LE SAVAIS-TU?

L'importance des arts au plan économique

Ici, Iyola Kingwatsiak utilise la technique du pochoir pour reproduire une estampe.

1960 / Rosemary Gilliat Eaton fonds / Bibliothèque et Archives Canada / e010869009

En 1949, un jeune artiste nommé James Houston, a présenté des sculptures d'art inuit à la Guilde canadienne de l'artisanat de Montréal. Par la suite, une première exposition promouvant les sculptures inuites dans le sud a eu lieu. Ainsi est né le mouvement de l'art inuit contemporain.

Le gouvernement fédéral voit la promotion de l'art inuit et l'introduction des coopératives artistiques et artisanales comme moyen de stimuler le développement économique dans l'Inuit Nunangat.

Des coopératives voient le jour au cours des années 1950 et 1960. Elles sont soutenues par des initiatives de commercialisation dans le sud du Canada. C'est ce qui permet à l'art inuit de s'imposer comme une forme d'art contemporain majeure au Canada et à l'international.

Ontario

L'AFÉAO remercie le ministère de l'Éducation de l'Ontario de son soutien financier pour l'élaboration de cette ressource.
Celle-ci a été conçue par l'AFÉAO et ne représente pas nécessairement l'opinion du Ministère.
© 2021 – Association francophone pour l'éducation artistique en Ontario, dans le cadre du projet ***Art et territoire.***

AFÉAO arts en direct

LE SAVAIS-TU?

L'importance des arts au plan économique

Pour empêcher l'appropriation culturelle et la contrefaçon des formes d'art inuit, le gouvernement fédéral crée l'étiquette Igloo en 1958. C'est donc le gouvernement fédéral qui détermine ce qui peut être vendu comme de l'art inuit. Ce n'est qu'en 2017 que le gouvernement transfère la gestion de l'étiquette Igloo à la Fondation de l'art inuit, un organisme géré par les Inuits.

Dans le système traditionnel, les artistes fabriquent des sculptures et des gravures qu'ils vendent à la coopérative. La coopérative vend les œuvres à un grossiste ou encore à des galeries d'art dans le sud du pays et à l'extérieur du Canada. Enfin, ce sont les galeries qui vendent aux individus et aux collectionneurs.

La chaîne, de l'artiste au consommateur, est longue et complexe et le contact à l'artiste se perd. Comme il y a plusieurs intermédiaires, le prix d'une œuvre dans une galerie ne représente pas ce que l'artiste reçoit comme honoraire.

Ce n'est que récemment, avec l'essor des médias sociaux, que les artistes ont un accès direct au consommateur. Avec les médias sociaux, les gens ont le pouvoir de raconter leurs propres histoires. Alors que par le passé, seulement un ou deux artistes étaient médiatisés et leur message était façonné par une équipe publicitaire.

Ontario

L'AFÉAO remercie le ministère de l'Éducation de l'Ontario de son soutien financier pour l'élaboration de cette ressource.
Celle-ci a été conçue par l'AFÉAO et ne représente pas nécessairement l'opinion du Ministère.
© 2021 – Association francophone pour l'éducation artistique en Ontario, dans le cadre du projet ***Art et territoire.***

AFÉAO arts en direct