

Une petite industrie qui rapporte gros

Le 51^e Salon des métiers d'art s'ouvre aujourd'hui à la Place Bonaventure. Les visiteurs sont attendus jusqu'au 21 décembre. L'occasion est de plus en plus courue par les chercheurs de trésors à mettre sous le sapin. En fait, le marché des métiers d'art est en pleine croissance.

MARIO CLOUTIER

Que les sceptiques soient confondus. Comparativement au cinéma, le secteur des métiers d'art reçoit évidemment peu d'aide financière des institutions, mais le travail et les produits des artisans rapportent, toutes proportions gardées, presque autant que le cinéma dans l'économie québécoise.

Plus de 3000 salariés et travailleurs autonomes des métiers d'art au Québec gagnent un salaire annuel moyen de près de 17 000 \$. Avec un chiffre d'affaires dépassant les 40 millions de dollars par année, les impôts sur les salaires et les taxes de ventes

rapportent donc plus au fisc que les 10 millions investis dans le domaine par Québec et Ottawa, selon les statistiques de l'Observatoire de la culture et des communications en 2003-2004.

Il y a 10 ans, cette « industrie » connaissait des ratés, mais une étude de l'époque du ministère de la Culture indique que les entreprises des métiers d'art contribuaient pour 45 millions au PIB du Québec. En outre, chaque dollar dépensé par les mêmes organismes entraînait une contribution de 1,70 \$ dans l'économie, plaçant les métiers d'art deuxièmes, tout près du cinéma à ce chapitre.

« Je le crois. Auprès de la SODEC seulement, nous avons la meilleure cote de remboursement. Mais leur programme de prêts ne dispose pas de suffisamment de fonds. Notre secteur est sous-financé. Il faut tenir compte que nous sommes en croissance. Il y a des développements assez spectaculaires chez les artisans et le public revient au Salon en grand nombre après des baisses dans les années 1990 », note Serge Demers, directeur du Conseil des métiers d'art qui chapeaute le Salon.

Avec plus de 258 000 visiteurs l'an dernier, les artisans au Salon ont réalisé des ventes de plus de neuf millions. Les ventes sont

en hausse de 15 à 20 % d'une année à l'autre. Conséquemment, le Conseil vise l'ouverture de nouvelles boutiques, ailleurs qu'à Montréal et Québec, probablement à Mont-Tremblant et Magog.

Sceau de qualité

La croissance entraîne souvent des développements positifs. Après avoir analysé les stratégies de l'agro-alimentaire québécois, avec les succès que l'on connaît, le Conseil devrait annoncer en février prochain la création d'un sceau de qualité qui identifiera les véritables produits des artisans d'ici afin de contrer la contrefaçon.

« On ne peut pas empêcher l'importation de copies d'œuvres artisanales d'ici, produites en Chine. Ce que le client veut, c'est la certitude qu'il est face à une matière transformée par l'artisan selon les règles des familles de métiers qu'on représente. Ce sera aussi un levier pour l'exportation », explique M. Demers.

À ce sujet, le Conseil des métiers d'art est le seul organisme canadien à participer au SOFA de Chicago en novembre, le plus important marché de métiers d'art au monde avec des ventes pouvant aller jusqu'à 200 000 \$ US pour une pièce artisanale unique.

« Sur le plan international, dans le domaine des œuvres artisanales contemporaines, on est plus connus qu'au Québec », précise Serge Demers avant d'ajouter que des offensives européennes sont également prévues au programme.

Œuvres uniques

Promoteur de la qualité et de l'excellence, le Salon, comme le

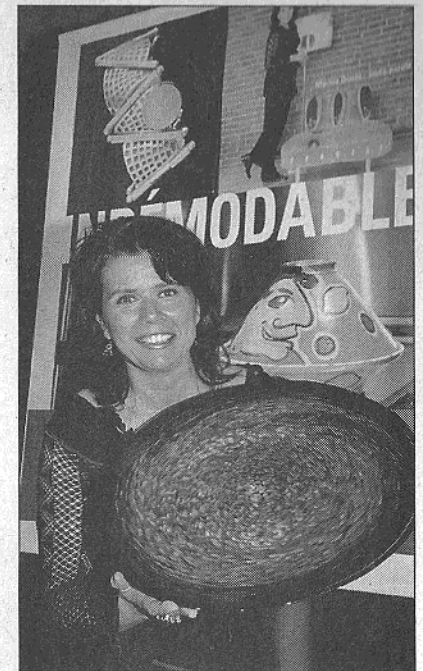


PHOTO RÉMI LEMÉE, LA PRESSE ©
Marina Orsini est la porte-parole du 51^e Salon des métiers d'art.

Conseil des métiers d'art s'appuie de plus en plus sur les pièces uniques, et non les pièces de série par ailleurs de très bonne qualité au Québec, comme fer de lance d'un secteur en plein essor, tout en ne ratant aucune occasion de faire des percées ailleurs dans le monde.

Cette ouverture est visible au Salon. Cette année, la Tunisie est le pays invité d'honneur. L'Italie sera également présente.

« On fait donc des efforts pour intéresser les communautés arabophones et italiennes de Montréal à venir nous voir. On vise également la relève en se concentrant sur la formation de jeunes créateurs », conclut M. Demers.

A graphic advertisement for the 'Prix Gêmeaux du public'. The text 'Prix Gêmeaux du public' is written in a stylized, cursive font at the top. Below it, 'présenté par artv' is written in a smaller font. In the center, 'LA PRESSE' is written in a bold, black box. At the bottom, the word 'Votez' is written in a large, white, cursive font. The background features a network of lines and dots, resembling a circuit board or a data network.