importantes et établies peuvent faire beaucoup de coédition. Faire des coéditions avec une maison d'édition peut être un avantage pour un centre s'il y a un partage des tâches, des dépenses et des revenus : le centre peut faire le développement du manuscrit et de l'aspect visuel et la maison d'édition, grâce à l'aide à l'édition, peut prendre en charge la révision, la traduction, la production, l'impression et la mise en marché. Le budget et le cheminement de la publication sont alors divisés en deux et c'est le centre qui définit le contenu et donne sa facture visuelle au livre⁹.

Vue de cette façon, la coédition semble le moyen rêvé pour les publications d'un centre d'artistes. Reste à trouver le partenaire éditeur idéal, ainsi que le projet de publication qui saura lui plaire.

Section « Financement »

On constate que les publications des centres sont financées principalement par un organisme public provincial (37% des répondants), suivi par le centre lui-même (31% des répondants) ; il est clair que peu de subventions spécifiques aux publications sont accessibles aux centres d'artistes. C'est pourquoi 83% des répondants disent avoir de la difficulté à trouver un financement adéquat, ce qui explique pourquoi le centre injecte ses propres fonds de roulement dans ses projets de publications. Inévitablement, cette situation a un impact sur la fréquence des publications pour tous les répondants.

Comme on le sait, des subventions ponctuelles, en dehors des subventions de fonctionnement, peuvent financer des projets de publication. Mais qui dit projet, dit demande de subvention, dit ressources humaines pour monter ces projets et écrire ces demandes... Comme l'ont souligné quelques centres dans les commentaires sur le financement, c'est un véritable cercle vicieux, puisque les centres à faible revenu de fonctionnement ont évidemment peu de ressources humaines. D'autre part, plusieurs centres ont soulevé la question du programme d'aide à la publication du Conseil des arts du Canada (CAC) ; rappelons que ce programme, tout comme l'ensemble des subventions de projets au Service des arts visuels du CAC, n'est plus accessible

⁹ Lesley Johnstone citée par Nathalie Parent, *Projet de recherche sur l'édition et La Centrale*, Montréal, La Centrale, 2003, p. 79-80.

aux centres qui sont financés au fonctionnement par le CAC. Même si un certain montant récurrent leur est accordé pour leurs projets, à même leur fonctionnement, les centres sont unanimes pour reconnaître la perte financière que représente l'inaccessibilité à ce programme. D'où la difficulté de trouver des sources de financement diversifiées pour les projets de publication. Également, plusieurs centres ont souligné l'inaccessibilité des subventions à l'édition ; pour ce faire, il faut se constituer en éditeur agréé, avec un catalogue de publications d'au moins quatre titres par an pendant deux ans¹⁰. Certains centres d'artistes ayant une activité soutenue de publications ont opté pour cette solution.

Mais le problème financier a aussi une incidence sur une politique éditoriale : en effet, comment avoir une politique sérieuse lorsque le financement est en général conditionnel au caractère ponctuel et exceptionnel d'une publication ?

Section « Le facteur temps »

En moyenne, un centre met de six mois à un an pour réaliser une publication (42% des répondants). L'étape qui nécessite le plus de temps demeure la rédaction et la cueillette des textes (près de 60% des répondants). Enfin, seulement 27% des centres ont déclaré avoir un projet de publication en cours depuis plus de deux ans, principalement pour une question de manque d'argent.

Partie III - Commentaires

Voici une sélection des commentaires faits par les centres répondants à propos de la diffusion internationale, de l'édition électronique et des droits d'auteur, trois sujets qui n'ont pas été abordés dans le questionnaire lui-même.

La diffusion internationale

À ce sujet, la plupart des centres ont souligné tant l'importance que la difficulté de la chose. Outre le fait que le distributeur unique avec qui ils font affaire ne fait peu ou pas de distribution internationale, l'accès à d'autres réseaux de diffusion semble difficile. Plusieurs mentionnent que

¹⁰ Pour plus de détails sur l'édition agréée et les subventions qui lui correspondent, voir Nathalie Parent, *op. cit.*, chapitre 1 et annexe 2.

cette diffusion se fait à petits pas, via des réseaux plus ou moins confidentiels, comme l'incidence que peut avoir la collaboration d'artistes et d'auteurs étrangers, ou les contacts avec d'autres organismes amis. Comme solutions, ont été présentées l'idée de participer collectivement à des salons spécialisés à l'étranger, aussi de pousser davantage en territoires francophones, enfin de passer par la diffusion électronique, comme la vente en ligne.

L'édition électronique

Puisque ce type d'édition semble encore marginal, on n'a volontairement pas mis de question spécifique à ce sujet, tout en proposant aux centres de commenter le sujet. Ce qui en ressort, c'est la multiplicité des visages que peut prendre l'édition électronique, en termes de support, mais aussi de visions de la chose.


Les droits d'auteurs

Encore une fois, la question du financement semble implicitement liée à celle des droits d'auteur : les centres font grand cas des droits à verser aux auteurs et aux artistes, tout en soulignant que leurs contraintes budgétaires ne leur permettent pas toujours de verser les barèmes recommandés. On a entre autres souligné la question des droits de reproduction iconographique, tant pour l'édition de livres d'art qu'en édition électronique.

Partie « Annexe – Formulaire sur les publications »

Cette quatrième partie de l'enquête recueillait une série de données sur chaque publication réalisée de 1998 à 2002 par le centre répondant, un grand total de 346 publications. En annexe, on retrouvera la liste de ces publications regroupées par centre d'artistes.

Nombre total de publications par année de 1998 à 2002



De 46 publications en 1998 à 65 publications en 2002, l'édition dans les centres d'artistes a connu une certaine progression en termes de volume, bien que l'on dénote une légère régression récemment (de 74 titres en 2001 à 64 titres en 2002). Comparons quelques-uns de ces chiffres avec ceux de l'édition commerciale en 1998 et 1999¹¹ :

Année	Édition commerciale : nombre de titres	Édition commerciale : nombre de titres, catégorie musique et beaux-arts	Édition dans les centres d'artistes : nombre de titres
1998	3825	83	46
1999	3775	73	67

On constate que si, dans l'ensemble de la production annuelle de l'édition commerciale, la production de publications dans les centres d'artistes apparaît dérisoire, il n'en demeure pas moins qu'elle se compare aisément au volume de titres dans sa propre catégorie.

¹¹ Marc Ménard, *Les chiffres des mots. Portrait économique du livre au Québec*, op. cit., p. 129 et 132.

Principaux types de publications par année de 1998 à 2002

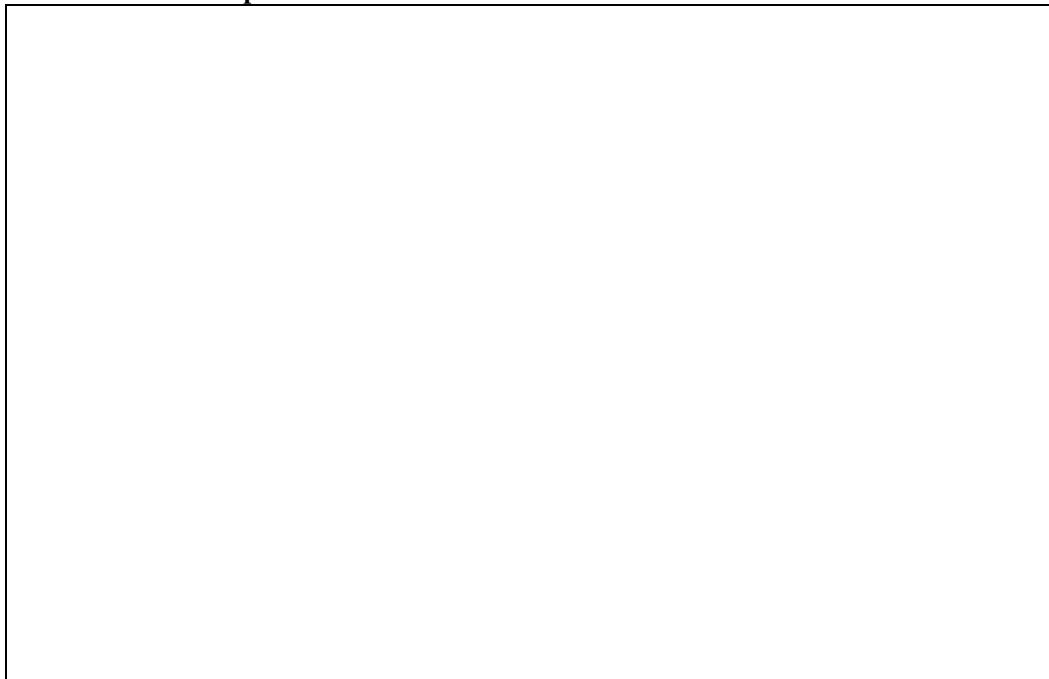
Précisons que la colonne « Autres » regroupe les types de publications suivants : cédérom, actes de colloque, publication annuelle, livre d'artistes, cd audio, répertoire, ouvrage alliant littérature et photographie et autres publications diverses.

Le catalogue d'exposition connaît une progression pratiquement constante année après année, alors que le catalogue d'événement montre une lente décroissance. Pourtant les deux principaux types de publications pour une majorité de centres, ils sont néanmoins talonnés en nombre par le feuillet d'exposition, dont moins de centres font leur cheval de bataille, mais à plus haute fréquence.

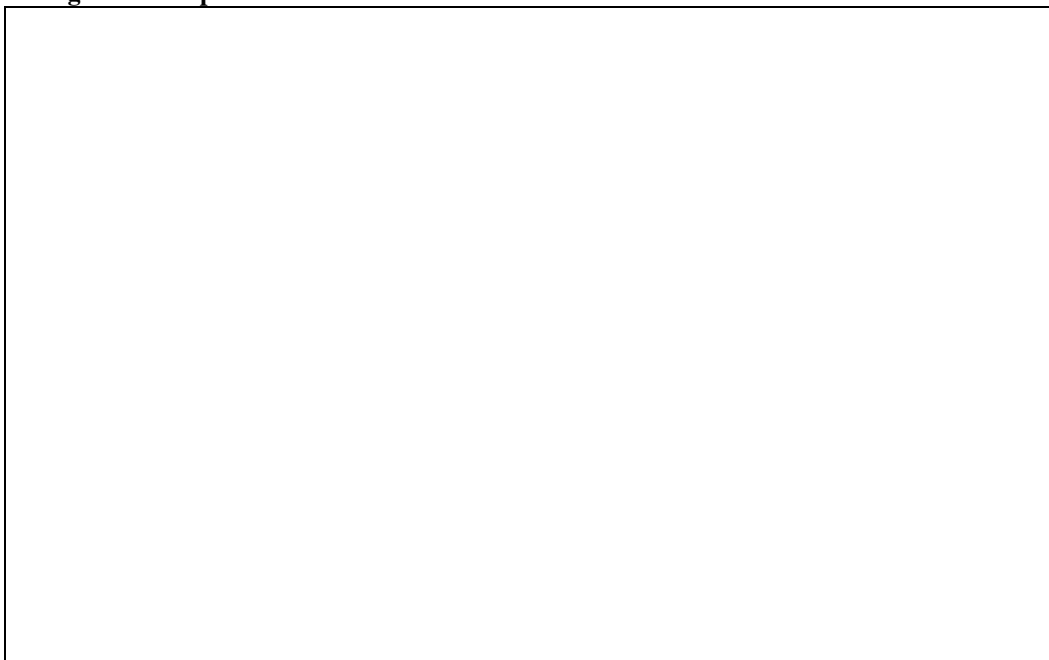
Langues en usage dans les publications de 1998 à 2002

Le type « autres langues » incluent des publications comprenant le français et/ou l'anglais plus une autre langue (espagnol ou allemand). À noter que le type « français / anglais » inclut indifféremment les publications bilingues complètes ou partielles ou des résumés dans l'autre langue.

Bien que les publications unilingues en français soient majoritaires ces dernières années, il est intéressant de voir qu'environ un peu moins de la moitié des publications sont traduites à chaque année, en tout ou en partie : en 2002, 45% des publications étaient partiellement ou complètement bilingues, en 2001, 35% des publications, en 2000, 33% des publications, en 1999, 40%, tandis qu'en 1998, 54% l'étaient.

Types d'illustrations dans les publications de 1998 à 2002

Notons la progression constante année après année du nombre de publications avec illustrations en couleurs seulement.

Répartition régionale des publications de 1998 à 2002

Notons la lente croissance du nombre de publications réalisées en région, alors que son nombre annuel est instable dans la région de Québec et tend à décroître dans la région de Montréal.

Nombre de publications en coédition de 1998 à 2002



Bien que la coédition soit une pratique en édition qui pourrait être porteuse d'avenir pour les centres d'artistes, comme on l'a vu plus tôt, on constate qu'elle régresse depuis deux ans. Si on compare la coédition dans les centres d'artistes avec celle pratiquée dans le milieu de l'édition en général, on peut constater que la coédition est proportionnellement plus en usage dans le milieu de l'art autogéré que dans l'édition en général, selon les chiffres recueillis par la Bibliothèque nationale du Québec en 1999 et 2002 :

La coédition dans l'édition au Québec¹²

Années	Nombre de coéditions	Total des publications par an ^a	% du total de publications
2000	326	9476	3,8%
1999	294	8657	3,4%

Note a : Total de l'édition commerciale et non commerciale, monographies et brochures confondues

¹² Claude Fournier, *Statistiques de l'édition au Québec en 2000. Publications reçues en dépôt légal*, Montréal, Bibliothèque nationale du Québec, 2001, p. 35.

La coédition dans les centres d'artistes du Québec

Années	Nombre de coéditions	Total des publications par an	% du total de publications
2000	6	69	8,6%
1999	3	67	4,4%

La coédition se fait principalement avec des éditeurs agréés (70% des coéditeurs totales de 1998 à 2002), d'autres centres d'artistes (11% des coéditeurs), des centres d'expositions et galeries (11% des coéditions), un artiste (5% des coéditions) et une société d'État (3% des coéditions).

Autres données

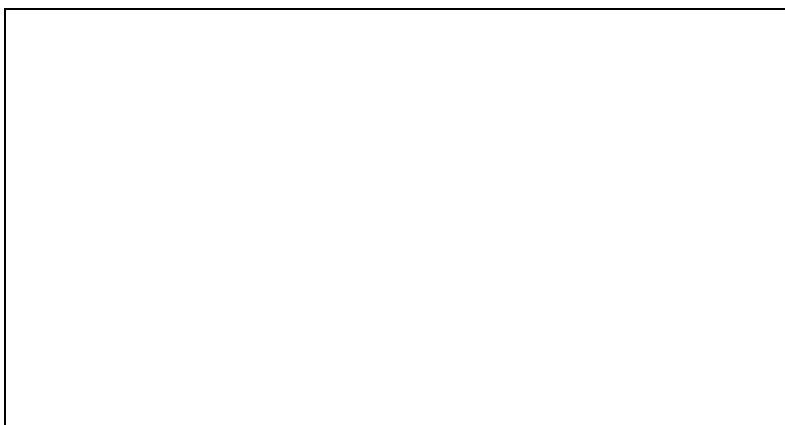
Après ces vues par année de différentes données des publications de 1998 à 2002, voyons maintenant une vue d'ensemble des données recueillies sur ces publications pour l'ensemble de la période 1998-2002 au sujet de la distribution, du tirage moyen, du prix moyen et du financement principal d'une publication.



La part de distribution qui est assumée par le distributeur ABC Livres d'art Canada inclut également la distribution qui est assumée conjointement par ABC et un centre. La moitié des autres distributeurs identifiés sont des distributeurs majeurs de l'édition et les publications correspondantes ont été réalisées en coédition avec des maisons d'édition agréées.



Selon la Bibliothèque nationale du Québec, le tirage moyen de l'ensemble des publications au Québec est d'environ 2000 exemplaires ces dernières années¹³. Quant aux publications de la catégorie « Musique et beaux-arts », leur tirage moyen en 1999 est d'environ 1700 exemplaires¹⁴. On constate que les tirages moyens des publications des centres d'artistes demeurent en deçà des tirages moyens de l'édition générale québécoise, voire même d'une catégorie comparable.



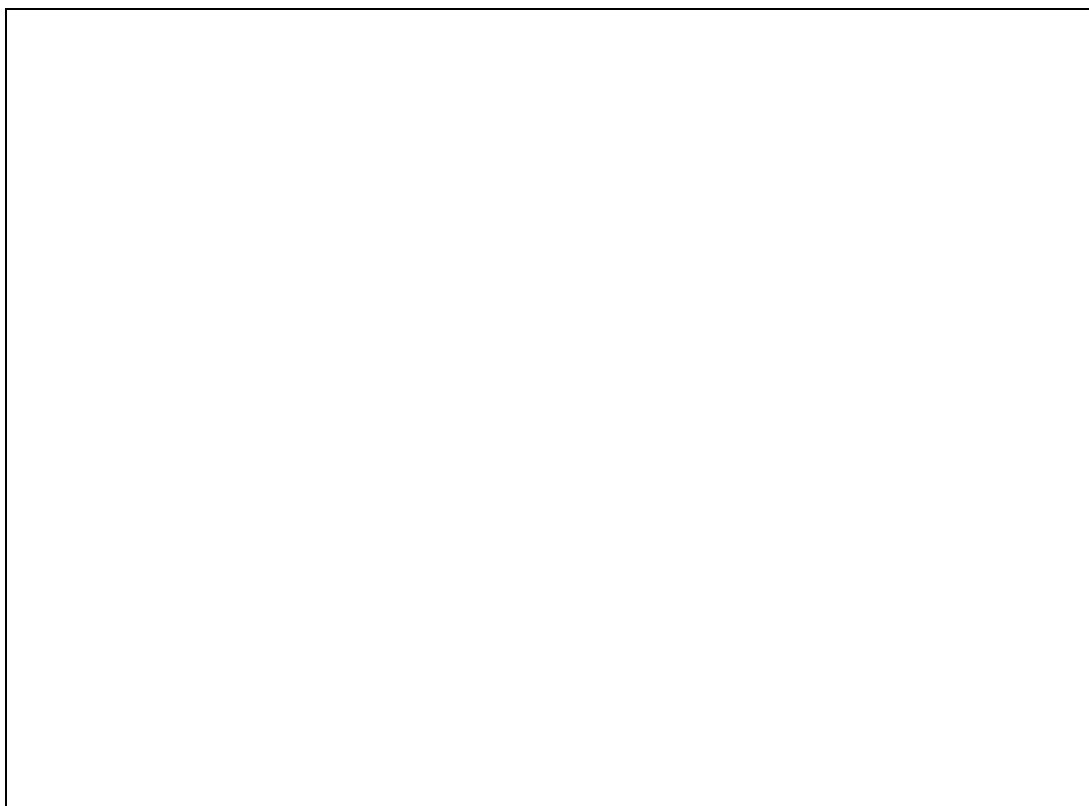
On voit que près 47% des publications sont gratuites ; ce chiffre s'explique en raison du grand nombre de feuillets d'exposition réalisés, qui sont la plupart du temps distribués gratuitement lors des expositions et autres événements des centres. Selon la Bibliothèque nationale du Québec, le prix moyen d'un livre en 2000 est de 25,77\$, celui d'une brochure est de 9,77\$¹⁵ ; le prix moyen

¹³ *Ibid.*, p. 7.

¹⁴ Marc Ménard, *Les chiffres des mots*, *op. cit.*, p. 134.

¹⁵ Claude Fournier, *Statistiques de l'édition au Québec en 2000*, *op. cit.*, p. 7.

d'un livre de la catégorie « Beaux-arts » est de 40,40\$¹⁶ en 1999. Encore une fois, les publications des centres d'artistes demeurent en deçà des prix moyens pratiqués au Québec.



Le Conseil des arts et des lettres du Québec demeure le principal bailleur de fonds pour la réalisation de publications, à hauteur de 47%. Les autres fonds publics, dont le Conseil des arts du Canada, représentent seulement 12% de l'ensemble du financement des publications. Le financement global des centres d'artistes est quant lui réparti comme suit : 53% du financement par le niveau provincial, 27% par celui fédéral et 19% par celui municipal¹⁷. On constate donc qu'il y aurait un manque à gagner du côté du fédéral et du municipal concernant le financement des publications. D'autre part, les revenus autonomes des publications sont de peu d'importance (16%), mais représentent une part plus importante que celle des autres fonds publics ! Enfin,

¹⁶ Marc Ménard, *Les chiffres des mots*, op. cit., p. 134.

¹⁷ Répartition d'après les revenus des centres d'artistes en 1998. Voir *Les centres d'artistes en arts visuels et en arts médiatiques subventionnés par le Conseil des arts et des lettres du Québec de 1994-1995 à 1997-1998. Portrait économique*, Québec, CALQ, Octobre 2000, p. 4.

soulignons l'importante contribution du centre lui-même dans le financement de ses propres publications.

Macroscopie avant 1998 : quelques données sur l'édition dans les centres d'artistes du Québec depuis trente ans

Les plus anciens centres d'artistes toujours en fonction aujourd'hui ont été fondés au début des années 1970. Il est apparu d'un intérêt certain d'explorer en aval de la période de référence de l'étude – 1998 à 2002 –, en proposant une vue d'ensemble sur les pratiques d'édition des centres d'artistes québécois depuis 30 ans. Avec l'aide du centre de documentation Artex, qui recueille en son sein la plus grande collection de publications de l'art autogéré québécois, à notre connaissance, nous avons pu retracer bon nombre de ces publications réalisées depuis 1973. Grâce au service de recherche d'Artex, une liste de plus de 500 publications a pu être constituée sur 25 ans de publications de près de 50 centres d'artistes et collectifs. Liste qui, dans la mesure du possible, a pu être contre-vérifiée par certains des centres d'artistes membres du RCAAQ, ou encore via des recherches sur Internet ou dans d'autres lieux de documentation tels la Bibliothèque nationale du Québec. Il est clair que nous ne pouvons prétendre à l'exhaustivité quant à l'ensemble des publications, mais les données recueillies donnent, à notre avis, une vue d'ensemble intéressante des pratiques d'édition dans le milieu de l'art autogéré de 1973 à 1997, c'est-à-dire 25 ans d'édition dans les centres d'artistes et collectifs du Québec. Quatre répartitions de données réparties sur 25 ans ont été effectuées : nombre total de publications par année, principaux types de publications par année, répartition régionale par année, nombre de publications en coédition par année.

Identification des centres d'artistes et collectifs

Pour la cueillette des données, nous avons identifié 70 centres d'artistes et collectifs qui pourraient avoir réalisé des publications. Membres ou non du RCAAQ, passés à l'histoire ou encore toujours bien en vie : cette liste de centres et collectifs identifiés constitue à elle seule un pan de l'histoire de l'art autogéré. Sur nos 70 identifiés, 52 (74,2%) sont membres du RCAAQ, 10 (14,3%) ne sont pas membres, et 8 (11,5%) n'existent plus ; 26 (37,1%) proviennent de Montréal, 31 (44,3%) des régions et 13 (18,6%) de Québec. En tout, nous avons retrouvé la trace de 535 publications réalisées de 1973 à 1997 par 49 centres et collectifs (70% des centres et collectifs identifiés). On retrouvera en annexe la liste de ces publications regroupées par centre d'artistes.

Liste des centres et collectifs

1. 3e IMPÉRIAL Granby
2. ARTICLE Montréal
3. ATELIER CIRCULAIRE Montréal
4. ATELIER DE L'ILE Val-David
5. ATELIER D'ESTAMPE SAGAMIE Alma
6. ATELIER GRAFF Montréal
7. ATELIER LES MILLE FEUILLES Rouyn-Noranda
8. ATELIER POPYRUS Trois-Rivières
9. ATELIER PRESSE PAPIER Trois-Rivières
10. ATELIERS CONVERTIBLES, Les Joliette
11. ATELIER SCULPT Montréal
12. ATELIER SILEX Trois-Rivières
13. AU BOUT DE LA 20 Rivière-du-Loup
14. AVATAR Québec
15. AXE NÉO-7 Hull
16. BANDE VIDÉO, La Québec
17. BORÉAL MULTIMÉDIA L'Annonciation
18. CENTRALE, La Montréal
19. CENTRE COPIE-ART Montréal
20. CENTRE DES ARTS CONTEMPORAINS DU QUÉBEC À MONTRÉAL Montréal
21. CENTRE D'EXPOSITION DES GOUVERNEURS Sorel
22. CHAMBRE BLANCHE, La Québec
23. CIRCA, CENTRE D'EXPOSITION ART CÉRAMIQUE CONTEMPORAIN Montréal
24. CONTAMINATIONS Montréal
25. CONVERGENCES Joliette
26. DAIMON Hull
27. DAZIBAO Montréal
28. ÉCART, LIEU D'ART ACTUEL, L' Rouyn-Noranda
29. ENGRAMME Québec
30. ESPACE f., L' Matane
31. ESPACE VIRTUEL Chicoutimi
32. EST-NORD-EST St-Jean-Port-Joli
33. FOLIE/CULTURE Québec
34. GALERIE ACTION ART ACTUEL St-Jean-sur-Richelieu
35. GALERIE B-312 ÉMERGENCE Montréal
36. GALERIE CLARK Montréal
37. GALERIE DARE-DARE Montréal
38. GALERIE D'ART DE MATANE Matane
39. GALERIE HORACE Sherbrooke
40. GALERIE OBSERVATOIRE 4 Montréal
41. GALERIE SÉQUENCE Chicoutimi
42. GALERIE SKOL Montréal
43. GALERIE VERTICALE Laval
44. GALERIE VOX Montréal
45. GRAVE Victoriaville
46. GROUPE D'ANIMATION DE L'ÎLOT FLEURIE Québec
47. GROUPE INTERVENTION VIDÉO (GIV) Montréal
48. INTER/LE LIEU Québec
49. INTERACTION QUI Alma
50. LANGAGE PLUS Alma
51. LOBE, Le Chicoutimi
52. MOTIVATION V Montréal
53. OBORO Montréal
54. OBSCURE Québec
55. OCCURRENCE Montréal
56. OEIL DE POISSON, L' Québec
57. OPTICA Montréal
58. PRAXIS ART ACTUEL Ste-Thérèse
59. PRIM VIDÉO Montréal
60. PRODUCTIONS RECTO-VERSO, Les Québec
61. QUARTIER ÉPHÉMÈRE Montréal
62. REGART Lévis
63. SOCIÉTÉ DES ARTS TECHNOLOGIQUES Montréal
64. STUDIO XX Montréal
65. VASTE ET VAGUE Carleton
66. VÉHICULE ART Montréal
67. VIDÉO FEMMES Québec
68. VIDÉOGRAPHE, Le Montréal
69. VU Québec
70. ZOCALO, Le Longueuil