

**LA DIFFUSION
DES PRODUITS CULTURELS
DES COMMUNAUTÉS
CANADIENNES-FRANÇAISES**

Document préparé

par la Fédération culturelle canadienne-française

**en vue de la rencontre de travail
sur la diffusion des produits culturels**

le 9 mai 1996

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction	page 1
2. Problématique générale	page 1
3. Enjeux spécifiques	page 2
4. Priorités	page 4
5. Conclusion	page 5
Quelques sigles utilisés dans le document	page 6
ANNEXE 1 - Mise sur pied de mécanismes de distribution de produits culturels durables	page 7
ANNEXE 2 - Établissement d'infrastructures théâtrales et développement de mécanismes d'accueil de spectacles	page 9
ANNEXE 3 - Renouveau des réseaux de présentation de spectacles musicaux	page 11
ANNEXE 4 - Consolidation d'un réseau de galeries francophones	page 13
ANNEXE 5 - Obtention d'une couverture plus soutenue dans les médias	page 15
ANNEXE 6 - Développement d'un accès au marché de la francophonie canadienne et internationale	page 17
ANNEXE 7 - Consolidation et réseautage d'événements à caractère culturel (festivals et salons)	page 19

1. Introduction

La diffusion des produits culturels est depuis longtemps une préoccupation des communautés canadiennes-françaises, et ce sous deux aspects. L'accès à des produits culturels en français constitue d'abord une des clés de la vitalité culturelle de ces communautés. Le développement d'un marché pour des produits culturels y représente par ailleurs une condition essentielle pour assurer le maintien d'une communauté artistique vivante.

Cette double préoccupation a suscité depuis vingt ans une quantité impressionnante d'expériences et de réflexions: projets d'infrastructures, réseaux, regroupements de producteurs, campagnes de promotion, mais aussi colloques, forums, études de faisabilité et de marché.

Pourtant, et malgré cet investissement, force est de reconnaître que les conditions générales de la diffusion des produits culturels n'ont pas tellement changé dans les communautés. Face à l'essor, souvent remarquable, que la création et la production artistiques y ont connu durant la même période, la diffusion apparaît ainsi comme le maillon faible de leur développement culturel.

2. Problématique générale

La problématique de la diffusion n'est certes pas propre au Canada français. Partout, au Québec et ailleurs au Canada, en France ou en Europe, la situation de la diffusion inquiète et suscite des initiatives importantes. La Ministre québécoise de la Culture, Louise Beaudoin, le démontrait récemment, en affirmant dans une allocution publique que la diffusion serait la priorité de son Ministère au cours des prochaines années.

Face aux transformations que connaissent les marchés des produits culturels (industrialisation et mondialisation des marchés, création de conglomérats, concentration de la distribution, etc.), le développement de stratégies et de moyens efficaces de diffusion devient effectivement un enjeu capital pour l'avenir de la production et de la création (dans tous les domaines).

Les communautés canadiennes-françaises sont également confrontées à cet enjeu. Mais elles le vivent de façon encore plus aiguë compte tenu d'un certain nombre de handicaps traditionnels. On peut notamment évoquer:

- . la limite et l'éparpillement du marché: existence de petits marchés éloignés, masse critique insuffisante pour rentabiliser les activités;
- . l'absence de ressources financières, de source publique ou privée (la diffusion commande un investissement beaucoup plus considérable que la création et, dans certains cas, que la production);
- . le retard accusé dans les infrastructures: salles de spectacles inadéquates ou sous-équipées, petit nombre de théâtres et de lieux d'exposition;
- . le manque d'appuis institutionnels: accès limité aux grands médias (ex: SRC), absence de politiques culturelles ou de politiques d'achat (ex: gouvernements provincial et municipaux, établissements scolaires).

L'élaboration d'une stratégie ou d'un plan bien coordonné de développement de la diffusion des produits culturels apparaît donc, dans ce contexte, encore plus essentielle.

3. Enjeux spécifiques

Ceci étant, il apparaît impossible de traiter de la diffusion des produits culturels globalement. Chaque secteur ou chaque discipline connaît des problèmes particuliers qu'il importe d'identifier.

Une première distinction est généralement faite à cet égard entre les *produits durables* (livres, disques, vidéos) et les *arts vivants* (spectacles de théâtre et de danse, expositions), dont les modes de commercialisation et la forme des marchés sont bien différents. Mais il faut reconnaître qu'à l'intérieur même de cette classification, chaque discipline possède aussi ses caractéristiques propres, en termes de produits, de publics, de structures commerciales, etc.

Ces distinctions se reflètent dans les enjeux exprimés par les différents intervenants artistiques au Canada français. Le tableau suivant en résume les grands traits:

Discipline ou secteur	Forces	Faiblesses	Enjeux principaux
Littérature/ Édition	Plusieurs maisons d'édition Organisation nationale (RÉCLF) Expérience de commercialisation au Québec (représentant, distributeur unique)	Nombre limité de points de vente Faible notoriété des auteurs au Québec et à l'extérieur Faible visibilité médiatique	Organisation de la distribution domestique Consolidation de la présence au Québec et à l'international
Théâtre	Plusieurs compagnies bien établies Organisation nationale (ANTFHQ) Présence sur le marché scolaire	Manque d'infrastructures Réseaux de tournée pour adultes quasi-inexistants	Construction de salles Organisation de circuits de tournée pour adultes
Chanson/ Musique	Des exemples de réussites (vedettes) Plusieurs plates-formes (festivals) Initiatives récentes dans la distribution	Accès limité aux réseaux de tournée Faible représentation au palmarès Faible visibilité médiatique	Accès aux ondes (<i>tracking</i>) et aux émissions télé Consolidation de la distribution Partenariats avec les réseaux communautaires
Arts visuels	Calibre de la création Regroupements d'artistes	Petit nombre de galeries Absence de marché domestique Peu d'expérience dans l'international	Consolidation des galeries Développement de circuits d'expositions Ouverture sur l'international
Arts médiatiques	Plusieurs producteurs Regroupements d'artistes Présence de l'ONF	Faiblesse de la production Diffuseurs limités (SRC, TFO) Absence de circuits	Bonification des ententes avec les diffuseurs Création de circuits de présentation

4. Priorités

Les constats précédents amènent à prioriser sept dossiers - certains spécifiques à une ou quelques disciplines, d'autres plus génériques - qui pourraient cristalliser les actions entreprises dans le champ de la diffusion au cours des prochaines années.

Ces dossiers sont les suivants (sans ordre de priorité):

1. La mise sur pied de mécanismes de distribution de produits artistiques durables (livres, disques, vidéos) issus du Canada français.
2. L'établissement d'infrastructures théâtrales et le développement de mécanismes d'accueil de spectacles en salles.
3. Le renouvellement des réseaux de présentation de spectacles musicaux.
4. La consolidation d'un réseau de galeries francophones et le développement de possibilités d'échanges et de tournées d'expositions.
5. L'obtention d'une couverture plus soutenue des artistes canadiens-français dans les principaux médias francophones nationaux (ex: SRC, TV5, réseaux de l'ARC et l'APF).
6. Le développement d'un accès au marché de la francophonie nationale (Québec) et internationale.
7. La consolidation et le réseautage d'activités et d'événements à caractère culturel (festivals, salons) à l'échelle régionale et pan-canadienne.

5. Conclusion

Les solutions apportées à ces différents niveaux pourraient avoir un double impact sur le développement des communautés, en améliorant non seulement leurs conditions d'accès à la culture mais aussi leur capacité de participer à l'édification de cette culture, grâce à l'existence et au maintien d'une communauté artistique vivante.

Il s'agit donc là d'un enjeu très large qui justifie sans aucun doute l'importance de la démarche engagée dans le cadre de la concertation interministérielle et fait souhaiter que cette démarche débouche rapidement sur des résultats.

Quelques sigles utilisés dans le document

AAAPNB	Association des artisans et des artistes professionnels du Nouveau-Brunswick
AAS	Association des artistes de la Saskatchewan
ACCO	Assemblée des centres culturels de l'Ontario
ACELF	Association canadienne des enseignants de langue française
ANTFHQ	Association nationale des théâtres francophones hors Québec
APCM	Association des professionnel.le.s de la chanson et de la musique franco-ontariennes
APF	Association de la presse francophone
ARC	Alliance des radios communautaires
BRAVO	Bureau des regroupements d'artistes visuels de l'Ontario
CAC	Conseil des Arts du Canada
CPSC	Conseil provincial des sociétés culturelles
FCCF	Fédération culturelle canadienne-française
GNO	Galerie du Nouvel-Ontario
ONF	Office national du Film
RAM	Regroupement des arts médiatiques
RÉCLF	Regroupement des éditeurs canadiens de langue française
RNPCM	Regroupement des professionnel.le.s de la chanson et de la musique
TNO	Théâtre du Nouvel-Ontario
TPA	Théâtre populaire d'Acadie

ANNEXE 1

Mise sur pied de mécanismes de distribution de produits culturels durables

Problématique

- Il existe un petit nombre seulement de points de vente francophones où les producteurs de livres, de disques et de vidéos peuvent distribuer leurs produits dans les communautés francophones au Canada (une vingtaine de librairies, un disquaire). Ces points de vente sont par ailleurs souvent dans une situation financière précaire.
- Même quand ils sont présents dans ces points de vente, les producteurs canadiens-français de livres ou de disques ont de la difficulté à faire ressortir leurs produits: leurs livres ne représentent jamais qu'une petite fraction des étalages (et des ventes) des libraires; il en va de même des produits musicaux chez les disquaires.
- La situation est pire pour les vidéos qui ne cadrent vraiment pas avec ce que les magasins de vidéos ont habituellement en inventaire (achat ou location); ceux qui ont été produits avec la participation de l'ONF ont du moins la possibilité d'être distribués par son réseau.
- C'est pourtant sur leurs propres marchés que les producteurs canadiens-français devraient d'abord pouvoir compter pour vendre leurs produits. S'ils n'ont (même) pas cet acquis, il apparaît encore moins évident qu'ils puissent réussir à s'imposer sur des marchés extérieurs (voir fiche n° 6).

Enjeu

Mettre en place des mécanismes de distribution qui assureraient aux producteurs de livres, de disques et de vidéos de mieux rejoindre leurs propres marchés.

Initiatives récentes ou en cours

- Le regroupement des chansonniers acadiens a réussi à signer une importante entente de coopération avec la maison de distribution anglophone Atlantica Music, ouvrant aux chansonniers acadiens un important circuit de points de vente dans les Maritimes.

ANNEXE 2

Établissement d'infrastructures théâtrales et développement de mécanismes d'accueil de spectacles

Problématique

- Un dossier de longue date et qui a été abondamment documenté tant par l'Association nationale des théâtres francophones hors Québec (ANTFHQ) que par Théâtre Action (en Ontario).
- Origine: les réseaux traditionnels sur lesquels les théâtres s'appuyaient dans le passé ne sont plus, à l'exception peut-être de l'Acadie (réseau du Théâtre populaire d'Acadie), en mesure d'accueillir les productions théâtrales pour adultes - voir en Ontario les dernières expériences du Théâtre du Nouvel-Ontario.
- Le marché pour ces productions se situe davantage dans les grands centres où les théâtres sont pour la plupart situés. Or, à l'exception de quelques-uns qui sont logés dans un centre culturel (Cercle Molière, Théâtre la Seizième), presque aucun de ces théâtres ne peut se prévaloir d'une salle fixe (voir la campagne menée par l'ANTFHQ en 1993: *11 théâtres sans abri*).

Enjeu

Établir un réseau d'infrastructures permanentes qui non seulement aiderait les théâtres à développer localement leur public mais permettrait d'établir un certain circuit de tournée théâtrale dans les principaux centres urbains.

Initiatives récentes ou en cours

- Projets d'infrastructures: projets de création de deux centres théâtraux, à Sudbury (TNO) et Ottawa (consortium de trois théâtres et Théâtre Action); projets en marche également à Moncton (Centre Aberdeen) et à Caraquet (centre artistique) pour établir des équipements artistiques qui permettraient d'accommoder les besoins des compagnies locales de théâtre (Théâtre l'Escaouette, TPA). [De tous ces projets, le projet du Centre Aberdeen est pour l'instant le seul en opération.]

- Projets d'accueil: multiplication depuis quelques années des projets d'échange ou d'accueil de spectacles entre les compagnies; pour mention: le TNO à Moncton, le TPA à Vancouver, la Théâtre de la Vieille 17 à Sudbury et à Moncton...
- Création d'un circuit de tournée dans l'Ouest: à titre pilote, la collaboration des quatre compagnies de la région autour de la tournée d'un spectacle du Cercle Molière (*L'ampoule magique*, printemps 1995); une initiative conçue pour être reconduite.

Avenues envisagées

- Réalisation (prioritaire) des projets d'infrastructures présentement en chantier.
- Création d'un programme (ou d'un mécanisme plus systématique) d'aide à la tournée de spectacles en salles dans le réseau des compagnies francophones hors Québec.
- Reprise de projets pilotes de diffusion sur le modèle du projet du Cercle Molière dans l'Ouest ou sur la base d'un nouveau partenariat en Ontario (voir fiche n° 3).

Partenaires possibles

- Compagnies engagées dans la production de spectacles pour adultes et/ou dans des projets de salles, notamment: Théâtre l'Escaouette, TPA, compagnies d'Ottawa, TNO, Cercle Molière.
- Organismes théâtraux: ANTFHQ, Théâtre Action.
- Agences et ministères fédéraux touchant le financement d'infrastructures: ministère du Patrimoine (programme PIC), autres...
- Agences et organismes fédéraux reliés à la diffusion de spectacles: Centre national des Arts, CAC (Office des tournées).

ANNEXE 3

Renouvellement des réseaux de présentation de spectacles musicaux

Problématique

- La création de réseaux de spectacles a été l'une des premières initiatives des regroupements culturels organisés dans les communautés (voir les tournées organisées par la Fédération culturelle canadienne-française dans les premières années de son existence).
- La raison: les spectacles - et les spectacles de musique surtout - sont depuis toujours une manifestation privilégiée de la culture française dans les communautés (dimension populaire, fonction de rassemblement). Les organismes culturels se sont donc souvent préoccupés des moyens de faciliter l'organisation ou la venue de spectacles (objectif n° 1 des réseaux).
- Malgré cette nécessité, les réseaux de diffusion ont souvent fait face à de multiples difficultés. Beaucoup n'ont pas réussi à durer: Réseau Ouest, Agence Détour, Coordination artistique de l'ACCO. Ceux qui ont survécu sont souvent fragiles (ex: Réseau du CPSC au Nouveau-Brunswick) ou peu actifs (ex: Fédération des clubs sociaux en Ontario).
- Une difficulté principale: tous ces réseaux reposent sur des structures communautaires dont les composantes sont fragiles (fonctionnement principalement bénévole, peu de ressources financières, expérience limitée dans la production, etc.) et parfois très diverses (taille, ressources, équipements). Et ces réseaux ont rarement eu un financement adéquat.
- Une autre difficulté: le fait que les artistes aient été souvent exclus des réseaux et n'aient que rarement profité de leur organisation (au contraire, les réseaux ont été souvent perçus comme des mécanismes de *dumping* de spectacles venus d'ailleurs).

Enjeu

Établir des réseaux de diffusion qui puissent soutenir et encourager la présentation locale de spectacles, tout en apportant des solutions durables aux besoins des artistes et des communautés.

Initiatives récentes ou en cours

- Tentative de création d'un réseau (parallèle) de petites salles au Nouveau-Brunswick (CPSC). Le projet visait à établir un cadre adéquat de présentation d'artistes moins populaires (artistes locaux); il n'a toutefois pas obtenu le financement nécessaire. (Voir aussi le projet de la *Série acadienne*.)
- Reconstruction d'un réseau de diffusion de spectacles dans l'Ouest. En pourparler depuis quelques années, ce projet vise à établir une structure régionale d'appui aux présentateurs de spectacles, en matière d'organisation, de formation, etc.; la première phase du projet pourrait être la mise sur pied de réseaux provinciaux.
- Consortium d'organismes franco-ontariens (Théâtre Action, APCM, ACCO) visant à relancer l'idée d'un réseau provincial en Ontario, en collaboration avec les centres de théâtre, certains centres culturels et quelques écoles.
- *Les Coups de coeur francophones*: un réseau d'événements parti de Montréal et qui s'étend maintenant de Moncton à Vancouver, en passant par Toronto, Winnipeg, Régina et Edmonton. *Les Coups de coeur* veulent faire la promotion de la nouvelle chanson française, y compris des artistes canadiens-français.

Avenues envisagées

- Établissement ou consolidation de réseaux provinciaux (ex: Nouveau-Brunswick, Ontario, provinces de l'Ouest).
- Intégration ou coordination des réseaux à l'échelle régionale (ex: Ouest) et nationale; ou affiliation à une organisation existante (ex: Rideau).
- Élargissement du réseau des *Coups de coeur* et adaptation du concept à de plus petites communautés.

Partenaires possibles

- Représentants des différents réseaux constitués ou en projet: Conseil provincial des sociétés culturels (CPSC), consortium des organismes de l'Ontario (Théâtre Action, APCM, ACCO), Festival du Voyageur, etc.
- Agences et organismes fédéraux reliés à la promotion de la chanson: Musicaction, ministère du Patrimoine (programme PIC), CAC (Office des tournées)...

ANNEXE 4

Consolidation d'un réseau de galeries francophones

Problématique

- Un petit nombre seulement de galeries francophones (ou bilingues) à l'extérieur du Québec; à peine une dizaine en tout: Moncton et Péninsule acadienne (5), Ottawa (3), Sudbury et Winnipeg. Deux d'entre elles sont des regroupements d'artistes: la Galerie Sans Nom (Moncton) et la Galerie du Nouvel-Ontario (Sudbury).
- Ces galeries restent, dans bien des cas, la principale porte d'entrée des artistes sur le marché; elles sont également un lieu d'animation capital pour le développement de la création visuelle dans leur communauté.
- La plupart de ces galeries manquent cependant de moyens, sont maigrement équipées et doivent souvent compter sur le bénévolat des artistes pour fonctionner. Beaucoup d'entre elles vivent aussi l'effet de l'isolement et de l'éloignement.
- Les artistes qui gravitent autour de ces galeries se voient donc eux aussi limités dans leur rayonnement.

Enjeu

Permettre aux galeries francophones présentes dans les communautés de contribuer davantage à la circulation des artistes et des oeuvres qu'elles représentent.

Projets récents ou en cours

- Transformation de la Galerie du Nouvel-Ontario qui établit dans le Nord de l'Ontario une deuxième coopérative d'artistes sur le modèle de la Galerie Sans Nom (la GNO était antérieurement un programme du centre culturel francophone de Sudbury). Le financement de la Galerie reste cependant précaire.
- Projet (pilote) de tournée de trois expositions collectives à l'échelle du Canada et sur la scène internationale (projet initié par la FCCF). Des résultats en-deça des attentes (4 galeries participantes sur 80 galeries sollicitées) mais la création de liens nouveaux entre les galeries.

- Symposium des arts visuels à Toronto (mars 1996): une occasion de rencontres entre les galeries à l'échelle nationale.

Avenues envisagées

- L'initiation d'autres projets de tournée d'expositions s'appuyant davantage cette fois sur les galeries francophones (ex: échanges entre galeries, expositions conjointes...).
- La création d'une plate-forme nationale regroupant les galeries francophones présentes à l'extérieur du Québec et se donnant comme but premier le développement d'échanges et la coordination de tournées d'expositions.
- L'établissement de mécanismes de collaboration entre les galeries francophones et les associations d'artistes et certaines galeries québécoises ou de l'extérieur du Canada (voir les contacts établis à travers le projet de tournée de la FCCF).
- Utilisation de nouvelles technologies: production de CD-ROM sur les artistes et leurs oeuvres, création d'un site Internet permettant aux galeries francophones de s'afficher (sur le modèle de certains musées).

Partenaires possibles

- Représentants des galeries francophones et des associations d'artistes: AAAPNB (Nouveau-Brunswick), BRAVO (Ontario), AAS (Saskatchewan)...
- Agences et ministères touchant l'aide à la diffusion artistique: ministère du Patrimoine (programme PAM), CAC (Aide à l'exposition, Office des tournées), ONF.

ANNEXE 5

Obtention d'une couverture plus soutenue dans les médias

Problématique

- Rôle crucial des grands médias (*mass medias*) dans la sensibilisation et le développement du public (voir notamment le développement de la vie culturelle au Québec au cours des 30 dernières années).
- Malgré la présence de plusieurs médias, écrits et électroniques, les manifestations des artistes et de la création canadienne-française restent marginales. Les occasions offertes aux artistes sont trop ponctuelles, trop limitées, pas assez soutenues.
- Ce manque de visibilité médiatique est au coeur d'un cercle vicieux: pas de visibilité, pas de notoriété, donc pas d'intérêt médiatique, etc.

Enjeu

Créer les conditions qui permettraient aux communautés canadiennes-françaises d'être (comme ailleurs) exposées régulièrement à leurs artistes et à leur production.

Initiatives récentes ou en cours

- Différents projets des stations régionales de la SRC: émissions culturelles (ex: *Espace libre* en Ontario); captation d'événements (ex: festivals); etc.
- Participation de la SRC de Moncton dans plusieurs projets de films acadiens (voir, par exemple, *Les années noires* présenté aux *Beaux dimanches* de Radio-Canada).
- Projet de magazine culturel canadien-français: projet-pilote soumis à TfO/TV5.
- Plusieurs projets de collaboration avec les radios communautaires: capsules dramatiques (ARC/ANTFHQ), palmarès acadien et canadien-français (ARC/AAAPNB), programmation musicale continue (ARC/RNPCM).

Avenues envisagées

- Multiplication des liens et des occasions de collaboration avec les stations régionales de la radio et la télé de la SRC (partenariat autour de projets).
- Négociation d'ententes ou de projets de collaboration avec les réseaux de communication communautaires (poursuite des projets avec l'ARC, projets similaires avec l'APF).
- Négociation avec les grands médias électroniques (SRC, TV5) de politiques éditoriales et/ou de programmation susceptibles d'assurer une présence significative des artistes canadiens-français et de leurs oeuvres dans leurs émissions (programmation Réseau).

Partenaires possibles

- Représentants des différents secteurs artistiques.
- Réseaux de communication communautaires: Association de la presse francophone (APF), Alliance des radios communautaires (ARC).
- Grands médias francophones: SRC, TV5, TFO (Ontario)...

ANNEXE 6

Développement d'un accès au marché de la francophonie canadienne et internationale

Problématique

- La limite du marché canadien-français incite depuis toujours les artistes et les entreprises artistiques à s'ouvrir vers d'autres marchés, à commencer par le marché québécois mais aussi, et de plus en plus, le marché européen. Les chansonniers (nécessité oblige) ont sans doute été les premiers à ouvrir cette avenue mais ils sont aujourd'hui rejoints par la plupart des autres disciplines.
- La plate-forme qui se développe autour de la francophonie ouvre à cet égard de nouvelles possibilités, en encourageant des échanges accrus entre les communautés francophones et leurs marchés.
- L'accès à ces marchés n'est toutefois pas acquise. Au Québec même, les réalisations artistiques des communautés sont rarement connues. Cela est encore plus vrai au sein de la francophonie internationale où les joueurs sont plus nombreux et où les artistes canadiens-français ne peuvent compter comme d'autres (ex: les artistes québécois) sur des structures de promotion établies (ex: délégations à l'étranger, événements promotionnels, etc.).
- Quelques pas ont été faits ces dernières années avec la participation d'artistes canadiens-français à des événements d'envergure, tels CINARS, le Festival de théâtre des Amériques, le Midem, le Festival des francophonies de Limoges, etc. Mais la connaissance des artistes se limite encore trop souvent au milieu professionnel.

Enjeu

Mettre en place des mécanismes de promotion qui permettraient d'accroître la visibilité des produits artistiques canadiens-français au Québec et sur la scène internationale.

Initiatives récentes ou en cours

- Importante initiative du regroupement des éditeurs (RÉCLF) menée depuis plusieurs années en direction du marché québécois, comprenant notamment l'établissement d'un agent de commercialisation exclusif au Québec et la coordination de plusieurs programmes de promotion (ex: la *Quinzaine de l'édition canadienne-française*).
- Campagne de promotion au Québec des artistes canadiens-français faisant partie de la sélection des *Coups de coeur* de la chanson francophone (ex: article spécial dans la revue *Chansons*, lancements conjoints à Montréal, etc.).
- Organisation d'une mission en France pour créer un «couloir» d'échanges entre des galeries françaises et canadiennes-françaises (avril 1996).

Avenues envisagées

- Présence accrue à des occasions de promotion de portée nationale ou internationale, telles Rideau, CINARS, Midem, etc.
- Opération de rapprochements avec certains organismes de promotion québécois pour inclure les produits canadiens-français dans leurs présentations (voir certaines ententes antérieures d'éditeurs canadiens-français avec la SODEC).
- Multiplication, sur le modèle du RÉCLF, des modes directs de représentation au Québec et sur d'autres marchés (ex: postes de représentants, d'agents de presse, etc.).
- Création d'une maison de commercialisation (mission commerciale) représentant tous les secteurs de la production artistique canadienne-française et assurant la promotion des artistes canadiens-français au Québec et sur la scène internationale.

Partenaires possibles

- Représentants des différents secteurs artistiques (RÉCLF, RNPCM, ANTFHQ, RAM, Galeries).
- Ministère du Patrimoine canadien, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (Direction des affaires culturelles, Direction de la francophonie), CAC (Office des tournées).

ANNEXE 7

Consolidation et réseautage d'événements à caractère culturel (festivals et salons)

Problématique

- La vie culturelle dans les communautés est stimulée et enrichie par un certain nombre d'événements culturels orchestrés par la communauté. L'exemple par excellence: les festivals qui ont fleuri un peu partout au pays, autour de la Saint-Jean ou en d'autres occasions.
- Ces événements sont majoritairement centrés sur la présentation de spectacles (concept traditionnel des festivals). Mais ces dernières années ont vu se multiplier les initiatives dans d'autres domaines: le livre particulièrement (avec la disparition des salons de l'ACELF) et le film. Parmi les plus notables: les salons du livre d'Edmundston, de Toronto, de Winnipeg et de Vancouver, le festival du film de Moncton; à quoi s'ajoutent, dans l'Ouest, une série de salons itinérants touchant le livre et d'autres produits (Saskatchewan, Alberta).
- Également des événements qui ne sont pas exclusivement en français mais comprennent un volet francophone, comme certains Cinéfest (ex: Sudbury), Fringe et festivals de musique.
- En dehors des réseaux d'événements anglophones (Cinéfest, Fringe), la plupart de ces événements restent cependant coupés les uns des autres et bénéficient peu, ce faisant, de leurs expériences respectives. Au bénéfice d'une certaine indépendance, chacun reste ainsi sujet à faire face, seul, aux difficultés qu'il peut rencontrer.
- Conséquence: les nombreuses réussites qui marquent ce champ d'activités côtoient aussi un certain nombre d'échecs ou de déboires importants (voir l'histoire récente du Festival franco-ontarien).

Enjeu

Établir des mécanismes par lesquels les organisateurs d'événements culturels pourraient s'appuyer davantage et favoriser l'émergence d'événements semblables dans d'autres communautés (ex: salons du livre, festivals du film).

Initiatives récentes ou en cours

- Rencontres de concertation entre les grands festivals de la chanson.
- Concertation, dans l'Ouest, autour des projets de salons du livre (entente touchant notamment l'approvisionnement).
- Collaboration réalisée autour des Galas de la chanson avec le Festival de Granby (Québec).

Avenues envisagées

- Création d'une plate-forme nationale qui réunirait les organisateurs d'événements et leur permettrait d'échanger et d'établir des modes de collaboration.
- Coordination, sur le modèle des festivals Fringe ou Cinéfest, de «circuits» d'événements qui pourraient bénéficier d'une image commune et partager certains aspects de leur organisation (voir aussi le principe des *Coups de coeur* de la chanson et d'autres projets en gestation comme *Vues d'Afrique*, un festival de films africains).
- Développement de partenariats avec des événements parallèles ou complémentaires au Québec (voir l'expérience des Galas ou encore des *Coups de coeur*).

Partenaires possibles

- Représentants des principaux festivals et salons.
- Certaines structures homologues au Québec.
- Agences et ministères touchant l'aide à la diffusion artistique: ministère du Patrimoine, CAC (Office des tournées), ONF, Téléfilm, etc.