

Portrait

des métiers
d'art des
Laurentides



RÉALISATION

Le Portrait des métiers d'art des Laurentides est une réalisation du Conseil de la culture des Laurentides en partenariat avec le Conseil des métiers d'art du Québec.

Coordination et rédaction :

Mélanie Gosselin, agente de développement

Enquête téléphonique et compilation des données :

Diane Brodeur

Expertise-conseil : Yolande Desjardins

Révision des textes : Françoise Lüttgen

Mise en page : Carole Bouchard

Comité de validation :

Madeleine David-Chagnon, artisane (métaux)

Paul Simard, artisan, propriétaire d'une boutique (métaux)

Nathalie Rollet, artisane (textile)

Louis-Georges L'Écuyer, artisan (bois)

ISBN : 2-922446-03-4

Dépôt légal - Bibliothèque nationale du Québec 2004

Dépôt légal - Bibliothèque nationale du Canada 2004

© Conseil de la culture des Laurentides 2004

223, rue Saint-Georges, bureau 400 Saint-Jérôme QC

www.culturelaurentides.com

TABLE DES MATIÈRES

Liste des tableaux	1
Liste des graphiques	2
Présentation	3
Méthodologie	3
Première partie : les artisans	5
Profil	5
Scolarité et formation	9
Production	10
Promotion	11
Mise en marché	12
Situation économique	14
Deuxième partie : les organisations	16
Profil	16
Produits	17
Promotion	19
Situation économique	19
Constats	21
Conclusion	26
ANNEXE : Définitions des termes spécifiques . .	27

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1:	
Répartition des artisans par familles, métiers et secteurs	.. 5
Tableau 2:	
Répartition des artisans selon le statut et le sexe 6
Tableau 3:	
Répartition des artisans selon le sexe et l'âge 6
Tableau 4:	
Nombre d'années de pratique des artisans en rapport avec l'âge 8
Tableau 5:	
Niveau de scolarité des artisans selon le sexe 9
Tableau 6:	
Principal lieu de vente des produits des artisans par famille12
Tableau 7:	
Revenu moyen annuel des artisans en métiers d'art selon le sexe14
Tableau 8:	
Répartition des artisans occupant un autre type d'emploi selon leur statut15
Tableau 9:	
Nombre d'années d'existence des organisations selon leur statut légal17
Tableau 10:	
Répartition des produits métiers d'art par famille selon le type d'organisations17
Tableau 11:	
Proportion d'artisans des Laurentides représentés au sein des organisations en métiers d'art18

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1:	
Répartition des artisans membres d'une association reconnue	7
Graphique 2:	
Principal type de formation en métiers d'art des artisans ..	9
Graphique 3:	
Volume de production des artisans	10
Graphique 4:	
Principal lieu de production de artisans	11
Graphique 5:	
Principal territoire de vente des produits des artisans	13
Graphique 6:	
Revenu moyen annuel des artisans en métiers d'art	14
Graphique 7:	
Répartition des sources de revenus en métiers d'art	15
Graphique 8:	
Répartition des organisations en métiers d'art selon leur statut légal	16
Graphique 9:	
Types d'organisations en métiers d'art présentes sur le territoire des Laurentides	16
Graphique 10:	
Présentation du produit métiers d'art dans les organisations	18
Graphique 11:	
Provenance de la clientèle	18

PRÉSENTATION



Le Conseil de la culture des Laurentides (CCL) travaille depuis plusieurs années avec les artisans professionnels des Laurentides, principalement dans le cadre d'expositions telles que les Biennales d'excellence des métiers d'art et de projets de mise en marché du cadeau corporatif. Il participe également de façon continue au Comité des régions du Conseil des métiers d'art du Québec. Bien que le CCL ait une bonne connaissance du milieu, la réalisation de ce premier portrait nous apparaissait plus que nécessaire. D'abord pour renouveler le contact avec l'ensemble des artisans professionnels et des organisations, et actualiser les données pour ce secteur, mais surtout, pour connaître davantage leur réalité et identifier leurs besoins. Afin de conserver les spécificités des artisans et des organisations en métiers d'art, le portrait comporte deux parties distinctes, présentant dans un premier temps le profil «individu» et dans un deuxième temps le profil «organisation». Les résultats obtenus contribueront à mieux orienter les actions structurantes à privilégier pour ce secteur.

La réalisation de ce portrait répond également à une demande du Conseil des métiers d'art du Québec visant à uniformiser les données sur les régions afin d'obtenir une vue d'ensemble de la réalité des métiers d'art au Québec.

MÉTHODOLOGIE

ÉCHANTILLON

Pour le Portrait des artisans, l'inventaire de départ comptait 182 individus. Toutefois, pour des raisons de non-disponibilité, de changement de carrière, de coordonnées et de données inexactes, seulement 112 artisans ont répondu à l'enquête. De ce nombre, 98 artisans correspondent aux critères du statut professionnel (temps plein, temps partiel et relève) et s'inscrivent dans le portrait.

Pour ce qui est des 87 organisations faisant partie de l'inventaire de départ, certaines d'entre elles n'ont pas été rejointes ou n'existaient plus, tandis que d'autres n'étaient pas liées aux produits métiers d'art. 51 ont répondu au questionnaire d'enquête. Précisons que cette enquête n'inclut pas les boutiques de cadeaux ou de souvenirs où les métiers d'art ne sont pas actuellement distribués ou diffusés, même si ces lieux en ont le potentiel.

ENQUÊTE

Afin de réaliser efficacement l'enquête qui servirait par la suite à la rédaction du portrait des métiers d'art, le contact téléphonique a été privilégié. Les appels ont été effectués entre le 1^{er} et le 29 février 2004.

Deux questionnaires ont été élaborés : un premier questionnaire destiné aux artisans et un second, adapté aux réalités des organisations.

P REMIÈRE PARTIE

LES ARTISANS

Le portrait qui suit présente les résultats de l'enquête effectuée auprès de 98 artisans œuvrant dans la région des Laurentides. Cette première partie expose le profil des artisans et les données reliées à leur production, formation, promotion, mise en marché et situation économique.

P PROFIL

TABLEAU 1 RÉPARTITION DES ARTISANS PAR FAMILLES, MÉTIERS ET SECTEURS

FAMILLES	ARTISANS	PROS	RELÈVE	MÉTIERS	SECTEURS
Bois	23	21	2	Ébéniste Sculpteur Facteur d'instrument Réparateur Menuisier Luthier	Meubles Objets décoratifs Instruments de musique Œuvres d'art fonctionnelles Bâtiments Jouets Art religieux
Céramique	22	20	2	Céramiste Potier Tourneur Porcelainier	Arts de la table Objets décoratifs Sculpture Œuvres d'art fonctionnelles
Métaux	19	19		Joaillier Bijoutier Forgeron d'art Ferraillier d'art Sculpteur Coutelier	Joaillerie Bijouterie Instruments de musique Œuvres d'art fonctionnelles Sculpture Bâtiments
Textile	13	13		Tisserand Dentellier Couturier Vannier Lissier Peintre sur tissu	Objets décoratifs Mode/vêtements Œuvres traditionnelles Œuvres d'art fonctionnelles
Verre	10	9	1	Verrier Vitrailliste Peintre verrier	Objets décoratifs Œuvres d'art fonctionnelles Sculpture Bâtiments
Papier	5	4	1	Relieur d'art Papetier d'art	Œuvres d'art fonctionnelles Origami Reliure d'art
Autres matériaux	4	4		Sculpteur Vannier	Œuvres d'art fonctionnelles Sculpture Bâtiments
Cuirs et peaux	2	2		Gantier Tanneur	Objets décoratifs Mode/vêtements Œuvres traditionnelles
Total	98	92	6		



Les familles du bois, de la céramique, des métaux comptent plus de 65 % des artisans pratiquant ou résidant sur le territoire des Laurentides. Les familles du textile (13 %) et du verre (10 %) sont également bien présentes dans la région.

La relève est très peu nombreuse et représente seulement 6 % des artisans actifs.

TABLEAU 2

RÉPARTITION DES ARTISANS SELON LE STATUT ET LE SEXE

STATUT/SEXE	PROFESSIONNEL	RELÈVE	TOTAL
Femme	43	5	48
Homme	49	1	50
Total	92	6	98

La proportion des femmes (49 %) et des hommes (51 %) est presque égale. Bien qu'ils soient peu nombreux, les artisans de la relève sont en grande majorité des femmes (83 %).

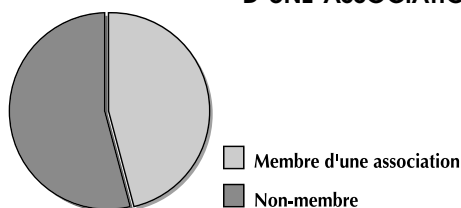
TABLEAU 3

RÉPARTITION DES ARTISANS SELON LE SEXE ET L'ÂGE

SEXE/ÂGE	MOINS DE 35 ANS	36 À 45 ANS	46 À 55 ANS	56 ANS ET PLUS	TOTAL
Femme	6	11	20	11	48
Homme	3	6	18	23	50
Total	9	17	38	34	98

Près des trois quarts des artisans sont âgés de plus de 46 ans (74 %). Les hommes sont plus âgés que les femmes: 46 % des hommes ont 56 ans et plus tandis que du côté des femmes, 23 % sont dans cette catégorie. Les artisans de 35 ans et moins représentent seulement 9 % des répondants.

Relativement à la répartition des artisans par famille selon le sexe, on remarque que 59 % des femmes pratiquent les métiers du textile et de la céramique. Les hommes, quant à eux, sont plus nombreux (66 %) dans les familles du bois et des métaux.



Les artisans affirmant n'être membre d'aucune association sont légèrement plus nombreux que ceux adhérant à une association reconnue. Toutefois, 79 % des artisans appartenant à la famille des métaux disent faire partie d'une association.

Quelques-unes des associations reconnues :

- Conseil des métiers d'art du Québec
- Regroupement des artistes en arts visuels
- Conseil des arts textiles du Québec
- Centre d'artistes : Praxis Art Actuel (Sainte-Thérèse) et Matéria (Ville de Québec)
- Association des artistes verriers du Québec
- Potters council of the American Ceramic Society
- Glass Art Association of Canada
- The Artist Blacksmith's Association of North America

LES ARTISANS AYANT REÇU UNE RECONNAISSANCE

Seulement 50 % des artisans ont déjà reçu une bourse, un prix ou une aide financière dans le cadre de leur carrière en métiers d'art. Quelques artisans ont également vendu des œuvres à des collections publiques ou privées.

Les répondants jugent l'obtention de reconnaissance difficile et le soutien financier insuffisant.

Quelques exemples de bourses et de prix :

- Bourse de recherche et création ou de déplacement du Conseil des arts et des lettres du Québec
- Bourse du Conseil des arts du Canada
- Bourse d'étude ou de production du Marché Bonsecours
- Grands Prix de la culture des Laurentides
- Prix du Conseil des métiers d'art du Québec (Biennales d'excellence, Salon des métiers d'art de Montréal; Plein art)

Quelques exemples d'aide financière :

- Aide au travailleur autonome ou démarrage d'entreprise (CLD, SADC)
- Jeunes Volontaires
- Subvention de la SODEC (équipement, atelier, kiosque, production, Sodexport)

Collections d'œuvres :

- Collection Lotto Québec
- Musée des Beaux Arts de Montréal
- Musée du Québec
- Musée des Beaux Arts du Canada
- Musée de Paris
- Metropolitan Museum (New York)
- Musée de Kyoto (Japon)

TABLEAU 4

**NOMBRE D'ANNÉES DE PRATIQUE
DES ARTISANS EN RAPPORT AVEC L'ÂGE**

ÂGE/ ANNÉES DE PRATIQUE	1 À 5	6 À 15	16 À 30 ANS	31 ET PLUS	TOTAL
- de 35 ans	3	7			10
36 – 45 ans	2	13	2		17
46 – 55 ans	3	18	16	1	38
56 ans et +		7	12	14	33
Total	8	45	30	15	98



Beaucoup d'artisans se situent dans les catégories de 6 à 15 années de pratique (46 %) et de 16 à 30 années de pratique (31 %). On retrouve un bon nombre d'artisans âgés entre 46 et 55 ans qui ont moins de 15 ans de pratique, ce qui suppose une carrière précédente ou encore de nombreuses années d'études.

On peut voir que la relève (moins de 5 ans de pratique) n'est pas nécessairement âgée de moins de 35 ans.

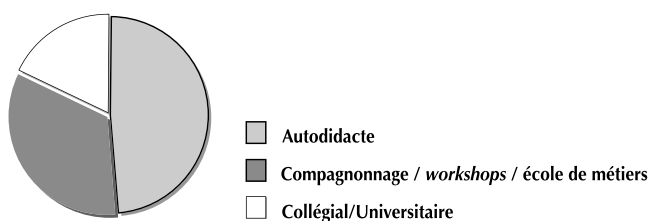
TABLEAU 5 NIVEAU DE SCOLARITÉ DES ARTISANS SELON LE SEXE

SEXE/NIVEAU DE SCOLARITÉ	PRIMAIRE	SECONDAIRE	PROFESSIONNEL	COLLÉGIAL	UNIVERSITAIRE	TOTAL
Femme	1	6	1	21	19	48
Homme	2	14	6	19	9	50
Total	3	20	7	40	28	98

69 % des artisans détiennent un diplôme post-secondaire. Un grand nombre d'artisans œuvrant dans la famille de la céramique possèdent un diplôme universitaire.

Parmi les artisans questionnés, les femmes sont non seulement moins âgées que les hommes, mais elles ont aussi un profil scolaire fort différent : 81 % d'entre elles sont diplômées au niveau collégial ou universitaire comparativement à 55 % des hommes.

GRAPHIQUE 2 PRINCIPAL TYPE DE FORMATION EN MÉTIERS D'ART DES ARTISANS



Près de la moitié des artisans interrogés ont affirmé avoir appris leur métier de façon autodidacte. Ensuite, viennent les modes d'apprentissage techniques (compagnonnage, école de métiers et workshops) et les études collégiales et universitaires.

Seulement 40% des artisans ont répondu avoir suivi une formation en métiers d'art au cours des trois dernières années. La proportion d'artisans ayant suivi une formation récemment est supérieure dans les familles du textile (85 %) et de la céramique (55 %).

La moitié des artisans ont manifesté avoir des besoins de formation ou de perfectionnement. Les besoins de formation exprimés s'inscrivent surtout dans le cadre de leur métier (perfectionnement). Également, quelques demandes ont été faites concernant des formations plus générales en lien avec les métiers d'art : gestion, mise en marché, marketing et droits d'auteurs.

Près du quart des artisans ont dit être mentor ou professeur à titre personnel ou pour une école de métiers, ou encore considèrent la possibilité d'enseigner.

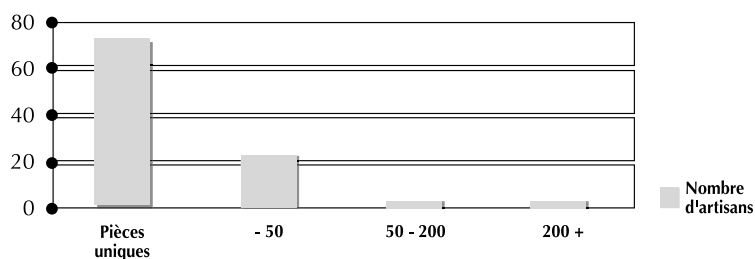
Parmi les artisans interrogés, seulement six sont inscrits au programme Culture et éducation* du ministère de la Culture et des Communications (MCC). Par contre, plus de la moitié des répondants ont manifesté un intérêt à participer à ce programme.

*Le programme Culture et éducation: par son aide financière aux écoles et son répertoire de ressources et d'activités, ce programme facilite la collaboration du milieu culturel et des créateurs avec le monde scolaire.

PRODUCTION

GRAPHIQUE 3

VOLUME DE PRODUCTION DES ARTISANS

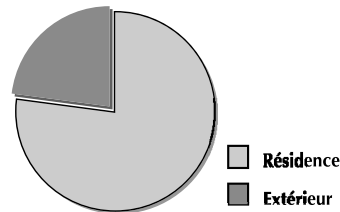


La production des artisans consiste surtout à la création de pièces uniques (73 %). Toutefois, 23 % des répondants produisent des œuvres en petites séries (50 et moins). De ce fait, la production de séries plus importantes est à peu près inexistante au sein des artisans laurentidiens (4 %).

Les œuvres en petites séries (50 ou moins) sont surtout produites par des artisans qui travaillent la céramique ou les métaux.

GRAPHIQUE 4

PRINCIPAL LIEU DE PRODUCTION DE ARTISANS



77% des artisans ont un atelier attaché à leur résidence, ce qui explique pourquoi la majorité des ateliers sont ouverts au public sur rendez-vous seulement (59%). Seulement 7% des artisans sont propriétaires d'un atelier-boutique.

La grande majorité des artisans ne partagent ni leur atelier ni leurs équipements. Très peu d'entre eux (environ 10%) en manifestent le désir, et seulement à certaines conditions.

Seulement 16% des artisans questionnés engagent à l'occasion des employés pour les assister.

Toutefois, 26% des artisans dans la famille des métaux disent avoir recours à des employés de façon régulière ou occasionnelle.

Les artisans disent acheter leurs matériaux de production en grande partie à Laval et à Montréal.

PROMOTION

Pour 89% des artisans, le principal outil de promotion utilisé est la carte d'affaires. Par ordre d'importance viennent ensuite le catalogue et le dépliant. La promotion par le Web est très peu populaire. Certains artisans (8%) ont avoué n'avoir aucun outil de promotion.

Les artisans qui investissent dans leur promotion dépensent pour la plupart entre 100\$ et 1000\$ par année. 35% des artisans disent ne rien dépenser du tout ou presque.

69% des répondants seraient intéressés à exposer leurs œuvres et leurs produits dans une vitrine touristique (hôtels, bureaux touristiques) mais seulement le tiers d'entre eux seraient prêts à déboursier pour ce service.

Les artisans ont montré un grand intérêt (90%) pour faire partie d'un catalogue ou d'un répertoire d'artisans présentant les produits métiers d'art de la région.

Le réseautage semble également au nombre des priorités des répondants. En effet, plus de la moitié (60%) des artisans souhaitent participer au développement du produit *Métiers d'art* en participant à une table de concertation régionale.

MISE EN MARCHÉ

TABLEAU 6

PRINCIPAL LIEU DE VENTE DES PRODUITS DES ARTISANS PAR FAMILLE

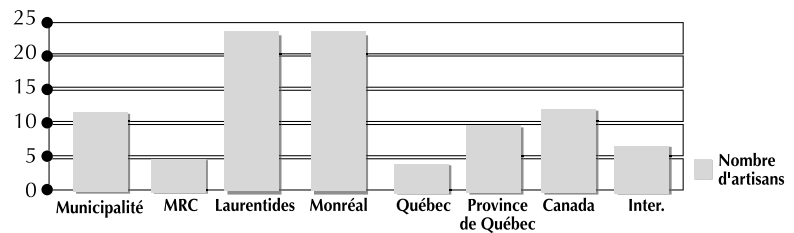
FAMILLES/LIEU DE VENTE	ATELIER	SALON	BOUTIQUE	ÉVÉNEMENT	GALERIE	TOTAL
Bois	15	6	2	2		23
Céramique	4	6	7	2	3	22
Textile	5	1	4	2	1	13
Cuir et peaux	1	1				2
Métaux	8	9	2			19
Papier	3	1		1		5
Verre	3	2	2	2	1	10
Autres		2		1	1	4
Total	37	28	17	10	6	98

De façon générale, le plus important lieu de vente des produits de l'artisan est l'atelier.

Les salons de métiers d'art sont aussi un lieu de vente privilégié, surtout pour les artisans des familles du bois, de la céramique et des métaux. Les salons les plus fréquentés sont dans l'ordre le Salon des métiers d'art de Montréal, le SOFA (Chicago et New York) et le One of a Kind (Toronto).

Les artisans dans les domaines de la céramique et du textile sont pour leur part les plus présents en boutique, exemple(s) : le Marché Bonsecours à Montréal (CMAQ), la Maison des *Métiers d'art* à Québec, la coopérative L'impression (Montréal), la Verdure (Val-David) et d'autres situées à Montréal, à Saint-Sauveur et à Mont-Tremblant.

GRAPHIQUE 5 **PRINCIPAL TERRITOIRE DE VENTE DES PRODUITS DES ARTISANS**

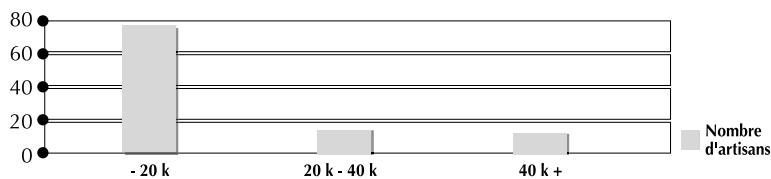


Dans l'ensemble, et plus particulièrement pour les artisans des familles du bois, de la céramique et du textile, les régions des Laurentides et de Montréal constituent les principaux territoires de vente.

Hormis les artisans qui travaillent les métaux, les artisans exportent très peu leurs produits hors de la province. On peut donc constater que l'exportation à l'étranger du produit métiers d'art des Laurentides est quasi inexistante.

Seulement 14% des répondants ont dit engager un représentant pour les soutenir dans leur promotion, la distribution et la vente de leurs produits, ou encore pour le service après vente.

GRAPHIQUE 6 REVENU MOYEN ANNUEL DES ARTISANS EN MÉTIERS D'ART



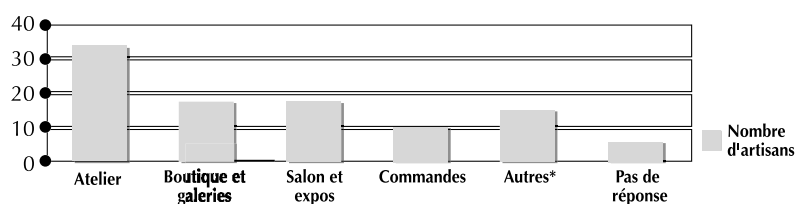
74% des artisans des Laurentides ayant répondu à l'enquête ont affirmé gagner moins de 20000\$ par année par leur pratique d'un métier d'art.

Par contre, on remarque quelques différences selon les familles: 68% des artisans de la famille céramique gagnent moins de 10000\$, tandis que les artisans (11%) ayant répondu gagner plus de 40000\$ œuvrent dans les familles des métaux (64%) et du bois (36%). Les artisans produisant des œuvres en petites séries ne semblent pas avoir des revenus plus élevés que ceux produisant des pièces uniques.

TABLEAU 7 REVENU MOYEN ANNUEL DES ARTISANS EN MÉTIERS D'ART SELON LE SEXE

SEXE	REVENUS				TOTAL
	- DE 10 K	10 K-20 K	20 K-40 K	40 K ET +	
Femme	28	14	6		48
Homme	18	14	7	11	50
Total	46	28	13	11	98

L'écart entre les revenus *Métiers d'art* des femmes et des hommes est considérable. 60% des artisans à très faibles revenus (moins de 10000\$/ année) reliés à leur pratique sont des femmes, par contre 100% des artisans gagnant plus de 40000\$/ année (par leur pratique en métiers d'art) sont des hommes.



Cette répartition des sources de revenus concorde avec les lieux de vente privilégiés par les artisans. Conséquemment, l'atelier personnel étant le lieu de vente principal de l'artisan, il est aussi celui qui lui rapporte le plus. Il est à noter que les artisans qui gagnent plus de 40 000 \$/année ont identifié leur atelier (ouvert sur rendez-vous ou comme boutique) comme leur principal lieu de vente.

En plus de la vente de leurs œuvres et produits *Métiers d'art*, certains artisans ont recours à d'autres(*) sources de revenus : enseignement dans des institutions reconnues ou dans le cadre d'ateliers, réalisation d'œuvre pour le Programme d'intégration de l'art à l'architecture et à l'environnement (MCCQ), cachet d'exposition.

TABLEAU 8

RÉPARTITION DES ARTISANS OCCUPANT UN AUTRE TYPE D'EMPLOI SELON LEUR STATUT

STATUT DE L'ARTISAN	AUTRE EMPLOI		
	OUI	NON	TOTAL
Professionnel (temps plein)	16	51	67
Professionnel (temps partiel)	23	2	25
Relève	4	2	6
Total	43	55	98

La grande majorité des professionnels qui pratiquent leur métier à temps partiel (92%) occupent un autre emploi. Il en est ainsi pour les artisans (67%) de la relève également. Même du côté des artisans professionnels à temps plein, bien qu'ils consacrent la majeure partie de leur temps à leur métier, plus de 20% d'entre eux ont un autre emploi. Donc, de façon générale, près de la moitié des artisans occupent un autre emploi en plus de leur carrière en métiers d'art.

DEUXIÈME PARTIE

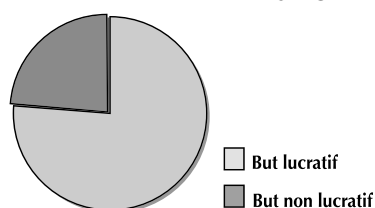
LES ORGANISATIONS

Cette deuxième partie du Portrait des métiers d'art présente le profil, les produits, les moyens de promotion, le financement et les revenus de 51 organisations situées sur le territoire des Laurentides.

PROFIL

GRAPHIQUE 8

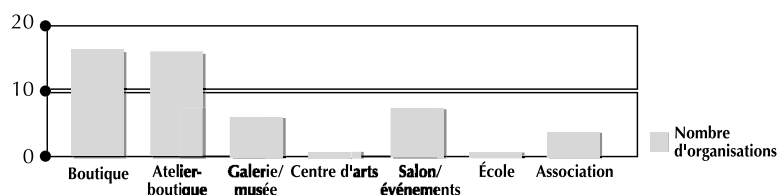
RÉPARTITION DES ORGANISATIONS EN MÉTIERS D'ART SELON LEUR STATUT LÉGAL



Plus des trois quarts des organisations interrogées sont des entreprises à but lucratif.

GRAPHIQUE 9

TYPES D'ORGANISATIONS EN MÉTIERS D'ART PRÉSENTES SUR LE TERRITOIRE DES LAURENTIDES



Les boutiques et les ateliers-boutiques (artisans propriétaires) représentent 66 % des organisations. Parmi ces entreprises, on retrouve deux coopératives d'artisans : une boutique et une entreprise d'ébénisterie.

On compte un seul centre d'artistes en estampe regroupant principalement des artistes en arts visuels et une école d'été offrant des vacances artistiques aux amateurs et des cours intensifs spécialisés aux professionnels pendant les mois de juillet et août. Certains artisans propriétaires d'ateliers-boutiques et des associations offrent des cours destinés au grand public.



TABLEAU 9

NOMBRE D'ANNÉES D'EXISTENCE DES ORGANISATIONS SELON LEUR STATUT LÉGAL

STATUT/ NOMBRE D'ANNÉES	1 À 5 ANS	6 À 15 ANS	16 À 30 ANS	31 ANS ET PLUS	TOTAL
But lucratif	12	21	4	2	39
But non lucratif	1	8	3	-	12
Total	13	29	7	2	51

57% des organisations, desquelles près des 3/4 sont des entreprises, comptent entre 6 et 15 ans d'existence. 25% des organisations sont relativement nouvelles et existent depuis moins de 5 ans. Fondés il y a plus de 31 ans, l'Atelier du potier et l'Atelier Bernard Chaudron, tous deux situés à Val-David, s'inscrivent comme les plus anciennes entreprises en métiers d'art de la région.

PRODUITS

TABLEAU 10

RÉPARTITION DES PRODUITS MÉTIERS D'ART PAR FAMILLE SELON LE TYPE D'ORGANISATIONS

ORGANISATIONS	BOIS	CÉRAMIQUE	TEXTILE	MÉTAUX	VERRE	AUTRES*	MULTIPLE (PLUS DE 3)	TOTAL
Boutique	2		2	2	4	2	5	17
Atelier-boutique	7	3	2	1	2	2		17
Galerie/ musée	1				1	2	1	5
Centre d'artistes						1		1
Salon / Événement	1	1					4	6
École							1	1
Association	2		1				1	4
Total	13	4	5	3	7	7	12	51

* Autres : matières organiques, estampe, pierre, etc.

Les produits du bois sont les plus présents au sein des organisations.

De façon générale, les différentes familles des métiers d'art des Laurentides sont bien représentées dans les boutiques et les ateliers-boutiques. On constate que bon nombre d'organisations (24 %), surtout des boutiques et des événements, offrent une variété de produits. On peut également voir que l'artisan entrepreneur n'offre que son produit.

**PRÉSENTATION DU PRODUIT MÉTIERS D'ART
DANS LES ORGANISATIONS**



Parmi les produits disponibles au sein des organisations, on retrouve surtout des pièces uniques et, parfois des objets de petites séries (50 et moins). Les galeries et les musées ont pour leur part indiqué exposer seulement des pièces uniques. L'École d'été d'art et métiers d'art de Mont-Laurier et le centre d'artistes l'Atelier de l'île ont indiqué ne présenter aucun produit.

La proportion d'œuvres d'artisans professionnels au sein des entreprises métiers d'art

69% des entreprises présentent, parmi leurs produits, au moins 50% d'œuvres d'artisans professionnels.

La proportion des artisans au sein des organisations à but non lucratif

Dans le cadre des activités des organisations à but non lucratif (salons, associations), les artisans professionnels sont moins présents (25%).

TABLEAU 11

**PROPORTION D'ARTISANS DES LAURENTIDES REPRÉSENTÉS
AU SEIN DES ORGANISATIONS EN MÉTIERS D'ART**

ORGANISATIONS	ARTISANS DES LAURENTIDES				TOTAL
	AUCUN	0 - 20%	20 - 50%	50% ET PLUS	
Total	4%	2%	10%	84%	100%

Les artisans des Laurentides ou leurs œuvres sont très présents au sein des activités des entreprises et organisations à but non lucratif. Seulement deux boutiques offrant des produits métiers d'art ont affirmé n'avoir aucune œuvre réalisée par des artisans de la région.

Plus de la moitié des répondants souhaiteraient assister à une présentation des œuvres réalisées par des artisans des Laurentides et ainsi découvrir de nouveaux produits.

PROMOTION

Les outils de promotion les plus utilisés par les organisations sont les cartes d'affaires et les dépliants. Certains artisans entrepreneurs misent sur la promotion par Internet, mais ils sont encore peu nombreux. Les dépenses affectées à la promotion varient selon le statut et la situation financière des organisations.

Dans l'ensemble, les répondants ont émis le vœu de faire partie d'un répertoire ou d'un guide métiers d'art.

SITUATION ÉCONOMIQUE

Le financement des organisations est à 70% privé et 30% public, dépendamment de leur statut et de leurs activités.

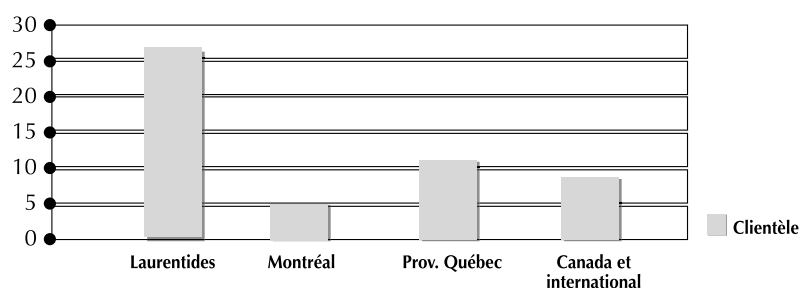
Les résultats des questions concernant les conditions de vente et les revenus financiers des organisations ne sont pas valides en raison du trop faible taux de réponses.

45% des organisations en métiers d'art ont vu leur chiffre d'affaires augmenter au cours des trois dernières années tandis qu'il est demeuré égal pour 27% des répondants. Très peu d'organisations (6%) ont subi une baisse de revenus pour cette période. 22% n'ont pas répondu à cette question.

Parmi les répondants (45%) qui ont dit engager des employés, on retrouve surtout des propriétaires de galeries, de boutiques et d'ateliers-boutiques.

GRAPHIQUE 11

PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE



La clientèle des entreprises paraît provenir surtout des Laurentides. Quoique quelques boutiques, ateliers-boutiques et galeries ont identifié qu'une partie de leur clientèle provient de l'extérieur du Québec.

PRODUCTION
ET PRODUITS
MÉTIER
D'ART

- Les artisans des Laurentides sont en grande majorité des professionnels d'expérience, qui produisent surtout des pièces uniques, une tendance également observée dans le milieu des métiers d'art au Québec. Ces pièces de création originale et de grande qualité se retrouvent dans les boutiques et les ateliers-boutiques des Laurentides.
- Des artisans de plusieurs familles en métiers d'art sont présents dans les Laurentides et proposent donc une diversité de produits et d'œuvres. Les principales familles (bois, verre, textile, métaux et céramique) sont également présentes au sein des boutiques et des ateliers-boutiques.
- Les organisations sont intéressées à connaître davantage les produits des artisans des Laurentides. Il est donc envisageable d'espérer une plus grande diffusion et disponibilité des produits régionaux dans le futur.
- La relève est presque inexistante et totalement absente dans plusieurs familles (métaux, textile, cuirs et peaux, autres). S'ajoutant au vieillissement des artisans d'expérience, ce manque de relève implique la possibilité de voir disparaître la pratique de ces métiers dans la région. La faible présence des artisans de la relève peut s'expliquer par le fait que ceux-ci doivent quitter la région pour suivre des formations professionnelles puisque aucune école de formation en métiers d'art n'est située sur le territoire des Laurentides. Aussi, les artisans en début de carrière occupent très souvent un autre emploi et ont, par conséquent, moins de temps à consacrer à leur production et à leur promotion. Ils sont donc plus isolés et difficiles à rejoindre.



- Le fait que la majeure partie de la production des artisans soit des pièces uniques implique plus la création que la production, ce qui a pour effet de restreindre le développement de l'employabilité et de compliquer la mise en marché (boutique, grossiste, cadeaux corporatifs). Les pièces uniques étant souvent dispendieuses, elles s'adressent à un marché moins accessible que celui des pièces en série.
- De façon générale, on note l'absence de regroupement et de partage d'atelier ou d'équipement qui autrement pourraient favoriser des économies d'échelle.
- Difficulté à trouver des matériaux de base dans les Laurentides.
- Les Laurentides comptent très peu d'entreprises (institutions) solidement établies.

SCOLARITÉ ET FORMATION

- Plus des 2/3 des artisans détiennent un diplôme post-secondaire.
- Nombreux artisans des Laurentides, étant des professionnels d'expérience, constituent une source de connaissances techniques (mentorat) à ne pas négliger.
- Intérêt des artisans à suivre des ateliers de perfectionnement, à enseigner leur métier et à partager leur art auprès des jeunes dans les écoles primaires et secondaires).
- 50% des artisans, même les plus âgés, ont suivi une formation dans leur métier.
- On constate l'absence d'école de formation spécialisée dans la région et la difficulté de trouver la formation spécialisée adaptée au niveau des artisans. Pour ces mêmes raisons, les artisans ayant suivi récemment des formations sont moins nombreux que ceux ayant manifesté des besoins de formation et de perfectionnement.

PROMOTION

ET MISE EN MARCHÉ

- Les artisans utilisent surtout la carte d'affaires pour faire leur promotion. Cet outil se prête aussi bien au réseautage qu'à la vente personnalisée (atelier, salon, commande).
- Près de la moitié des artisans adhèrent à des associations professionnelles. Ces associations offrent souvent de l'information, un réseau d'échange et des formations spécialisées.
- Les artisans ont un intérêt marqué pour l'augmentation de la promotion de leurs produits (vitrine, catalogue) et pour la création d'une table de concertation régionale qui permettrait de faire avancer la situation des métiers d'art.
- Les organisations ont aussi émis le souhait d'augmenter leur promotion et leur marché en faisant partie d'un répertoire ou d'un guide métiers d'art.
- L'offre diversifiée et la disponibilité des produits des familles du bois, de la céramique, du textile et des métaux dans les Laurentides représentent un atout lorsque vient le temps de faire la promotion et la mise en marché.
- L'intérêt manifesté par les propriétaires de boutiques pour le produit métiers d'art provenant des Laurentides laisse entrevoir la possibilité de développement pour l'avenir
- Région touristique et de villégiature par excellence, les Laurentides offrent certainement un potentiel de développement de marchés des plus intéressants.
- Faut de moyens et de ressources, la promotion et la mise en marché des artisans sont souvent limitées à leur réseau de contacts. Cela a pour effet de limiter grandement les occasions de faire connaître et de vendre leurs produits.

- Peu de présence des produits des Laurentides à l'extérieur du Québec, et ce, en raison du manque de ressources (organisation, argent et représentant) et de promotion.
- La vente des produits à partir de l'atelier d'artiste présente certaines difficultés pour l'acheteur si l'on considère la distance à parcourir et les heures de visites limitées (sur rendez-vous).
- La plupart des salons et des associations des Laurentides desservent la population locale et ne sont pas de niveau professionnel. Les artisans professionnels doivent donc se déplacer vers les grands centres pour participer à des salons ou des événements reconnus.
- À part l'événement estival la Route des arts du Grand Argenteuil, qui pendant dix jours propose un circuit de visites d'ateliers d'artisans, aucune promotion communale n'est faite entre les boutiques ou les ateliers-boutiques. Il s'avère donc plus difficile de repérer les endroits où il est possible de se procurer les produits des artisans des Laurentides.
- La vaste superficie du territoire des Laurentides freine les initiatives de regroupement d'artistes ou de boutiques.

SITUATION

ÉCONOMIQUE

- L'artisan privilégie la vente à partir de son atelier personnel ou de son atelier-boutique. Cette démarche diminue considérablement les coûts de mise en marché et représente un revenu net (sans intermédiaire).
- On remarque une forte présence des artisans des Laurentides au Salon des métiers d'art de Montréal. La vente de produits et d'œuvres dans le cadre de salons garantit habituellement une source de revenus importante pour l'artisan.

- En parallèle, l'artisan a recours à des sources de revenus par l'enseignement de son métier, la réalisation d'œuvres dans le cadre du Programme d'intégration de l'art à l'architecture et à l'environnement et les cachets d'exposition.
- Bien que peu nombreux, on constate que certains artisans gagnent des revenus convenables (40 000\$ et plus/ année) reliés à leur pratique en métiers d'art.
- Près de la moitié des organisations ont vu leur chiffre d'affaires augmenter au cours des dernières années.
- La principale clientèle des entreprises et des organisations à but non lucratif provient apparemment de la région. Nul doute quant au potentiel de la région au plan des métiers d'art.
- Les très faibles revenus obtenus par la pratique d'un métier d'art incitent les artisans à occuper un autre emploi, extérieur à leur pratique, et ce, même chez l'artisan à temps plein. Par conséquent, ces artisans sont pénalisés puisque le temps consacré à leur production et au développement de marchés s'en trouve limité.
- Plus de 50% des organisations n'ont pas d'employés.

ONCLUSION

La présence et la disponibilité d'une diversité de produits de grande qualité, l'intérêt des artisans, des boutiques et des ateliers-boutiques à renforcer et à augmenter leurs moyens de promotion, ainsi que l'existence d'un important marché touristique, font des Laurentides une région aux multiples possibilités de développement des métiers d'art.

Malgré la grande superficie du territoire qui ne facilite pas les rencontres et le fait que la réalité des artisans soit parfois bien différente selon les familles, la réalisation d'un projet structurant de mise en marché apparaît comme essentielle au développement des métiers d'art dans la région. En plus, un tel projet favoriserait le rapprochement des artisans, susciterait la création de liens entre la relève et les artisans d'expérience, encouragerait l'échange d'expertises et faciliterait certainement l'organisation de formations ou d'ateliers de perfectionnement spécialisé.

Les résultats du portrait soulignent l'immense potentiel des Laurentides au plan des métiers d'art. Or, il est important, et même urgent, que les artisans s'organisent et entreprennent des actions concertées pour faire reconnaître leur pratique et développer des avenues vers la rentabilité.



MÉTIER D'ART

Production d'œuvres 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 toute autre matière.

ARTISAN

PROFESSIONNEL

Tout artisan qui se déclare artiste ou artisan créateur professionnel en métiers d'art ;

- qui crée des œuvres pour son propre compte ;
- dont les œuvres sont exposées, produites, publiées, représentées en public ou mises en marché par un diffuseur ;
- qui a reçu de ses pairs des témoignages de reconnaissance comme professionnel en métiers d'art par une mention d'honneur, une récompense, un prix, une bourse, une nomination à un jury, sélectionné par un jury à un salon, ou toutes autres marques de même nature en métiers d'art.

ARTISAN À

TEMPS PLEIN

OU

ARTISAN À

TEMPS PARTIEL

Est considéré comme artisan à temps plein, celui dont la principale occupation est la pratique professionnelle de son métier. Un artisan à temps partiel consacre pour sa part une partie importante de son temps à la pratique professionnelle de son métier, en plus d'occuper un emploi dans un autre domaine.

ARTISAN DE LA RELÈVE

Artisan professionnel ou en voie de professionnalisation qui compte entre 2 et 5 années de pratique en métiers d'art.

FAMILLES

Les métiers d'art constituent un domaine culturel qui est généralement défini en fonction des familles de métiers: bois; métaux; céramique; textile; peaux et cuirs; verre; fibres ou autres matériaux.

ORGANISATIONS

Le terme «organisations» représente dans le présent portrait tout organisme, entreprise ou regroupement.



RÉFÉRENCES PHOTOGRAPHIQUES :

Marqueterie : Robert Pinard, Un coin de poésie, 2000

CŒuvre en verre : Donald Robertson, Catching, 1997

Tressage : Nathalie Levasseur, Suivre le flot, Haïku sur la rivière (oeuvre in situ réalisée au Japon), 2004

Panier : Nathalie Levasseur, Menhir, 1999

Oiseau en fer forgé : Pius Beck

Montre : Luci Veilleux, J'ai vu le temps passé... mais..., 2000

Pièces en céramique : Exposition 1001 pots

Lampe en étain : Atelier Bernard Chaudron