



Rapport sur la programmation 2016-2017 de la Conférence des collectifs et des centres d'artistes autogérés (ARCA)

En 2016-2017, devant un cadre de financement sur le point d'opérer une transition représentant une perspective à la fois menaçante et prometteuse, l'ARCA a atteint un stade déterminant de son évolution.

Depuis sa fondation en 2005, l'ARCA a pour mission de :

- Représenter et défendre les droits et intérêts des centres d'artistes autogérés canadiens en arts visuels auprès des instances gouvernementales fédérales et des associations artistiques nationales.
- Encourager les échanges entre les différentes associations de centres d'artistes autogérés et leurs membres.
- Réaliser des études et constituer une base de documentation pour aider à la définition et au traitement des principaux enjeux touchant les centres d'artistes autogérés en arts visuels.
- Promouvoir l'importance du travail des centres d'artistes autogérés en arts visuels dans la construction de la culture et de l'identité de la société canadienne.

REPRÉSENTATION

Le but principal de l'ARCA est de réunir tous ceux qui ont un intérêt dans la culture de l'autogestion artistique autour d'une (infra)structure dynamique ayant un effet gravitationnel et de les rassembler en personne à l'occasion de conférences biennales nationales comme *Flottille*, qui se tiendra cette année, du 21 au 24 septembre, à Charlottetown. En plus de fournir des fonds d'amorçage pour la préparation de la conférence, la direction générale de l'ARCA soutient, sans influencer son orientation, l'équipe d'organisation et de direction, conformément à la structure fédérée de l'association.

L'ARCA mène ses activités de représentation aux côtés d'autres associations du secteur des arts visuels et médiatiques et des métiers d'art au sein de l'Alliance des arts visuels (AAV). Cette année, l'AAV a collaboré avec le Ministère du Patrimoine canadien à la préparation d'un sondage (à venir) sur le marché de l'art contemporain au Canada. Les membres de l'AAV préparent également un mémoire qui vise une meilleure reconnaissance des arts visuels et médiatiques et des métiers d'art en prévision de la consultation sur le Fonds du Canada pour la présentation des arts (et d'autres programmes du Fonds du Canada pour l'investissement en

culture,). L'ARCA contribue aux démarches de représentation de la Coalition canadienne des arts à titre de membre et a soutenu, cette année, la participation d'une délégation de l'ARCA à la Journée des arts sur la Colline. La délégation se composait de Jewell Goodwyn (ARCCO), de Bastien Gilbert (RCAAQ), de Jonathan Middleton (PAARC) et de Charlotte Panaccio-Letendre (présidente, RCAAQ).

COMMUNICATION

En tant que micro-organisation dotée d'un seul employé, l'ARCA privilégie de projets pragmatiques et stimulants qui recoupent l'ensemble de ses objectifs et mission. Porte-parole national des centres d'artistes autogérés, rassemblant et représentant un réseau d'associations de centres d'artistes autogérés de partout au Canada, l'ARCA offre des services qui incluent la publication régulière d'information au moyen d'un bulletin mensuel, *L'arca in the loop / L'arca dans la poche*, la diffusion de ressources utiles au perfectionnement professionnel et disciplinaire comme *Le Petit Gris : guide de l'édition en art et de la distribution autogérée* et, complément électronique de cet ouvrage, la *Taxonomie* interactive des types de publications généralement produits par les centres d'artistes autogérés.

FORMATION PROFESSIONNELLE

Le partenariat continu réunissant l'ARCA, l'AGAVF et le RCAAQ a donné lieu, avec le soutien du programme Leadership pour le changement, au développement d'une stratégie en quatre volets visant à fournir de la formation professionnelle en français aux artistes, aux commissaires et aux travailleurs culturels des communautés francophones en situation minoritaire. L'ARCA étudie la possibilité d'adapter cette stratégie de façon à ce qu'elle puisse s'appliquer aux membres d'autres communautés de son réseau qui n'ont pas aisément accès à du perfectionnement professionnel approprié. La possibilité d'accroître le nombre d'occasions de formation mises au programme des conférences biennales nationales fait partie des stratégies envisagées.

GOUVERNANCE

L'ARCA est dirigée par un conseil d'administration composé de neuf membres qui se réunissent en personne annuellement et par appel conférence trimestriellement. Un comité de transition a été chargé de recommander à l'ARCA des mesures à prendre pour assurer son passage au nouveau modèle de financement. L'hiver dernier, avec un financement du programme Leadership pour le changement, l'ARCA a fait appel à MDR communications pour évaluer la faisabilité d'une diversification de ses revenus dans le but de répondre au nouveau critère qui limite à 60 % de ses revenus la subvention de base octroyée par le CAC (cette subvention représente présentement près de 90 % de notre revenu total). L'exercice a donné lieu à une analyse utile de la vocation de l'ARCA, de ses capacités organisationnelles, et proposé quelques pistes pour atteindre ses objectifs et en évaluer les impacts.

Ce que nous réserve 2017-2018

POSITIONNEMENT RÉGIONAL

L'étude de faisabilité réalisée par MDR Communication a proposé, entre autres, une répartition du financement de base de manière à mieux soutenir le développement régional et le renforcement de son modèle fédéré. *Flottille*, le premier rassemblement national de la région atlantique, a aussi pour objectif, une augmentation du financement provincial des arts dans les provinces de l'Atlantique et, plus particulièrement, à l'Île-du-Prince-Édouard.

Les membres de l'Alberta Association of Artist-Run Centres (AAARC) envisagent actuellement l'organisation de la conférence nationale en 2019 pour attirer l'attention sur les associations de l'Ouest et des Prairies, avec leurs divers représentants des minorités culturelles francophones et autochtones et leurs associations aux nombreux recoupements culturels et disciplinaires.

Entre temps, et dans le but de renforcer le rayonnement de l'ARCA, de la Plains Artist-Run Centres Association (PARCA, Saskatchewan) et des centres et collectifs d'artistes autogérés régionaux concernés, l'ARCA souhaite organiser une rencontre régionale en juin 2018 (à confirmer) en marge de celle organisée par l'Independent Media Arts Alliance (IMAA) et de la National Indigenous Media Arts Coalition (NIMAC) à Saskatoon, sur la communauté autochtone des arts médiatiques. Coordonner cette rencontre en partenariat avec l'IMAA permettrait de prévoir une formation sur la gestion des ressources humaines. La rencontre répondrait à un besoin exprimé par les membres, dont PARCA, de réseauter et de créer des occasions de formation professionnelle à l'échelle régionale, palliant ainsi à l'absence, dans certaines régions, de formation conçue pour les besoins spécifiques des travailleurs et travailleuses culturel.les. Comme il s'agirait d'une rencontre régionale organisée en partenariat avec nos membres locaux, un plus grand nombre de centres d'artistes autogérés pourraient profiter de ces rencontres.

CONDITIONS DE TRAVAIL

Les conditions de travail constituent une préoccupation constante au sein de nos organisations et, pourtant, nous avons très peu de données pour confirmer nos diverses impressions. Pour cette raison, l'ARCA a demandé des fonds dans le cadre de la composante Innovation et développement sectoriel pour réaliser une étude pointue sur les ressources humaines. En tant que pilier de l'économie créative canadienne, soutenu par des travailleurs culturels talentueux et extrêmement compétents de tous horizons, le secteur des centres d'artistes autogérés a besoin de données actuelles pour savoir comment s'y prendre pour atteindre une viabilité financière à long terme dans des conditions économiques changeantes. L'étude, si elle est soutenue, sera pilotée par un leader émergent du secteur des arts visuels, avec l'appui d'un consortium *ad hoc* de chercheurs également issus du milieu des arts. Si l'étude est concluante, une deuxième phase viserait la production de ressources adaptées aux artistes-travailleurs des CAA dans leur rôle d'employeurs.

RAYONNEMENT

En octobre 2017, l'ARCA participera à deux tables rondes. L'une, sur les artistes et le vieillissement, aura lieu à l'occasion du Symposium Art et Vieillesse organisé par l'Université du Québec à Montréal. L'autre, sur le positionnement des publications en art, se tiendra à la Vancouver Art Book Fair (VABF). Dans le cas de la table ronde sur les artistes et le vieillissement, l'ARCA a été invitée à faire le point sur la recherche existante sur le sujet, et comment le caractère atypique de la carrière artistique souvent se prolonge à un âge avancé. Le réseau des centres d'artistes dans ce sens offre un cadre propice à la réflexion.

L'investissement de l'ARCA dans le rayonnement de l'édition en art et de la distribution depuis 2014 arrive à une conclusion naturelle avec le lancement de la version imprimée du *Petit Gris : guide de l'édition en art et de la distribution autogérée* et une tournée pancanadienne de publicité qui, si tout va bien, bénéficiera d'une subvention de projet dans le cadre de la composante Rayonnement public du programme Rayonner au Canada. Les lancements seront planifiés autour d'occasions de réseautage et d'apprentissage pour les travailleurs culturels qui aimeraient intégrer des activités de publication à leur programmation.

L'ARCA EN CROISSANCE

L'étude de faisabilité réalisée au cours de l'hiver 2017 s'est intéressée à la mission de l'ARCA, aux parties prenantes qu'elle représente, à la valeur qu'elle fait rejaillir et à son modèle financier, dans le but d'assurer sa durabilité à long terme. Dans le but d'évaluer l'impact de ses activités, l'ARCA produit maintenant des statistiques de ses outils de communication et campagnes thématiques (voir tableau à la fin de ce rapport), développés avec l'appui stratégique d'Annie Lafleur, notre ressource pigiste en communications, elle-même une auteure publiée. L'ARCA demande une augmentation de son financement de base notamment pour créer un poste salarié de trois jours par semaine en communications. Ajouter une deuxième personne au personnel de l'ARCA contribuerait à la stabilité générale de l'association et prendrait en compte le développement des campagnes numériques pour recueillir des données et publiciser ressources et résultats de recherche. Le fait de créer un emploi en communications fait écho aux efforts de l'ARCA à offrir de bonnes conditions de travail. En plus de concevoir des bulletins d'information et des communications, de tenir le site web à jour et de gérer les médias sociaux de l'association, cette personne serait responsable de mettre à jour le répertoire des centres d'artistes autogérés et des collectifs, et de développer des fonctionnalités supplémentaires.

ANNEXE 1 : STATISTIQUES DE COMMUNICATION

facebook.com/ARCCC.CCCAA/

@arca_dot_art

arca.art

directory.arca.art



Plateforme	15-12-31	16-03-31	16-06-30	16-09-30	16-12-31	17-03-30	17-06-30
Médias sociaux							
Communauté Facebook	852	878	907	911	914	953	961
Portée Facebook	118	203	119	95	89	90	403
Abonnés Twitter	700	772	799	810	822	850	859
Impressions par jour	150	203	167	80	134	148	99
Retweets	10	22	3	4	8	24	26
MailChimp							
Abonnés	571	598	604	717	713	759	758
Taux d'ouverture moyen	35,4 %	35,7 %	35,4 %	38,3 %	35 %	33,5 %	30,8 %
Taux de clic moyen	2,6 %	2,4 %	2,1 %	1,3 %	1,9 %	1,7 %	1,3%
Taux de désabonnement moyen	4	2	2	0	1	1,7 %	1,3 %
Achalandage du site web : Page d'accueil							
Sessions/mois	1,405	1,158	1,329	1,213	1,080	n.d.	1,425
Accès à la page	3,051	2,334	2,709	2,509	1,944	n.d.	2,753
Utilisateurs	1,073	941	1,063	828	873	n.d.	1,025
Pages/session	2,17	2,02	2,04	2,07	1,80	n.d.	1,93

Visiteurs : récurrents vs. nouveaux	29 % vs. 71 %	24 % vs. 76 %	23 % vs. 77 %	36 % vs. 64 %	24 % vs. 76 %	n.d	29 % vs. 71 %
Achalantage du site web : Répertoire							
Sessions/mois	1,578	1,518	1,197	941	1,311	1,292	1,217
Accès à la page	5,811	6,411	4,858	5,834	5,285	8,413	6,201
Utilisateurs	1,103	908	844	668	892	909	824
Pages/session	3,68	4,22	4,06	6,20	4,03	6,51	5,10
Visiteurs : récurrents vs. nouveaux	32 % vs. 68 %	43 % vs. 57 %	33 % vs. 67 %	33 % vs. 67 %	35 % vs. 65 %	32 % vs. 68 %	36 % vs. 64 %
MailChimp / Facebook / Campagne <i>Petit Gris</i>							
	Date	Abonnés	Accès en français	Accès en anglais	Clics en français	Clics en anglais	Portée Facebook
Rubrique 00	17-03-01	713	191	203	2	1	494/413
Rubrique 01	17-03-15	751	206	228	14	7	153/80
Rubrique 02	17-03-29	762	224	225	9	5	112/202
Taxonomie	17-03-30	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	492/573
Rubrique 03	17-04-12	758	203	222	3	1	607/727
Rubrique 04a	17-04-26	759	199	207	3	4	760/797
Rubrique 04b	17-05-10	760	194	209	7	2	693/703
Rubrique 05	17-05-24	763	199	204	6	2	720/754
Rubrique 06	17-06-07	762	191	196	9	3	713/898
Rubrique 07	17-06-21	762	184	249	6	1	564/426