
PLANIFICATION
STRATÉGIQUE
∞
2019-2024

AGAF

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	3
1. BILAN DU DERNIER PLAN (2014-2019)	5
2. LES ENJEUX ACTUELS	11
3. VISION (2024)	13
4. AXES ET PRIORITÉS STRATÉGIQUES	13
5. PLAN D'ACTION	14

INTRODUCTION

Vingt ans plus tard...

Fondée officiellement en avril 2003, lors d'un colloque réunissant 80 personnes au Musée des beaux-arts du Canada, l'Association des groupes en arts visuels francophones (AGAVF) peut toutefois faire remonter sa création cinq ans plus tôt, en juin 1998, à Sudbury, en marge du Forum sur la situation des arts au Canada français, lors d'une rencontre organisée par la Galerie du Nouvel-Ontario qui consacrait le besoin d'une association franco-canadienne des arts visuels.

L'Association adoptait son nom définitif¹ six mois plus tard, à Moncton, lors d'une rencontre réunissant des représentants des principaux organismes d'arts visuels francophones au pays.

Cela fait donc en réalité 20 ans, et même un peu plus, que l'AGAVF – ou le réseau qu'elle incarne – affirme son existence et cherche à s'imposer dans le milieu des arts visuels pour faire valoir à la fois la spécificité des artistes et des organismes artistiques de la Francophonie canadienne et leur contribution dans l'espace artistique canadien.

La mission, adoptée lors de l'assemblée de fondation, exprime clairement cette intention :

« L'AGAVF énonce et diffuse une vision du développement du secteur des arts visuels de la Francophonie canadienne et en défend les enjeux et les intérêts auprès des instances gouvernementales, politiques et associatives. Par le biais de ses activités, elle agit comme catalyseur du secteur, permettant aux organismes franco-canadiens des arts visuels de se réseauter et de se professionnaliser en vue d'offrir des conditions optimales de création aux artistes de leur milieu. »

La mise sur pied de l'Association ne s'est pas faite, toutefois, instantanément. Après être demeurée pendant plusieurs années une structure relativement informelle, consacrant l'essentiel de ses ressources à l'avancement de projets rassembleurs (Échangeur I et II, Parallaxe, Brèches), c'est véritablement à partir de 2005, quand elle obtient notamment la reconnaissance du ministère du Patrimoine canadien (PCH) et peut se doter d'une direction générale (à temps partiel, puis à temps plein), que l'AGAVF prend vraiment son envol.

¹ Après avoir été provisoirement nommée le Regroupement des galeries et des centres d'artistes du Canada français.

Elle est alors animée par trois priorités : assurer le « positionnement » du secteur des arts visuels de la Francophonie canadienne (tant dans le milieu des arts visuels qu’au sein des communautés francophones), poursuivre et consolider le développement de son réseau et appuyer la professionnalisation de ses membres sur le terrain. À quoi s’ajoute une préoccupation sous-jacente : assurer la consolidation de l’Association et lui donner les moyens de réaliser ses ambitions.

Ces priorités étaient encore au cœur de la dernière planification stratégique (2014-2019), adoptée en février 2014. Bien qu’elles aient été reformulées – pour affirmer notamment une préoccupation plus large à l’égard du « développement du milieu » –, on les retrouve encore en filigrane des quatre axes qui structurent le plan. Un grand nombre des actions menées par l’AGAVF au cours des cinq dernières années restent ainsi dans le droit fil de la mission énoncée ci-haut.

Cette nouvelle planification (2019-2024) s’inscrit dans la même direction. S’appuyant elle aussi sur l’expérience et les réalisations de ces dernières années, elle vise beaucoup plus à élargir et consolider les actions de l’Association qu’à revoir leur orientation première. Tout en se montrant attentive aux changements qui peuvent affecter le milieu, cette planification reprend donc en grande partie les stratégies qui ont été engagées jusqu’ici, mais en cherchant à accroître leur impact et à établir aussi les moyens de les pérenniser à plus long terme.

1. BILAN DU DERNIER PLAN (2014-2019)

La dernière planification stratégique s'articulait autour de quatre axes stratégiques, faisant écho aux quatre grandes priorités de l'Association, soit :

- le positionnement du secteur : actions visant à « positionner » le secteur des arts visuels de la Francophonie canadienne dans l'écosystème des arts visuels au pays et à faire valoir sa contribution.
- la consolidation du réseau : actions visant à renforcer et agrandir le réseau de structures professionnelles soutenant l'activité en arts visuels au sein de la Francophonie canadienne.
- le développement du milieu : actions visant à élargir, quantitativement et qualitativement, le bassin de ressources artistiques présentes dans la Francophonie canadienne et favoriser leur rayonnement.
- le déploiement de l'organisme : actions visant à assurer à l'Association les moyens d'avoir plus de profondeur dans son action.

Même si l'action de l'AGAVF ne s'est pas portée également sur chacun de ces axes, on peut dire que chacun d'eux a fait l'objet de stratégies spécifiques qui ont mené à un certain nombre de réalisations marquantes.

Voici brièvement le bilan dressé par l'équipe et le conseil d'administration :

AXE 1 – POSITIONNEMENT DU SECTEUR

STRATÉGIES

ACTIONS / RÉALISATIONS

Élaboration du discours	L'AGAVF n'a pas tout à fait suivi le cheminement prévu, mais, en réaction à la crise créée par le PCH, a bougé vite et a travaillé son argumentaire en clarifiant notamment le rôle essentiel des arts visuels (artistes, organismes) dans les communautés francophones minoritaires.
Travail de représentation	Ce travail a été mené à tous les échelons et selon les stratégies envisagées (ex : rencontre des partenaires fédéraux, participation aux plateformes en arts visuels); l'AGAVF a également réussi à ce chapitre la relance du Groupe de travail en arts visuels.
Réseautage avec les pairs	L'AGAVF s'est efforcée d'être présente dans les différentes plateformes et les différents événements touchant les arts visuels, profitant de chacune de ces occasions pour se réseauter avec ses pairs anglophones; l'Association a aussi été très présente dans les instances de la Francophonie canadienne.
Promotion et visibilité	L'AGAVF a bien profité des occasions offertes par ARCA à Toronto (ARCCO) et à Charlottetown (Atlantis/ Flottille) pour se manifester et faire valoir l'importance et l'activité de ses membres; elle a été un peu moins performante dans des activités directes de promotion (outils promotionnels, site Web), mais a dû composer avec les ressources à sa disposition dans ce domaine.

AXE 2 – CONSOLIDATION DU RÉSEAU

STRATÉGIES

ACTIONS / RÉALISATIONS

Réseautage des membres	L'AGAVF a activement poursuivi la consolidation du réseau en profitant des forums et des a.g.a. ainsi que des tables provinciales pour créer des liens de complicité entre ses membres; la cohésion du réseau résulte directement de ces initiatives.
Projet de perfectionnement professionnel	L'étude commandée par l'AGAVF, en partenariat avec ARCA et le RCAAQ (Rapport Point de mire, également traduit en anglais) n'a pas permis d'aller chercher le financement espéré, mais dresse un « plan de match » détaillé pour le développement d'un programme de formation intégré à la programmation.
Appui organisationnel	Le programme « Coups de pouce » a continué de montrer son importance et son utilité; il vient s'élargir avec la nouvelle initiative « Coaching » que l'AGAVF a d'abord lancée à titre pilote, puis intégrée dans sa programmation.
Développement du réseau	L'AGAVF a continué ses démarches dans ce sens, en appuyant la mise sur pied de nouveaux membres : Constellation bleue (anciennement Existe) au N.-B., le collectif Sans-atelier en Saskatchewan et le collectif des artistes visuels de la Colombie-Britannique (lecollectif). L'Association a aidé le CAVA et la MDA à faire une transition à la direction (conduisant le CAVA à devenir membre actif); elle s'est aussi efforcée (avec moins de succès) d'appuyer les démarches du Trécarré en N.-É. et du Labo en Ontario.

AXE 3 – DÉVELOPPEMENT DU MILIEU

STRATÉGIES

ACTIONS / RÉALISATIONS

Réflexion sur la formation de base	La Table que l'AGAVF voulait mettre sur pied n'a pas été créée, mais l'idée reste bonne et on maintient la volonté de donner suite à cette initiative, qui pourrait notamment conduire à bonifier certains programmes existants (ex : Université de Saint-Boniface, Université Ste-Anne). On convient qu'il faudrait procéder graduellement, en entamant la discussion avec quelques personnes-clés.
Projets de formation et de médiation	L'AGAVF a piloté trois très bons projets, soit Parler d'art contemporain (Marie-France Beaudoin), L'Art visuel s'écrit (Serge Murphy) et Raconter nos histoires en art contemporain (Adriana de Oliveira) qui ont à la fois permis une sensibilisation du public à l'art contemporain (médiation) et rejoint (et stimulé) un nombre important d'artistes et de responsables d'organismes. Ces projets doivent se prolonger dans de nouvelles initiatives, comme un « Incubateur en commissariat ».
Développement d'outils	Les outils développés par l'AGAVF (La Liste, Quiquoicomment) semblent répondre à un besoin et être utilisés par les artistes. La possibilité de les élargir et de constituer à long terme une plateforme plus complète reste toutefois à discuter.
Appui à la mise en marche des artistes	Les deux forums organisés par l'AGAVF à Montréal (2015) et à Québec (2017) ont été très révélateurs. On croit qu'il faudrait maintenant aller une étape plus loin en mettant sur pied quelques initiatives concrètes (ex : faire circuler des commissaires dans des studios d'artistes, encourager des vitrines d'artistes à des foires internationales).

AXE 4 – DÉPLOIEMENT DE L'ORGANISME

STRATÉGIES

ACTIONS / RÉALISATIONS

Développement organisationnel	L'AGAVF a continué d'élargir et de consolider son membership (18 membres). Elle a aussi brillamment réussi à renouveler (et rajeunir) son C.A. Seule, la situation de la permanence n'a pas beaucoup changé (un poste), mais l'Association est allée chercher de nouvelles ressources (ex : Lise Beaudry) qui élargissent les compétences de l'équipe.
Communications	L'AGAVF a été un peu moins active à ce chapitre, en raison des faibles ressources à sa disposition. À part La Liste, qui continue de bien répondre aux besoins, l'Association n'a pas investi beaucoup dans ses communications virtuelles: site Web pas très actif et présence modeste dans les réseaux sociaux.
Financement	L'AGAVF a travaillé d'arrache-pied pour récupérer le financement qui lui avait été coupé par le Patrimoine canadien (15 000 \$). Elle a aussi profité des ouvertures qui se présentaient au CAO – et surtout au CAC – pour accroître son financement de base. Au total, elle est assurée d'un financement de base (d'environ 150 000 \$) pour les trois prochaines années.

EN RÉSUMÉ

- Le positionnement du secteur demeure certainement l'axe où l'AGAVF s'est la plus investie, en raison d'abord de son importance première, mais aussi en raison des événements politiques ou bureaucratiques qui ont secoué ces dernières années le secteur des arts et le milieu de la francophonie (ex : transformation du CAC, révision des politiques d'appui aux communautés de langue officielle).

Sans toujours obtenir les résultats espérés, l'Association a cependant accompli un important travail de fond et réussi, malgré tout, à réaliser plusieurs bons coups (voir les gains réalisés au plan du financement, tant au CAC qu'au Patrimoine canadien, et dans certaines provinces). Plus largement, on peut dire que les actions engagées ont renforcé la crédibilité de l'AGAVF et de ses membres et qu'elles permettent aujourd'hui une meilleure compréhension du secteur et une plus grande acceptation de ses besoins.

- La consolidation du réseau est aussi un axe où l'AGAVF a joué un rôle très actif au cours de ces dernières années. À travers ses actions de réseautage comme à travers ses programmes (ex : Coup depouce, Coaching) et ses appuis directs, l'AGAVF a contribué à renforcer la capacité de ses membres et à établir leur place auprès de leurs pairs. Tout ce travail se manifeste dans la force et la cohésion, toutes deux en croissance, du réseau et sa reconnaissance dans le milieu des arts visuels au pays.
- Le développement du milieu, un axe que la planification souhaitait approfondir, a fait également l'objet de plusieurs démarches. Même si les efforts de l'AGAVF y paraissent un peu plus inégaux que dans les autres axes, l'Association peut se vanter d'avoir réalisé plusieurs bons coups, notamment avec les projets de médiation artistique. Cet axe confirme aussi que l'AGAVF a raison de se porter à l'avancement du milieu artistique dans son ensemble, même s'il faut accepter que ses actions sont nécessairement limitées.
- Le déploiement de l'organisme, enfin, a également été marqué par plusieurs réalisations notables. Malgré une période tumultueuse (coupures au PCH et au CAO, fragilisation du financement au CAC), l'AGAVF semble ressortir des cinq dernières années plus solide que jamais. Parmi les gains réalisés, le plus important reste sans doute la consolidation du financement de base, réalisée conjointement par le rétablissement du financement du PCH, l'augmentation (même minime) du financement du CAO et l'accès au cours de la dernière année à un financement de fonctionnement au CAC. Mais d'autres signes de bonne santé organisationnelle méritent aussi d'être soulignés : renouvellement du C.A., participation active des membres et maintien d'une équipe solide et engagée.

2. LES ENJEUX ACTUELS

Face à ce bilan – qui montre bien la pertinence de l'AGAVF et la portée de ses actions –, il paraît important de prendre aussi en compte un certain nombre d'enjeux ou de préoccupations qui pourraient influencer (ou orienter) l'action de l'Association au cours des prochaines années. Ces enjeux ont aussi bien trait à l'environnement interne qu'à l'environnement externe de l'Association.

A/ L'ENVIRONNEMENT INTERNE

Le milieu des arts visuels de la Francophonie canadienne a connu ces dernières années des évolutions variables.

D'un côté, on peut percevoir une véritable effervescence, se manifestant à la fois :

- par l'émergence d'une nouvelle génération d'artistes s'inscrivant avec succès dans la mouvance canadienne et formant des « modèles » pour la génération suivante;
- par l'apparition de nouvelles structures dynamiques, notamment des collectifs (en Saskatchewan, en Colombie-Britannique et au N-B), démontrant la volonté – et la capacité – de renouveler le discours artistique dans les communautés francophones à travers le pays;
- par la consolidation, parallèlement, de structures établies ayant accès à de nouveaux financements ou de nouvelles installations (ex : Galerie d'art Louise-et-Reuben-Cohen à Moncton, Galerie Saw à Ottawa);
- et par le désir d'élargir les cadres actuels en mettant en place de nouvelles compétences (ex : commissariat, rédaction critique) ou de nouvelles occasions de création (ex : résidences).

De l'autre côté, on peut sentir dans certaines régions un problème de relève qui se traduit par un essoufflement des structures existantes. En Nouvelle-Écosse, par exemple, les difficultés que rencontrent la galerie d'art Le Trécaré et l'atelier La Manivelle à renouveler leur direction artistique rejaillissent sur la vitalité de ces structures. D'une façon différente, les défis financiers que connaît le Labo à Toronto mettent aussi en péril le rayonnement du centre au sein de la communauté artistique de la métropole.

Il est donc important que l'AGAVF soit sensible à toutes ces tendances, de façon à pouvoir répondre au désir d'avancement de ses membres, mais aussi à continuer d'apporter l'accompagnement nécessaire aux composantes plus faibles ou plus fragiles de son réseau.

B/ L'ENVIRONNEMENT EXTERNE

On peut constater là aussi certaines tendances opposées.

Dans le domaine du financement public, d'abord, la transformation récente des programmes du Conseil des arts du Canada – conjuguée à l'augmentation de ses budgets – ouvre manifestement de nouvelles opportunités aux artistes et aux organismes artistiques de la Francophonie canadienne (ex : accès aux programmes réguliers, accès au Fonds numérique). On peut toutefois s'inquiéter, à l'inverse, de la tendance de plusieurs gouvernements provinciaux (ex : en Ontario, au N.-B.) à couper dans les programmes des conseils des arts et les aides accessibles aux artistes.

Dans le domaine des langues officielles, on peut là aussi voir une ouverture dans le nouveau Plan d'action pour les langues officielles, non seulement à travers les programmes qu'il reconduit (ex : FACC, Stratégie d'accès aux marchés), mais aussi les nouvelles mesures qu'il contient, comme les micro-subsidies destinées aux projets de médiation dans les écoles. Encore reste-t-il à voir comment le secteur artistique – et le secteur des arts visuels en particulier – va pouvoir en bénéficier. La vigilance de l'AGAVF – et de son réseau – va donc être de mise pour s'assurer que les arts visuels ne seront pas absents de ces mesures, mais seront reconnus dans la « logique du développement » des communautés de langue officielle.

Enfin, le milieu des arts visuels connaît lui-même un certain nombre de remous qui pourraient transformer l'écosystème actuel dans les prochaines années. Par exemple, le concept (en vogue) des « hubs créatifs » esquisse une nouvelle forme d'organisation qui pourrait à terme redéfinir le rôle des centres d'artistes, au cœur de la stratégie de développement des arts visuels depuis une quarantaine d'années. Peut-être moins médiatisés, d'autres dossiers tendent aussi à agiter actuellement le milieu, comme la question des droits de suite (portée par CARFAC), le développement du numérique, le dossier de l'édition en arts, les festivals de performances (et leur accès aux aides publiques), l'ouverture de nouveaux programmes à l'international, etc.

Au final, il paraît important que l'AGAVF puisse, au cours des prochaines années, manœuvrer à travers toutes ces tendances, pour réussir à se positionner – et positionner son réseau – le plus favorablement possible, de façon à tirer le meilleur parti des conditions porteuses, tout en minimisant, par ailleurs, l'impact des menaces possibles.

3. VISION (2024)

Les observations précédentes amènent à adopter la vision suivante :

« En 2024, l'AGAVF se présente comme un réseau efficace dans le secteur des arts visuels au Canada, qui assure aux artistes et aux organismes (centres d'artistes, galeries et associations) de la Francophonie canadienne une reconnaissance de leurs pairs, des institutions clés de la discipline et des bailleurs de fonds. À travers un éventail d'activités pertinentes et innovantes, l'Association vient soutenir l'écosystème des arts visuels dans la Francophonie canadienne et est même un parangon pour d'autres réseaux artistiques au pays. Elle s'illustre aussi par la cohésion de son réseau, l'efficacité de sa structure, la qualité de ses partenariats et l'engagement et le renouvellement de son leadership. »

4. AXES ET PRIORITÉS STRATÉGIQUES

Reflétant cette vision, quatre priorités stratégiques cristalliseront l'action de l'AGAVF au cours des cinq prochaines années :

1. Le positionnement du secteur : Confirmer le positionnement du secteur des arts visuels de la Francophonie canadienne dans l'écosystème des arts visuels au pays; et concrétiser des appuis plus importants pour son développement.
2. La consolidation du réseau : Renforcer et agrandir le réseau de structures professionnelles (centres d'artistes, galeries, associations d'artistes et autres) qui soutiennent l'activité en arts visuels au sein de la Francophonie canadienne.
3. Le développement du milieu : Élargir, quantitativement et qualitativement, le bassin de ressources artistiques (artistes, commissaires, auteurs, gestionnaires des arts, etc.) présentes dans la Francophonie canadienne et favoriser leur rayonnement.
4. Le déploiement de l'organisme : Renforcer la capacité de l'organisme à assurer le rayonnement du secteur.

5. PLAN D'ACTION

Voici, à la lumière de ces priorités, comment s'articule le plan d'action de l'AGAVF pour les cinq prochaines années :

AXE 1 – Positionnement du secteur

Objectif : Confirmer le positionnement du secteur des arts visuels de la Francophonie canadienne dans l'écosystème des arts visuels au pays; et concrétiser des appuis plus importants pour son développement.

Résultats visés :

1. Peaufiner le discours justifiant le soutien de l'activité en arts visuels de la Francophonie canadienne.
2. Faire reconnaître par les pairs (centres d'artistes, associations d'artistes, organismes professionnels, associations, etc.) l'existence et la valeur d'un réseau d'arts visuels ayant sa propre dynamique au pays.
3. S'assurer d'aller chercher une part équitable des nouveaux fonds accessibles au sein des agences fédérales (ex : Conseil des arts du Canada, Patrimoine canadien) et des agences provinciales pour les organismes et les artistes visuels actifs au sein de la Francophonie canadienne.
4. Être perçu comme un acteur à l'international.

STRATÉGIES

MOYENS (ACTIVITÉS)

1. Articulation du discours	a) Mettre à jour un portrait, documenté et chiffré, du secteur des arts visuels de la Francophonie canadienne, faisant notamment état de son importance et de ses succès. (Ce portrait pourrait être réalisé à partir de différentes recherches existantes, dans la foulée du 20e anniversaire de l'Association.) b) Voir comment aménager le discours de l'AGAVF pour l'intégrer dans le discours ambiant (ex : le cadre stratégique du « Canada créatif » mis de l'avant par le ministère du Patrimoine canadien). c) Fournir aux membres des outils leur permettant de reprendre les arguments articulés dans ce discours.
-----------------------------	---

STRATÉGIES

MOYENS (ACTIVITÉS)

<p>2. Travail de représentation</p>	<p>a) Participer activement aux principales plateformes représentant les arts visuels (ex : Alliance pour les arts visuels, ARCA) et/ou les arts et la culture de la Francophonie canadienne (ex : réseau FCCF); et s’y faire le porte-parole des enjeux du secteur.</p> <p>b) Tenir une rencontre annuelle du Groupe de travail (GT) sur les arts visuels.</p> <p>c) Entretenir des liens étroits avec les différents partenaires fédéraux réunis à cette table et faire le suivi avec eux sur les dossiers courants (priorisés par le GT).</p> <p>d) Accompagner les membres dans certaines activités de représentation à l’échelle provinciale (ex : en Ontario, au N.-B.).</p>
<p>3. Positionnement dans des enjeux (dossiers) spécifiques</p>	<p>a) Faire front commun avec les organismes en arts visuels sur les enjeux actuels du secteur (ex : droits de suite avec CARFAC, édition de l’art avec ARCA, marché de l’art avec VAAAAY).</p> <p>b) Participer à la conception de nouvelles initiatives découlant du Plan d’action sur les langues officielles (ex : dossier Langue-Culture-Art-Éducation), en collaboration avec les membres de la FCCF.</p>
<p>4. Actions de visibilité (rayonnement)</p>	<p>a) Créer des occasions de visibilité en marge des rencontres des membres et/ou à l’occasion de délégations des membres à des rencontres nationales en arts visuels (ex : sur le modèle de Charlottetown avec les membres de l’Atlantique, obtenir une participation à la conférence de Calgary avec Réseau N.O.).</p> <p>b) Profiter du 20^e anniversaire de l’Association pour faire valoir l’importance de l’AGAVF et de son réseau.</p> <p>c) Imaginer des actions dirigées vers l’international (par ex : délégations, vitrines, présence à des festivals) en collaboration éventuelle avec d’autres organismes (ex : SPAASI, RCAAQ).</p>

AXE 2 – Consolidation du réseau

Objectif : Renforcer et agrandir le réseau de structures professionnelles (centres d'artistes, galeries, associations d'artistes et autres) qui soutiennent l'activité en arts visuels au sein de la Francophonie canadienne.

Résultats visés :

1. Renforcer le dynamisme et la cohésion du réseau existant.
2. Améliorer la capacité professionnelle des membres.
3. Permettre l'émergence de nouvelles structures, notamment dans les régions où il n'en existe pas encore.

STRATÉGIES

MOYENS (ACTIVITÉS)

1. Animation et développement du réseau	a) Organiser des forums thématiques offrant aux membres l'occasion de réfléchir ensemble sur des enjeux communs (ex : diffusion, commissariat). b) Concerter les membres en marge d'événements majeurs en arts visuels. c) Animer des tables de concertation provinciales ou régionales sur des enjeux pertinents (Table Ontario, Table N.-B., Table de l'Ouest) et appuyer les initiatives de ces tables (ex : Connexions visuelles en Ontario, Réseau N.O. dans l'Ouest). d) Offrir une assistance à des groupes émergents (ex : documentation, mentorat) dans les régions où il n'existe pas ou peu de structures professionnelles. e) Nouer des liens avec des organismes existants qui ne sont pas membres actuellement (ex : galerie Colline à Edmundston, galerie de l'USB à Saint-Boniface). f) Rester à l'affût d'autres initiatives qui pourraient enrichir le réseau.
2. Professionnalisation	a) Organiser des délégations des membres à des colloques importants sur des questions qui touchent les arts visuels (ex : conférence biennale d'ARCA). b) Développer le volet « Coaching » en complément du programme Coup de pouce. c) Faciliter l'accès des membres aux formations offertes par des organismes partenaires (ex : RCAAQ, ARCA). d) Mettre en œuvre un projet-pilote en commissariat.

STRATÉGIES

MOYENS (ACTIVITÉS)

	<p>e) Continuer de concevoir des projets en partenariat (ex : relancer le projet Viva! Art Action, développer un projet avec Arttexte dans la foulée du projet pilote engagé en Saskatchewan).</p> <p>f) Engager une conversation sur les conditions de travail offertes par les membres (à l'appui des réflexions lancées par le CRHSC et le RCAAQ notamment).</p>
3. Partage d'information	<p>a) Documenter les collaborations réussies entre les membres (en faire état dans l'Infolettre).</p> <p>b) Demander aux membres de relayer davantage l'information diffusée par l'AGAVF au sein de leur propre réseau (pour rejoindre les membres des membres).</p> <p>c) Chercher à exploiter davantage les ressources internes du réseau en créant une banque de ressources.</p>

AXE 3 – Développement du milieu

Objectif : Élargir, quantitativement et qualitativement, le bassin de ressources artistiques (artistes, commissaires, auteurs, etc.) présentes dans la Francophonie canadienne et favoriser leur rayonnement.

Résultats visés :

1. Assurer un meilleur accès à des formations de base dans les communautés francophones du Canada.
2. Dynamiser la pratique et mettre les artistes de la Francophonie canadienne en contact avec les acteurs clés de l'art contemporain (artistes, commissaires, critiques, etc.).
3. Mettre en valeur les artistes de la Francophonie canadienne et assurer le rayonnement de leur travail (ex : écrits, vitrines, circulation).

STRATÉGIES

MOYENS (ACTIVITÉS)

1. Formation de base	a) Initier la création d'une table de concertation sur la formation de base en arts visuels, en cherchant l'appui de personnes clés dans les départements d'arts visuels des universités de la Francophonie canadienne (ex : Université d'Ottawa, Université de Moncton, Université de Saint-Boniface). b) Explorer des arrimages possibles avec des départements d'arts visuels de ces universités (ex : échanges, stages). c) Explorer des collaborations possibles avec d'autres lieux de formation au Québec (ex : UQÀM).
2. Développement professionnel	a) Engager des initiatives majeures visant à outiller le milieu sur la pratique en art contemporain (ex : « Faire vibrer la communauté à l'art contemporain », dans la suite des projets « L'art visuel s'écrit » et « Raconter des histoires en art contemporain »). b) Poursuivre des activités de développement de l'écriture (en français) sur le modèle de Canadian Art et en collaboration avec des revues francophones ou bilingues, comme Esse. c) Mettre en place des collaborations avec des associations d'artistes visuels et/ou des organismes culturels provinciaux ou territoriaux (réseau FCCF) autour de projets de médiation culturelle.

STRATÉGIES

MOYENS (ACTIVITÉS)

	<p>d) Appuyer des initiatives de diffusion ou de mise au marché novatrices mettant en contact les artistes de la Francophonie canadienne avec les représentants du « Main Stream », tant au Canada qu'à l'international (ex : cibler des commissaires qu'on inviterait à se déplacer, organiser une vitrine dans des événements internationaux).</p> <p>e) Documenter – et partager – les initiatives qui ont été menées sur le terrain.</p>
3. Ressources professionnelles	<p>a) Maintenir les outils existants : La Liste, Quiquoicomment.</p> <p>b) Poursuivre le développement de guides (ex : « Parlons d'art contemporain », « L'art visuel s'écrit », projet de médiation en art contemporain), en favorisant la production d'outils numériques (ex : podcast, webcast) qui peuvent être diffusés plus facilement et largement que des documents publiés.</p> <p>c) Regrouper et mettre en valeur tous ces outils en créant un coin « Ressources » sur le site Web de l'Association.</p>

AXE 4 – Déploiement de l'organisme

Objectif : Renforcer la capacité de l'organisme à assurer le rayonnement du secteur.

Résultats visés :

1. Maintenir l'engagement des membres dans le fonctionnement de l'Association.
2. Accroître les ressources humaines et financières accessibles à l'Association.
3. Mettre en place des moyens de communication plus complets et plus efficaces.

STRATÉGIES

MOYENS (ACTIVITÉS)

1. Gouvernance	a) Poursuivre la réflexion sur le membership, afin de pouvoir accueillir des structures qui élargiraient le rayonnement de l'Association (ex : structures bilingues). (Cette réflexion pourrait être menée notamment au sein des tables régionales.) b) Assurer une participation active des membres sur le conseil d'administration de l'Association. c) Mettre à jour le manuel des politiques internes en fonction des nouvelles règles d'éthique qui s'imposent aux organismes artistiques et culturels (voir le CRHSC, « Des milieux de travail respectueux dans les arts »).
2. Ressources humaines et financières	a) Profiter des augmentations des budgets de certains programmes gouvernementaux (ex : CAC, Plan d'action sur les langues officielles) pour consolider le financement de base affecté aux opérations et à la programmation. b) Explorer des scénarios qui permettraient d'augmenter les ressources humaines attachées à la direction générale (ex : différents postes contractuels, 2 ^e poste permanent). c) Préparer et réaliser la transition à la direction générale avant l'échéance de ce plan. d) Identifier une solution à moyen/long terme pour l'archivage des documents de l'Association, en la combinant peut-être à un projet de recherche.

STRATÉGIES

MOYENS (ACTIVITÉS)

3. Communications	<p>a) Trouver les moyens d’animer le site Web de l’Association.</p> <p>b) Créer une Infolettre mensuelle qui permettrait de partager les nouvelles courantes avec les membres.</p> <p>c) Profiter du 20^e anniversaire pour produire divers outils promotionnels (ex : banderole, dépliant, slogan) soulignant le travail de l’Association et la vitalité de son réseau.</p> <p>d) Profiter aussi de cet anniversaire pour faire parler de l’AGAVF à travers les médias et s’assurer une présence médiatique à plus long terme.</p>
-------------------	---

CONCEPTION ET RÉALISATION

Conseil d'administration

Rémi Belliveau

Zoé Fortier

Nisk Imbeault

Mathieu Léger

Dominique Rey

Tam-Ca Vo-Van

Direction générale

Lise Leblanc

Rédaction

Marc Haentjens

Mise en page

Annie Lafleur

AGAF

ASSOCIATION DES GROUPES EN ARTS VISUELS FRANCOPHONES