

Octobre 2014

Note socio-économique

Le travail des artistes au Québec est-il payé à sa juste valeur ?

Le monde de la culture québécoise, comme secteur d'activités sociales, joue un rôle central dans le renouvellement, la vitalité et le rayonnement des spécificités culturelles de la francophonie dans le contexte nord-américain. Comme industrie à vocation également économique, il offre une chance aux artistes d'ici d'exprimer leur créativité, tout en participant directement à la prospérité du Québec. Pourtant, malgré sa richesse et sa profusion, le monde de la culture semble aller de crise en crise : on le somme de s'adapter aux besoins du marché du divertissement, le gouvernement fédéral coupe le portefeuille servant à en soutenir les activités sous prétexte de compressions budgétaires¹ et le gouvernement du Québec réduit de 20 % les crédits d'impôt, dont ceux liés à la culture. Dans cette note socio-économique, nous étudierons les conditions d'emploi des artistes et artisan·e·s du milieu audiovisuel francophone québécois et leurs réalités du marché de l'emploi afin d'évaluer de quelle manière la précarité s'est normalisée comme condition de travail dans ce secteur de l'industrie.

L'industrie culturelle : quelques repères

Les mutations technologiques et le caractère fluctuant des niveaux d'aide financière provenant des différents ordres de gouvernement posent un certain nombre de défis auxquels l'industrie doit faire face², que ce soit l'amélioration des conditions socio-économiques des artistes, la rentabilité économique des

projets ou les nouvelles plateformes de diffusion, dont Internet. L'industrie culturelle est donc un secteur d'activité aux problématiques bien spécifiques. Il n'en demeure pas moins que l'apport économique de l'industrie de la culture demeure important au niveau macroéconomique.

La dimension économique de ce secteur se manifeste dans l'attention nouvelle qu'y prêtent des organismes d'étude et de prévisions statistiques et économiques. En septembre 2014, Statistique Canada a même produit un premier document de recherche³ afin de mesurer le poids des domaines de la culture et du sport au sein de l'économie canadienne. La fusion statistique de ces deux secteurs (culture et sport) engendre un portrait qui n'est pas exclusif à la culture et nécessite une certaine prudence analytique pour ne pas généraliser les données qu'au secteur de la culture. Mais, comme nous allons le voir, les résultats sont pour le moins éloquentes et nous incitent à approfondir notre compréhension de ce secteur d'activité.

Afin de présenter une vision d'ensemble de l'industrie au Canada, il importe de rappeler brièvement certaines données phares relatant son poids économique.

- En 2010, le produit intérieur brut (PIB) des industries culturelles (il faut noter que ces données incluent d'autres secteurs que celui de la culture, dont le sport) s'est établi à 53,2 milliards de dollars, ce qui représente 3,4 % du PIB total.
- De ce total, 40,7 milliards sont directement liés au secteur de la culture tandis que 12,5 milliards sont liés à d'autres secteurs (le sport notamment).
- Ce secteur d'activité employait en 2010 704 000 personnes, soit 4,0 % des emplois totaux.
- C'est donc dire que la part de l'emploi liée à l'industrie culturelle excède sa participation directe à la croissance économique. C'est-à-dire que sa part des emplois totaux est plus grande que sa part du PIB.

L'apport économique de l'industrie n'est donc pas marginal. Bien que des données aussi détaillées que celles du Canada ne soient pas disponibles pour le Québec⁴, on peut présumer que la situation québécoise ne s'éloigne pas de cette tendance. C'est particulièrement vrai compte tenu de l'importance de la production cinématographique et télévisuelle québécoise.

Cependant, les réalités du marché de l'emploi du milieu culturel et les conditions de travail de ses artistes sont très peu documentées sur le plan statistique et les statistiques sont rarement mises à jour. Les chiffres les plus détaillés et récents proviennent d'une étude réalisée en 2004 (analysant les données de 2001) à la demande du ministère de la Culture et des Communications⁵. Il s'agissait de présenter sommairement les conditions socio-économiques des gens œuvrant dans le secteur de la culture. Les données qui y sont colligées sous la catégorie « artistes » offrent certaines balises permettant de mieux saisir la réalité de ce secteur de travail :

- « La proportion des artistes ayant un revenu d'emploi (salariés) représente 60,5 % de la population à l'étude en 2001 ;
- paradoxalement, 62 % des artistes déclarent des revenus de travail autonome comparativement à l'ensemble des contribuables québécois, qui ne sont que 8,7 % dans la même situation ;
- ces chiffres démontrent que 33,4 % des artistes déclarent à la fois des revenus d'emploi et des revenus de travail autonome ;
- par ailleurs, 28,7 % des artistes déclarent uniquement un revenu de travail autonome (aucun revenu d'emploi), alors qu'à l'inverse 27 % des artistes ont uniquement un revenu d'emploi (aucun revenu de travail autonome) ;
- près de 11 % des artistes perçoivent des prestations d'assurance-emploi, un taux supérieur au taux de chômage au Québec (8,7 % pour l'année de référence)⁶. »

Toutefois, ces données, en plus de dater, ne nous permettent pas de distinguer les enjeux spécifiques liés à la situation des travailleuses et travailleurs du secteur de la production audiovisuelle. Puisque les données recueillies le sont dans le cadre des statistiques fiscales du gouvernement du Québec, la nature des sources de revenus est inconnue, c'est-à-dire qu'il n'est pas possible de distinguer dans les données de ce document si un revenu d'emploi (salarié ou autonome) correspond à un travail lié au secteur d'activité culturelle. De plus, ces données ne faisant pas état du sous-secteur d'activité auquel participe l'artiste, il n'est pas possible d'isoler, pour l'analyse, les artistes de l'audiovisuel. Les données existantes ne permettent donc pas de dresser un portrait précis de l'apport économique des artistes du secteur de l'audiovisuel au Québec.

MÉTHODOLOGIE DU SONDAGE

C'est dans ce contexte que l'IRIS a mené une consultation auprès des professionnel-le-s du secteur de l'audiovisuel. Le questionnaire a été envoyé à l'ensemble des membres de plusieurs associations du secteur de l'audiovisuel (SARTEC, UDA, GMMQ, ARRQ, SPACQ et AQTIS⁷), couvrant ainsi une part importante des pratiques artistiques et médiums de diffusion de la culture liés à l'audiovisuel. Par conséquent, la catégorie statistique « artiste de l'audiovisuel » que nous utilisons dans cette note de recherche diffère de la catégorie « artiste » précédemment présentée. Ce que nous nommons « artiste » inclut, sans être exhaustif : des réalisateurs et réalisatrices, des auteur-e-s, des musicien-ne-s, des acteurs et actrices, des technicien-ne-s, etc. Ainsi, dans cette note, lorsque nous utilisons le terme « artiste », nous faisons référence aux artistes et artisan-e-s de l'audiovisuel et non à l'ensemble des artistes.

La sélection des répondant-e-s ne s'est pas effectuée selon une méthode probabiliste. La raison principale de ce choix méthodologique tenait au temps de réponse relativement long du questionnaire (entre 30 et 45 minutes), ce qui engendre normalement un taux de rétention⁸ des répondant-e-s plus bas que la normale. La conséquence directe d'un bas taux de rétention

est la nécessité de déterminer un échantillon proche du nombre total de la population sondée. C'est ce que nous avons fait en envoyant le questionnaire à l'ensemble de la population sondée. Puisque le sondage n'est pas probabiliste, nous ne pouvons en inférer une prétention statistique de représentativité de l'ensemble de la population des artistes du secteur. Par contre, puisqu'un peu plus de 400 personnes ont répondu à la consultation, un échantillon aléatoire nous aurait permis d'obtenir une marge d'erreur de plus ou moins 5 % 19 fois sur 20. L'intérêt de la consultation et des réponses reçues se trouve cependant à un autre niveau. Puisque l'apport économique des artistes et l'organisation du travail du secteur de l'audiovisuel demeurent peu documentés, cette consultation établit un portrait inédit de certaines tendances et problématiques présentes dans ce domaine. Ainsi, si les données ne peuvent être transposées avec une certitude statistique sur l'ensemble de la population, le nombre de répondant-e-s arrive par contre à mettre en lumière certaines tendances. À moins d'un avis contraire, les données analysées dans cette note proviennent de ce sondage. De plus, les données concernant les projets sont présentées et couvrent une période de deux ans. Ce choix est déterminé par la nature de l'organisation du secteur. Puisque le secteur de l'audiovisuel offre la possibilité de projets pouvant durer plus d'un an et que les alternances de travail y sont importantes, il était nécessaire d'établir une période d'étude plus longue qu'une seule année pour pouvoir offrir un portrait plus juste de la situation du travail dans le secteur.

Dans cette note socio-économique, nous parlerons surtout de l'organisation atypique du travail vu son fort potentiel de créer des conditions de travail précaires. Cette précarité n'est pas qu'économique, elle réfère également à l'instabilité de l'emploi pour les artistes du domaine de l'audiovisuel. De plus, cette structure du travail, qui est pourtant la norme dans ce secteur, oblitère de l'équation l'investissement monétaire et en temps des artistes au dynamisme économique de l'industrie de l'audiovisuel. Trois éléments sont analysés ici. Dans un premier temps, nous exposons la situation du travail atypique, voire précaire, du secteur de l'audiovisuel sous la forme d'une « course aux contrats » et aux emplois multiples. En deuxième lieu, nous étudions la question des revenus, qui, malgré la vitalité économique du secteur, ne sont pas tellement plus élevés que ceux du reste de la population. Le dernier aspect analysé est le travail invisible effectué dans le milieu de l'audiovisuel qui contribue d'ailleurs au dynamisme économique du secteur.

La course aux contrats et les emplois multiples

Depuis plusieurs années, la sociologie du travail a mis en exergue une mutation de l'organisation du travail qui se décline souvent en situations d'emploi atypique ou précaire⁹. « Selon le modèle d'emploi typique, un travailleur relève d'un employeur,

travaille à longueur d'année et à temps plein dans les locaux de l'employeur¹⁰. » Le travail atypique implique le travail à temps partiel (peu importe les raisons pour sa pratique), le travail autonome et contractuel, l'occupation simultanée d'emplois multiples, etc. En 2009, au Québec, 37,2 % de la population en général affirmait se trouver dans une situation atypique de travail¹¹. Souvent documentée comme créant une propension plus grande à la vulnérabilité économique¹², nous allons voir que la question du travail atypique dans le secteur de l'audiovisuel est la norme. Ce faisant, ce secteur a de fortes probabilités de générer une situation de précarité chez ses artistes.

Un premier phénomène qui émerge de notre enquête sur l'instabilité du travail dans le secteur de la production audiovisuelle est la tendance à la « course aux contrats ». Afin d'assurer leur survie matérielle, les travailleuses et travailleurs n'ont d'autre choix que de systématiquement courir d'un projet à l'autre, ce qui les expose à des périodes de travail intensives, souvent suivies de périodes de chômage. À cette dynamique s'ajoute le cumul des emplois, second phénomène observé auprès des professionnels·les du milieu. Pour contourner les effets de la précarité en emploi, plusieurs doivent travailler dans d'autres secteurs d'activité.

TABEAU 1 Nombre de projets cumulés par artiste sur une période de deux ans

	Nombre de projets
Moyenne	6,75
Médiane	3

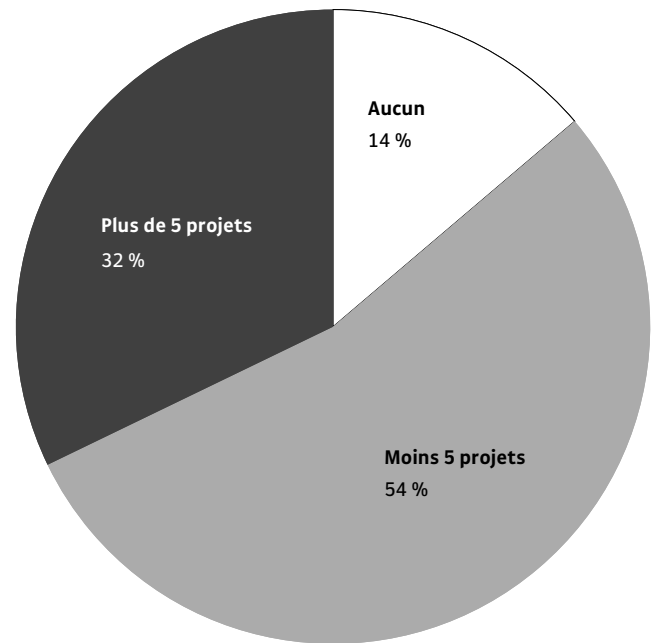
Nombre de répondant·e·s 407

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

Comme on le constate au tableau 1, issu de la consultation, les artistes du milieu de l'audiovisuel cumulent en moyenne 6,75 projets différents sur une période de deux ans. Cependant, pour la moitié des personnes sondées (médiane), cette moyenne est loin de représenter leur situation, car le nombre de leurs contrats est égal ou inférieur à 3. Il existe une disparité substantielle entre les artistes qui se manifeste du fait que certaines personnes (13,8 %) ont déclaré n'avoir réalisé aucun projet durant la période à l'étude tandis que d'autres (32,2 %) en ont réalisé plus de 5, comme le montre le graphique 1. Ces écarts, comme nous allons le voir, s'expliquent en grande partie par les montants reçus par projet qui diffèrent beaucoup les uns des autres.

Ceci nous indique que les conditions d'emploi des artistes concernés peuvent varier grandement. Si certain·e·s parviennent à décrocher d'importants projets et ainsi être en mesure de limiter le stress lié à la recherche de travail, d'autres doivent plutôt littéralement courir d'un projet à l'autre et ains.

GRAPHIQUE 1 Nombre de projets sur lesquels les artistes ont travaillé au cours des deux dernières années



Nombre de répondant·e·s 407

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

cumuler une série de petits projets afin de gagner leur vie. Bien entendu, chaque projet ne rapporte pas autant et des différences appréciables existent entre les types de médium auxquels est destinée la production. Les montants liés aux projets pour le cinéma sont plus substantiels que ceux alloués pour des séries web, par exemple. De plus, l'allocation d'un salaire ou d'un cachet pour un projet diffère selon la nature du travail demandé, que ce soit de la réalisation, de la scénarisation ou encore de la technique. La valeur moyenne des montants versés s'élève à 10 511 \$, comme on peut le voir au tableau 2, il est difficile de tirer des conclusions claires en raison des écarts importants pouvant exister d'un projet à l'autre. Si, pour certains projets, des artistes reçoivent 300 \$, d'autres projets peuvent durer 5 ans et valoir 200 000 \$. En somme, à la fois la durée des projets et les montants reçus par projet diffèrent considérablement d'un contrat à l'autre.

La nécessité de multiplier les projets pour sécuriser leur situation financière implique une prise de risque de la part des travailleuses et travailleurs eux-mêmes. Comme il est possible de le voir au graphique 2, près de la moitié des répondant·e·s au sondage affirment avoir travaillé sur un projet sans que celui-ci ne se concrétise ou que des rémunérations ne soient versées. En d'autres mots, si un projet ne voit pas le jour, ces travailleurs ou travailleuses ne reçoivent pas de rémunération pour le travail accompli. Cela signifie donc que la moitié des répondant·e·s ont effectivement travaillé sans contreparties salariales sur au moins un projet.

TABLEAU 2 Montant reçu par projet

	Valeur
Moyenne	10 511 \$
Médiane	10 000 \$
Nombre de répondant·e·s	399

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

GRAPHIQUE 2 Part des personnes ayant travaillé sur des projets non concrétisés



Nombre de répondant·e·s 273

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

L'offre de travail gratuit ou conditionnel à la production du projet est en fait une perte nette de temps ou une perte d'argent (voir la section sur l'insécurité des revenus) pour les artistes en cause et demeure un phénomène fréquent dans le secteur de l'audiovisuel.

La moitié des personnes concernées par cette dynamique ont dû fournir leur force de travail sur deux projets non concrétisés ou moins, et il est à noter que la moyenne sur une période de deux ans en la matière s'élève tout de même à 4,3 projets avortés. Le tableau 3 démontre entre autres une réalité systémique du secteur : la nécessité incontournable pour les artistes d'une stabilité pour la réalisation de leurs projets, mais surtout, le risque constant de ne pas être rémunérés pour leur travail. Pour les personnes dans les situations les plus précaires, le nombre de projets sans suite peut être très élevé et aller jusqu'à une dizaine de projets sur une période de deux ans. On constate donc le risque d'une spirale de la précarité.

TABLEAU 3 Nombre de projets non concrétisés réalisés par artiste sur deux ans

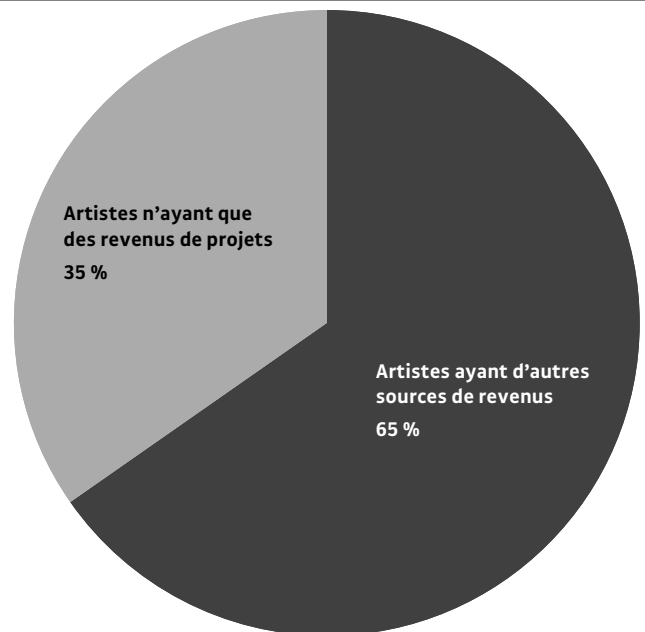
Nombre moyen de projets non concrétisés	4,3
Nombre médian de projets non concrétisés	2
Nombre moyen de projets non concrétisés sur l'ensemble des répondant·e·s	2,9

Nombre de répondant·e·s 273

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

Une autre manière de jauger la précarité régnant dans le milieu de la production culturelle audiovisuelle est de relever l'importance des autres sources de revenus chez les artistes. Pour plusieurs personnes, il devient nécessaire, à un moment ou à un autre de leur parcours, de cumuler des emplois ou carrément d'œuvrer dans un secteur d'activité professionnelle autre.

GRAPHIQUE 3 Part des artistes ayant des revenus autres que des revenus de projets



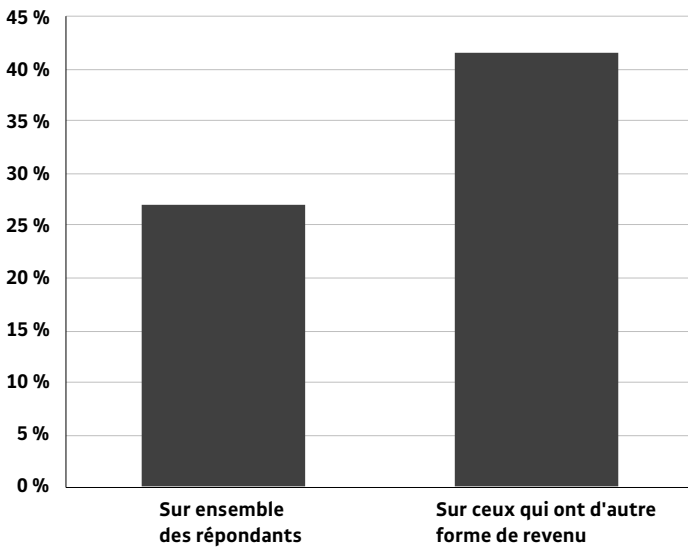
Nombre de répondant·e·s 231

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

Le graphique 3 indique que près des deux tiers des répondant·e·s doivent cumuler des emplois. Pour 65,3 % d'entre eux, les contrats ne suffisent pas à leur garantir soit du travail sur une base régulière soit un revenu considéré comme satisfaisant. Ainsi, près de 20 % des répondant·e·s effectuent des tâches d'enseignement liées à leur profession. Toutefois, cette situation ne peut évidemment pas être envisagée pour toutes et tous. En tout, 27,1 % des personnes sondées affirment devoir travailler à l'extérieur du domaine de la culture

afin de parvenir à sécuriser leurs revenus. Cette proportion s'élève à 41,5 % si l'on tient uniquement compte des répondant·e·s ayant des sources de revenus autres que les contrats, comme on peut le voir au graphique 4. Les types d'emplois exercés en dehors de la pratique artistique sont très variés : de commis dans le commerce au détail à des emplois en construction ou en révision linguistique.

GRAPHIQUE 4 Part des artistes qui ont un emploi non lié à leur pratique culturelle



Nombre de
répondant·e·s

231

151

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

En définitive, le constat de départ – précarité, course aux contrats et pratique d'emplois multiples – se confirme et constitue la réalité des artistes du domaine de la production audiovisuelle. Cette organisation du marché du travail que l'on considère généralement comme atypique, avec un potentiel élevé de précarisation de la situation des travailleuses et travailleurs, est en fait la norme de la pratique artistique de l'audiovisuel. Malgré un secteur qui demeure important au niveau macroéconomique au Québec, nous avons démontré dans cette section que la course aux contrats, principale source de travail pour les artistes du milieu, est systémique. Cette situation génère également une spirale de la précarisation du travail, en particulier sous la forme d'heures non rémunérées investies dans des projets qui ne se concrétisent pas.

L'insécurité des revenus

Comme nous venons de le voir, il existe des disparités substantielles en ce qui concerne les conditions d'emplois et les réalités contractuelles des travailleurs et travailleuses du secteur de l'audiovisuel. Une autre forme de précarité apparaît également

de façon récurrente dans ce milieu, soit l'insécurité des revenus. En effet, le travail à contrat, s'accompagne d'une instabilité inhérente des revenus. S'il s'agit d'une caractéristique de ce secteur industriel, il ne faut pas oublier que ce sont, au final, les artistes qui assument individuellement les fluctuations propres à ce secteur d'activité économique. Leurs investissements de temps et d'argent sont fondamentaux au dynamisme même du domaine de la production audiovisuelle.

Un premier signe de cette insécurité se remarque lorsque l'on compare les heures travaillées en moyenne par semaine pour les artisan·e·s de l'audiovisuel par rapport au reste de la population. Le tableau 4 fait apparaître une distinction significative : dans le secteur de l'audiovisuel, les artistes travaillent en moyenne 28,9 heures par semaine contre 32,9 heures pour le reste de la population. Cet écart de 13,8 % ne signifie pourtant pas que les artisan·e·s de l'audiovisuel sont inactifs, mais bien qu'ils doivent composer avec d'importants déséquilibres entre des périodes d'activité et des périodes d'inactivité.

TABEAU 4 Nombre d'heures hebdomadaires travaillées par les artistes de l'audiovisuel comparativement à la moyenne de la population

	Artistes de l'audiovisuel	Moyenne de la population (2012)
Moyenne d'heures travaillées par semaine	28,9	32,9
Nombre de répondant·e·s	231	

Source : Enquête et calculs de l'auteur; Emploi et Développement social Canada, « Travail - Nombre d'heures travaillées par semaine », Indicateurs de mieux-être au Canada, <http://www4.rhdcc.gc.ca/3ndic.it.4r@-fra.jsp?iid=19>

Il faut également rappeler que les données présentées au tableau 4 ne tiennent compte que des heures effectivement rémunérées. C'est donc dire que s'il existe un écart entre la réalité des artistes et celle de l'ensemble de la population quant au nombre d'heures hebdomadaires rémunérées, cet écart s'explique, comme nous l'avons présenté, par une part non négligeable de travail non rémunéré, réalité qui est moins présente pour une population possédant un travail salarié.

Nous l'avons déjà mentionné, certains artistes peuvent compter sur des contrats mieux rémunérés que d'autres. Ce rappel est important pour situer dans sa juste perspective la rémunération moyenne des gens œuvrant dans l'industrie. À première vue, on constate au tableau 5 que les artistes ont accès à un niveau de rémunération moyen plus élevé que celui du reste de la population. Avec un revenu annuel moyen de 43 496 \$ pour les personnes travaillant dans le secteur audiovisuel contre 41 200 \$ pour l'ensemble de la population, nous pourrions être portés à croire que l'insécurité et l'instabilité du milieu sont compensées par de meilleurs salaires.

TABLEAU 5 Comparaison du revenu annuel et hebdomadaire des artistes de l'audiovisuel avec ceux du reste de la population

	Total par année		Total par semaine	
	Artistes	Population globale	Artistes	Population globale
Moyenne	43 496 \$	41 200 \$	870 \$	792 \$
Médiane	30 000 \$	37 440 \$	600 \$	720 \$
Nombre de répondant-e-s	231			

Source : Enquête et calculs de l'auteur. Statistique Canada. *Tableau 282-0072*, CANSIM, <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a05?lang=fra&id=2820072>.

Or, la réalité est plus complexe. Le revenu annuel médian des artistes de l'audiovisuel n'est que de 30 000 \$, comparativement à 37 440 \$ pour l'ensemble de la population. C'est dire que la moitié des gens sondés vivent une situation d'emplois contractuels, qui se transpose dans leur rémunération. Plusieurs répondant-e-s ont dû travailler sur 4 à 7 projets différents afin d'obtenir un revenu annuel brut avoisinant les 30 000 \$.

Payer pour travailler

Nous avons observé précédemment qu'il n'est pas rare que les artistes de l'audiovisuel doivent travailler sur des projets qui ne voient finalement jamais le jour. Lorsque cela se produit, le temps investi n'est pas rémunéré, ce qui implique qu'une part non négligeable du travail des professionnel-le-s du milieu ne trouve pas de contrepartie financière. Au graphique 2, nous avons constaté que cette réalité touche 49,1 % des répondant-e-s de notre sondage et que le nombre moyen de projets non réalisés est de 4,3 par artisan-e.

Parmi les artistes qui ont répondu à notre sondage et qui ont déclaré avoir travaillé sur des projets non concrétisés, on constate au tableau 6 que le nombre moyen d'heures consacrées à ces projets s'élève à 6,9 par semaine. Concrètement, ces heures peuvent représenter jusqu'à 24 % des heures travaillées. Encore une fois, une comparaison entre la moyenne et la médiane des heures consacrées à des projets non concrétisés nous apprend qu'il existe, entre les artistes, des différences considérables. Pendant que la moitié des répondant-e-s de cette catégorie (donc la moitié du 49,1 % ayant déclaré avoir travaillé sur des projets non concrétisés) ont travaillé à 2 projets non concrétisés et moins, certains ont dû investir beaucoup de temps dans ce type de projets. Certains répondant-e-s y ont consacré plus de 1000 heures sur deux ans.

Le phénomène du travail non rémunéré où ce sont les travailleuses et travailleurs qui assument en partie les risques financiers des projets n'est pas le seul aspect à prendre en considération. Dans bien des cas, les artistes doivent, en plus de leur savoir-faire et de leur temps, fournir une part d'investissement financier dans l'espoir de voir aboutir ces projets.

TABLEAU 6 Nombre d'heures hebdomadaires travaillées sur des projets non rémunérés

	Artistes ayant travaillé sur des projets non concrétisés	Ensemble des artistes
Moyenne	6,9	3,4
Médiane	2	—
Nombre de répondant	139	273

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

Comme l'indique le tableau 7, le niveau d'investissement personnel de la part des artistes dans certains projets non concrétisés peut devenir imposant. Si l'on observe d'abord le niveau d'investissement financier médian, nous pouvons constater qu'il s'agit d'une situation qui ne touche pas durablement la majorité des artistes du milieu, la moitié d'entre eux déboursant des montants égaux ou inférieurs à 150 \$. Cependant, un examen cursif de la moyenne montre que pour certain-e-s, il s'agit en fait d'un investissement considérable se chiffrant à plusieurs milliers de dollars.

TABLEAU 7 Investissements personnels des artistes dans tous les projets non concrétisés

	Investissement
Moyenne	2048,30 \$
Médiane	150,00 \$
Nombre de répondant-e-s	139

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

Si l'on s'intéresse au même enjeu, mais par le biais du niveau d'investissement par projet, un constat similaire se dégage. Pour chaque projet non concrétisé, les artistes doivent fournir une contribution financière moyenne de 720,70 \$ (tableau 8). Alors que l'on voyait un investissement moyen total dans des projets non concrétisés de plus de 2000 \$, nous voyons ici que même chaque projet appelle un investissement financier appréciable de la part des personnes travaillant dans le milieu de l'audiovisuel. Cette pratique n'est donc pas marginale dans le secteur. L'investissement financier personnel dans un projet concourt à transférer une partie de risque dudit projet vers les artisan-e-s du secteur de l'audiovisuel.

Comme l'indique le tableau 9, le financement par les artistes eux-mêmes des projets auxquels ils participent n'est pas limité aux activités qui n'arrivent pas à terme. Un peu plus d'un projet sur cinq (20,9 %) se réalise à l'aide d'une part d'investissement provenant des travailleuses et travailleurs, et le niveau moyen de ce financement est de 3 562 \$. En plus de l'état de précarité de l'emploi dans le secteur de l'audiovisuel, les artistes sont donc

souvent forcés d'investir leurs propres deniers afin que les projets artisanaux (qui ne sont pas financés par un producteur) voient le jour. Plus troublant encore est de constater qu'une fois sur cinq, ces investissements des artistes sont le fruit d'un emprunt. C'est donc dire qu'un endettement personnel accru est souvent le prix à payer pour travailler dans ce secteur.

TABEAU 8 Investissements personnels par projet des artistes dans les projets non concrétisés

	Investissement par projet
Moyenne	720,70 \$
Médiane	75,00 \$

Nombre de répondant·e·s 139

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

TABEAU 9 Investissements personnels des artistes dans les projets concrétisés

Proportion de projets ayant nécessité un investissement de la part des artistes	20,9 %
Investissement moyen par projet	3 562 \$
Proportion des projets dans lesquels l'investissement des artistes vient d'un emprunt	21,1 %

Nombre de répondant·e·s 351

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

Un dernier élément révélé par notre enquête, qui vient compléter le portrait tracé de la précarité du travail pour les artistes de l'audiovisuel, est la fréquence des reports de cachets. Au tableau 10, nous remarquons que 10,3 % des projets comportent une part de paiement différé au moment de rémunérer les travailleuses et travailleurs. Lorsqu'un report survient, c'est plus de la moitié (52,1 %) des cachets dus aux artistes qui se trouvent ainsi différés.

TABEAU 10 Cachets différés

	Proportion
Projets où des paiements sont différés	10,3 %
Moyenne de la proportion du cachet qui est reportée	52,1 %

Nombre de répondant·e·s 351

Source : Enquête et calculs de l'auteur.

Comme nous venons de le voir, l'investissement personnel en temps et en argent prend une place importante dans l'économie du secteur de l'audiovisuel. Ces investissements qui ne sont pas répertoriés dans les statistiques sur le dynamisme de l'industrie ouvrent un pan important d'une réflexion sur l'apport non monétisé fourni par les artistes de l'audiovisuel.

Conclusion

Nous avons mis en exergue dans cette note trois grandes problématiques liées aux réalités du secteur de l'audiovisuel. Dans un premier temps, alors que le travail atypique prend de plus en plus de place dans le marché de l'emploi en général, et que plusieurs auteur·e·s tirent la sonnette d'alarme à cause de la possible précarité qu'apporte cette nouvelle réalité, elle est en fait la norme dans le secteur de l'audiovisuel. Plus de 90 % des artistes travaillent à des projets en mode contractuel et plus du tiers doivent compter sur d'autres sources de revenus (liés ou non à leur pratique culturelle). De plus, il existe des disparités de revenus substantielles au sein même de l'industrie, ce qui n'est pas surprenant considérant la diversité des professions impliquées dans le secteur audiovisuel. Par contre, contrairement à la croyance populaire, les personnes travaillant dans ce secteur ne gagnent pas plus que la majorité des travailleurs et travailleuses. Alors que le revenu médian annuel pour l'ensemble de la population est de 37 400 \$, le revenu médian constaté lors de la consultation se situerait, pour le secteur de l'audiovisuel, autour de 30 000 \$. De plus, on note une propension importante à l'investissement financier personnel des artistes dans l'économie du secteur, facteur absent de la majorité des analyses économiques. Nous constatons que le travail non monétisé, et par conséquent le travail non rémunéré et l'investissement financier des professionnels du secteur, concourent au dynamisme de l'industrie. Dans une période où le financement gouvernemental de la production culturelle est de plus en plus réduit, voire même remis en question, il est fort probable que le risque financier pris par les artistes ainsi que leur travail non monétisé prennent de plus en plus d'ampleur pour préserver le dynamisme de l'industrie audiovisuelle.

Francis Fortier, chercheur à l'IRIS

Notes

- 1 Regroupement des artistes en arts visuels du Québec (RAAV), À Ottawa, *on coupe encore dans les arts et la culture!*, Communiqué, 25 mai 2012.
- 2 *Bilan du Comité permanent à l'amélioration socioéconomique des artistes sur son rôle, son mandat, sa composition et la mise en œuvre du plan d'action « Pour mieux vivre de l'art »*, Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, juillet 2008, 37 p., <http://mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/bilan-mvla-juillet08.pdf>.

- 3 Statistique Canada, « Faits saillants », *Document de recherche : Compte satellite de la culture du Canada 2010*, n° 13-604M au catalogue, n° 75, septembre 2014.
- 4 L'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ), qui est affilié à l'Institut de la statistique du Québec, produit chaque année des statistiques relatives à la production culturelle. La production cinématographique manifeste un dynamisme croissant à titre de sous-catégorie du secteur de l'audiovisuel. Bien que très pertinentes et détaillées, ces données se limitent à une analyse comparative dans le temps et non par rapport à l'économie québécoise. Ainsi, nous pouvons seulement spéculer sur l'importance du secteur de l'audiovisuel dans l'économie québécoise. www.stat.gouv.qc.ca/docs-hmi/statistiques/culture/index.html
- 5 *Pour mieux vivre de l'art : Plan d'action pour l'amélioration des conditions socioéconomiques des artistes*, Ministère de la Culture et des Communications, juin 2004, 33 p., www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/plandaction-conditions-socio.pdf.
- 6 *Ibid.*, p. 10.
- 7 Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC), Union des artistes (UDA), Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ), Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ), Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ) et Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS).
- 8 On appelle « taux de rétention » la proportion de répondant-e-s sur l'échantillon sélectionné.
- 9 Yannick NOISEUX, « Le travail atypique au Québec : les jeunes au cœur de la dynamique de centrifugation de l'emploi », *Revue REMEST*, Université Laval, 2012, p. 28-54.
- 10 Leah F. VOSKO, Nancy ZUKEWICH et Cynthia CRANFORD, « Le travail précaire : une nouvelle typologie de l'emploi », *Perspective*, Statistique Canada, n° 75-001-XIF au catalogue, octobre 2003, www.statcan.gc.ca/studies-etudes/75-001/archive/2003/5024595-fra.pdf.
- 11 Institut de la statistique du Québec, *Emploi typique et emploi atypique selon le sexe et le groupe d'âge, Québec, 2000 et 2009*, compilations spéciales à partir des données de l'*Enquête sur la population active* de Statistique Canada.
- 12 Richard P. CHAYKOWSKI, *Travail atypique et vulnérabilité économique*, Réseaux canadiens de recherche en politiques publiques, mars 2005, www.cprn.org/documents/35592_fr.pdf.

IRIS

**Institut de recherche
et d'informations
socio-économiques**

L'Institut de recherche et d'informations socio-économiques (IRIS), un institut de recherche indépendant et progressiste, a été fondé à l'automne 2000. Son équipe de chercheur-e-s se positionne sur les grands enjeux socio-économiques de l'heure et offre ses services aux groupes communautaires et aux syndicats pour des projets de recherche spécifiques.

Institut de recherche et d'informations socio-économiques
1710, rue Beaudry, bureau 3.4, Montréal (Québec) H2L 3E7
514 789 2409 · www.iris-recherche.qc.ca

ISBN 978-2-923011-53-0

Annexe

Analyse des données provenant des associations (AQTIS, ARRO, GGMQ, SARTEC et UDA)

Section 1 Portrait général du secteur de l'audiovisuel

Afin de dresser un portrait général du secteur de l'audiovisuel, nous présentons dans cette annexe un panorama qui est basé sur la valeur total des contrats alloués, ainsi que sur le nombre de contrat pour les années 2010-2011 et 2012¹. Ces données ont été produites à partir des données fournies par les différentes associations. Puisque les associations ayant fournies les données couvrent pratiquement l'ensemble² des artistes et artisan.e.s du secteur de l'audiovisuel, les tableaux présentés dans cette section offrent par le fait même un portrait que nous pouvons considérer comme représentatif du secteur.

Pour chacune des années recensées, nous pouvons observer une certaine stabilité à la fois du nombre de contrat et de la valeur total des contrats (Tableau 1). Même s'il existe une valeur totale des contrats qui est moins élevée pour l'année 2011, il faut noter qu'il est possible que cette différence provienne du fait que certains contrats durent plus d'une année et puissent se retrouver dans l'année 2010. Ainsi, une différence observée sur une seule année n'est pas nécessairement tributaire d'une année où il y a eu moins d'investissement dans le secteur. Nous observons également au tableau 2 une certaine stabilité au niveau de la répartition des contrats selon le médium de diffusion. Les contrats liés à la télévision préservent le haut du pavé pour les trois années analysées avec environ 80% à la fois de l'ensemble des contrats et des cachets alloués. Malgré une augmentation constante, mais relativement timide, les web-séries demeurent un médium encore relativement marginal du secteur de l'audiovisuel.

Tableau 1 : Valeur et nombre de contrats par médium de diffusion

	2010	2011	2012
	Valeur total	Valeur total	Valeur total
TÉLÉVISION	149 136 171 \$	111 814 154 \$	160 199 393 \$
CINÉMA	33 089 496 \$	33 881 245 \$	32 366 536 \$
WEB SÉRIES	91 536 \$	92 800 \$	148 351 \$
TOTAL	182 317 205 \$	145 788 200 \$	192 714 282 \$

1 Il est à noter qu'un contrat peut durer plus d'un an et de plus, toutes les associations ne comptabilise par leur année financière sur les mêmes périodes. C'est-à-dire que certaines associations ont fournies les données pour une période couvrant de mai à juin, tandis que d'autres ont fournies leur donnée sur l'ensemble d'une année. Par conséquent, il ne faut pas analyser ces données comme la production du secteur de l'audiovisuel comme pourrait le faire une analyse sur l'apport au produit intérieur brut (PIB) du secteur.

2 Par respect de la confidentialité des associations et des membres, nous ne présentons pas ici une analyse par association, mais que sur l'ensemble.

	2010	2011	2012
	Nombre	Nombre	Nombre
TÉLÉVISION	84 239	88 847	92 812
CINÉMA	27 041	17 892	14 067
WEB SÉRIES	59	79	62
TOTAL	111 339	106 818	106 941

Tableau 2 : Valeur et nombre de contrats par médium de diffusion (en %)

	2010	2010	2011	2011	2012	2012
	Valeur total	Nombre	Valeur total	Nombre	Valeur total	Nombre
TÉLÉVISION	81,80%	75,66%	76,70%	83,18%	83,13%	86,79%
CINÉMA	18,15%	24,29%	23,24%	16,75%	16,80%	13,15%
WEB SÉRIES	0,05%	0,05%	0,06%	0,07%	0,08%	0,06%

Comme l'expose le tableau 3, la valeur moyenne des contrats ne diffère que légèrement d'un médium de diffusion à un autre. De plus, comme nous allons le voir dans la prochaine section, l'utilisation de la valeur moyenne des contrats est à analyser avec prudence.

Tableau 3 : Valeur moyenne des contrats par médium de diffusion

	2010	2011	2012
TÉLÉVISION	1 770,39 \$	1 258,50 \$	1 726,06 \$
CINÉMA	1 223,68 \$	1 893,65 \$	2 300,88 \$
WEB SÉRIES	1 551,47 \$	1 174,69 \$	2 392,77 \$

Section 2 : Valeur moyenne et médiane des contrats par association

Dans cette section, nous présentons les valeurs moyennes des contrats selon les associations et l'ensemble de l'industrie. Il y a par contre trois mises en garde à effectuer pour l'analyse des tableaux 4 à 9.

Dans un premier temps, bien que toutes les associations qui ont fournies les données couvrent le secteur de l'audiovisuel, celles-ci représentent également des membres qui ne travaillent pas que dans l'audiovisuel. Par conséquent les données contenues dans ces tableaux ne peuvent être attribuées exclusivement au secteur.

De plus, bien que les tableaux contiennent les moyennes, celles-ci ne sont pas représentatives. C'est ce que nous signale à la fois les écarts-types qui sont très élevés, mais surtout les coefficients de variation qui sont extrêmement élevés.³

Le dernier élément à souligner concerne la distribution des contrats. Pour toutes les associations (sauf l'ARRQ, Tableau 5), les médianes se retrouvent en dessous de 5000\$. Ce qui veut dire que plus de 50% des cachets reçus sont de moins de 5000\$. Pour certaines associations, cette proportion dépasse les 80% et les 90%. Il est donc difficile d'analyser ces données au-delà de la réalité qu'une grande majorité des contrats octroyés sont très bas au niveau des cachets, ce qui, à terme, engendre une multitude de contrats par artiste ou artisan.e. Ce qui confirme d'ailleurs les hypothèses contenues dans la présente note de recherche.

Tableau 4 : AQTIS

	2008	2009	2010	2011	2012
MOYENNE	4 119,17 \$	4 412,66 \$	4 504,58 \$	4 218,0 \$	4 114,33 \$
MÉDIANE	2 961,86 \$	3 038,76 \$	3 027,76 \$	2 949,66 \$	2 970,06 \$
ÉCART-TYPE	5 042,35 \$	5 670,79 \$	6 214,84 \$	5 664,29 \$	5 152,22 \$
COEFFICIENT DE VARIATION	122,4%	128,5%	138,0%	134,3%	125,2%

³ Pour qu'une moyenne soit considérée comme représentative, le coefficient de variation doit être en deçà de 15%. Il est possible d'utiliser prudemment les moyennes lorsque ce coefficient ne dépasse pas 30%. Mais dans le cas qui nous occupe, il est, pour toutes les moyennes, au-dessus de 100%, c'est pour cette raison que nous privilégions l'analyse à partir d'une autre mesure de tendance centrale, soit la médiane.

Tableau 5 : ARRQ

	2008	2009	2010	2011	2012
MOYENNE	33 201,34 \$	25 538,65 \$	24 979,02 \$	26 741,65 \$	25 889,83 \$
MÉDIANE	15 397,11 \$	9 215,69 \$	8 700,00 \$	12 112,68 \$	11 620,88 \$
ÉCART-TYPE	40,474,25 \$	37 008,40 \$	37 255,26 \$	37 189,20 \$	36 764,28 \$
COEFFICIENT DE VARIATION	121,9%	144,9%	149,1%	139,1%	142,0%

Tableau 6 : GGMQ

	2008	2009	2010	2011	2012
MOYENNE	3 506,90 \$	3 785,10 \$	3 753,44 \$	3 531,41 \$	3 398,41 \$
MÉDIANE	2 843,59 \$	2 875,78 \$	2 885,53 \$	2 832,15 \$	2 747,92 \$
ÉCART-TYPE	3 701,72 \$	4 704,31 \$	4 324,65 \$	3 628,31 \$	3 624,06 \$
COEFFICIENT DE VARIATION	105,6%	124,3%	115,2%	102,7%	106,6%

Tableau 7 : SARTEC

	2008	2009	2010	2011	2012
MOYENNE	15 273,65 \$	15 591,27 \$	14 661,11 \$	16 181,92 \$	17 985,77 \$
MÉDIANE	4 362,21 \$	4 291,55 \$	3 922,61 \$	4 276,40 \$	4 765,21 \$
ÉCART-TYPE	28 944,55 \$	29 052,46 \$	28 337,00 \$	29 734,00 \$	30 742,71 \$
COEFFICIENT DE VARIATION	189,51%	186,34%	193,28%	183,75%	170,93%

Tableau 8 : UDA

	2010	2011	2012
MOYENNE	3 381,77 \$	3 429,86 \$	3 434,27 \$
MÉDIANE	2 500,00 \$	2 500,00 \$	2 500,00 \$

ÉCART-TYPE	6 705,57 \$	7 434,44 \$	6 709,59 \$
COEFFICIENT DE VARIATION	198,3%	216,8%	195,4%

Tableau 9 : Ensemble des associations

	2008	2009	2010	2011	2012
MOYENNE	4 154,93 \$	4 288,23 \$	4 397,21 \$	4 295,55 \$	4 295,63 \$
MÉDIANE	2 798,42 \$	2 835,76 \$	2 852,10 \$	2 815,58 \$	2 840,59 \$
ÉCART-TYPE	8 579,94 \$	8 680,49 \$	8 852,81 \$	8 965,13 \$	8 783,75 \$
COEFFICIENT DE VARIATION	206,5%	202,4%	201,3%	208,7%	204,5%