

PLAN

# STRATÉGIQUE

2016-2023



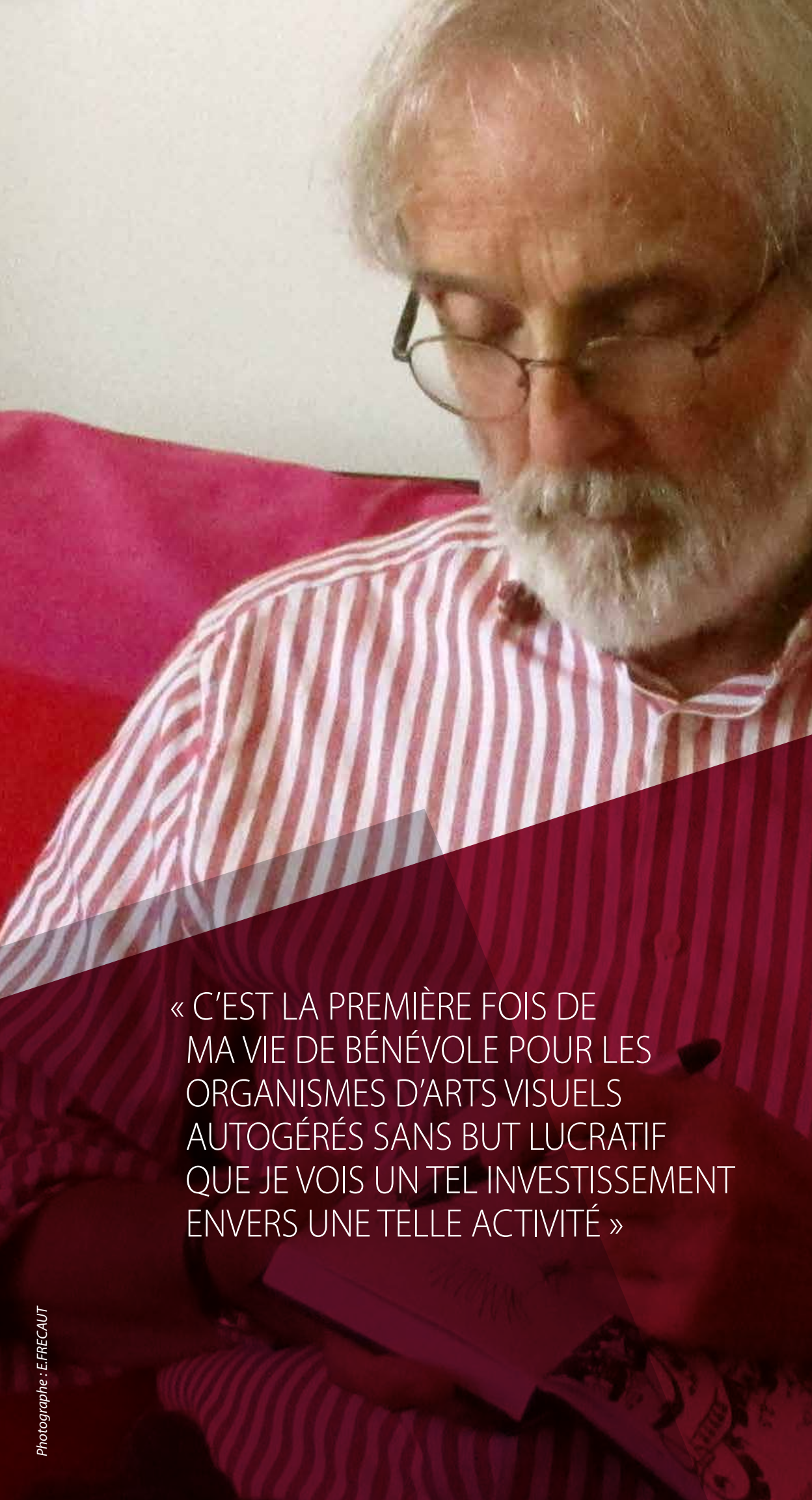
« au-delà »



Bureau des regroupements des  
artistes visuels de l'Ontario



ONTARIO ARTS COUNCIL  
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO



« C'EST LA PREMIÈRE FOIS DE  
MA VIE DE BÉNÉVOLE POUR LES  
ORGANISMES D'ARTS VISUELS  
AUTOGÉRÉS SANS BUT LUCRATIF  
QUE JE VOIS UN TEL INVESTISSEMENT  
ENVERS UNE TELLE ACTIVITÉ »


# Mot du président

Vous avez devant les yeux le dernier plan stratégique de BRAVO. Sa naissance a exigé beaucoup de travail de plusieurs d'entre nous - bien plus de monde que je ne l'avais imaginé ! En particulier, je me souviens d'une réunion, un samedi à Ottawa en décembre 2015, lorsque les membres ont répondu en masse à l'invitation de s'exprimer sur l'avenir de notre organisme. Leurs idées, leurs commentaires et leur spontanéité ont vraiment déclenché le processus pour moi. Bien sûr une seule journée ou deux ne suffisent pas. C'est pourquoi, suite à cette réunion planificatrice, un sondage auprès des membres a concrétisé les aspirations de tous puisque plus de 80 % y ont répondu. Il faut aussi ajouter à ces efforts la téléconférence Ottawa-Hearst-Toronto des membres du conseil d'administration de BRAVO.

La diffusion du sondage et l'analyse des résultats, la lecture des plans précédents ainsi que la réflexion sur nos propositions de changements positifs pour l'organisation sont indispensables. Voici pourquoi notre conseil d'administration et employés avaient déjà préparé le terrain et tenaient à assurer la continuité de notre cheminement pour une planification stratégique. Le document intitulé *Au-delà 2016 – 2023* fait preuve de leur dévouement. Je vous remercie, mes amies et amis, pour votre travail, votre disponibilité et votre esprit de collaboration !

Je tiens aussi à vous faire part de mon appréciation pour les efforts des membres. C'est la première fois de ma vie de bénévole pour les organismes d'arts visuels autogérés sans but lucratif que je vois un tel investissement envers une telle activité. Merci.

Paul Walty, président

A photograph of a man with curly, grey-tinted hair and black-rimmed glasses. He is wearing a light-colored shirt and a brown strap over his shoulder. He is looking slightly to the right and appears to be speaking. The background is dark and out of focus, showing another person in the distance. A large, semi-transparent red shape is overlaid on the bottom right of the image, containing white text.

«L'ONTARIO POSSÈDE AUJOURD'HUI  
UN NOUVEAU VISAGE AVEC LA  
MOBILITÉ DES TRAVAILLEURS, LES  
NOUVEAUX ARRIVANTS VENUS  
DES QUATRE COINS DU MONDE,  
LE TÉLÉTRAVAIL, LA JEUNESSE  
BRANCHÉE... »



# Mot du directeur général

Au moment de la fondation de BRAVO, les tableaux se transportaient en voiture, en mini fourgonnette pour être accrochés à Hearst, Ottawa, Toronto, North Bay, etc. Depuis lors, et en moins d'une génération, tout s'est métamorphosé. Les œuvres d'art de toute catégorie se transportent aujourd'hui à Paris, Singapour, Londres, Montréal, Washington, et ce, en l'espace de quelques secondes—la numérisation et le Web ayant tout changé. L'œuvre est sur YouTube ou sur une clé USB, on se positionne à des ventes aux enchères internationales. C'est cette réalité que les membres de BRAVO ont souligné en décembre 2015 lors de la grande rencontre « en chair » tenue à Ottawa pour jeter les bases de cette planification stratégique.

Au cours de cette rencontre, nous avons tout d'abord saisi le fait que l'Ontario possède aujourd'hui un nouveau visage avec la mobilité des travailleurs, les nouveaux arrivants venus des quatre coins du monde, le télétravail, la jeunesse branchée, etc. L'Ontario francophone se compose aujourd'hui de Franco-ontariens (nes), de francophiles, de Québécois (es) « pure laine », d'Autochtones et de nouveaux arrivants ; c'est la réalité, la langue de Molière étant la maille de ce nouveau tissu.

Après, nous avons établi le fait que ces temps nouveaux impliquent l'ouverture à toutes les formes d'art et que cet art se doit d'être « professionnel » au sens de bien fait, bien pensé et en rapport avec le temps présent. Il en découle que le rôle de BRAVO est d'offrir des services qui vont dans ce sens, des services qui vont convaincre une relève éduquée pour qu'elle vienne exposer en français—celle-ci exigeant aujourd'hui la qualité de la présentation, un lieu d'exposition convenable, un texte critique réfléchi, un commissariat de qualité, etc.

Ensuite, on a aussi compris que la notion de regroupement évolue avec la numérisation et les transports à la vitesse de la lumière. L'écran DÉL réduit l'espace provincial pour l'ouvrir sur le mondial. Un membre peut habiter le Finistère breton, Niamey au Niger, le 13<sup>e</sup> à Paris, tout comme Hearst et Sudbury en Ontario. Tous les regroupements d'artistes qui « vivent dans leur temps » sont désormais ouverts à la scène internationale, il s'ensuit que la notion de regroupement demande maintenant (si cela n'a pas déjà été fait) une réévaluation comme cela a été fait chez BRAVO.

Enfin, sachant que la francophonie est mondiale et que l'Ontario est également francophone avec ses artistes visuels d'expression française nantis de leur propre identité (langue = culture), c'est pour cette raison que BRAVO doit continuer à convaincre les bailleurs de fonds d'appuyer les arts visuels en milieu minoritaire, puisque les arts demeurent un vecteur important de la survie de ces communautés qui sont elles aussi « en chair ».

Ce n'est pas seulement BRAVO qui a remarqué ces nouvelles évidences, mais aussi l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario ainsi que le Conseil des arts de l'Ontario lors de leurs consultations respectives pour leurs plans stratégiques. Le nouveau plan stratégique de BRAVO 2016-2023 *Au-delà* fait non seulement écho à ce double constat, mais apporte aussi des solutions pratiques et concrètes. En conclusion, tous ensemble, nous avons un avenir à bâtir chacun avec ses outils.

# Fondements

## VISION

À l'image de la communauté francophone de l'Ontario, BRAVO réunit les artistes en arts visuels, médiatiques et de métiers d'arts et les appuie dans leurs milieux respectifs pour leur permettre d'atteindre leurs objectifs professionnels.

## MISSION

Le Bureau des regroupements des artistes visuels de l'Ontario (BRAVO) est un organisme sans but lucratif qui est au service des artistes professionnels de l'Ontario francophone et qui voit à leur développement ainsi qu'à la défense de leurs intérêts collectifs.

## VALEURS

### PROFESSIONNALISME

BRAVO se démarque par son professionnalisme. L'organisme tire profit de ses compétences et du savoir-faire de ses membres pour bâtir des partenariats, communiquer efficacement et réaliser pleinement sa mission.

### OUVERTURE

L'ouverture permet de comprendre l'autre, de s'intéresser à ses idées et à ses œuvres, de croire en ses capacités et d'accueillir pleinement la diversité des cultures, des disciplines artistiques et des générations. C'est aussi la manière dont BRAVO s'adapte aux contextes changeants et s'inscrit dans l'internationalisation des arts visuels.

### INNOVATION

L'innovation se nourrit du courage nécessaire pour oser le changement. Elle repose sur la créativité qui sert à repousser les limites et s'inscrit dans une vision innovatrice à long terme.

### ENGAGEMENT

L'engagement est une valeur fondatrice qui s'exprime de multiples façons, dont l'implication des membres au sein de regroupements régionaux, la participation à de nombreux projets et initiatives, et le souci profond de répondre aux besoins et attentes des membres.

L'ORGANISME  
CONTRIBUE  
ACTIVEMENT AU  
DÉVELOPPEMENT  
ARTISTIQUE  
PROFESSIONNEL  
SUR PLUSIEURS  
FRONTS PAR SES  
NOMBREUX  
MODES DE  
TRANSMISSION

« L'ÉVOLUTION DE L'ART  
DANS UN MILIEU  
GÉOGRAPHIQUE FIXE EST  
NON SEULEMENT DÉTERMINÉ  
PAR LA MENTALITÉ DE LA  
COLLECTIVITÉ QUI L'HABITE,  
MAIS ÉGALEMENT PAR LE  
TISSU VÉHICULAIRE QUI LA  
VÊT. L'ONTARIO EST DEVENUE  
MAINTENANT MONDE »

*(Yves M. Larocque)*

## L'Ontario francophone, c'est :

- Plus de 611 500 membres de la communauté sont francophones (4,8 % de la population ontarienne).
- Environ 1,4 million de personnes parlent français.
- 40 % de la communauté francophone est née à l'extérieur de la province et 14 % à l'extérieur du Canada.
- L'âge moyen est de 44 ans (comparativement à 40 ans pour l'ensemble de la province) et près d'un Franco-ontarien sur trois a plus de 55 ans.

### **Une réalité sociodémographique contrastée :**

- L'Est (42 % de la population franco-ontarienne) constitue le plus grand bassin de francophones et est en croissance (de 2006 à 2011).
- Le Centre/Sud-Ouest (36 % de la population franco-ontarienne) est en forte situation minoritaire (un habitant sur 50), mais jouit d'une forte croissance (environ 10 % de 2006 à 2011).
- Pour sa part, le Nord (22 % de la population franco-ontarienne) fait face à une décroissance démographique significative.

(source : *Vision 2025 AFO*)



# L'art-world BRAVO, en bref

## BRAVO EST NÉ EN NOVEMBRE 1991

Le Bureau des regroupements des artistes visuels de l'Ontario (BRAVO) est un organisme à but non lucratif au service des artistes visuels et de métiers d'art de l'Ontario français et voit à leur développement ainsi qu'à la défense de leurs intérêts collectifs. Ses buts:

- Organiser des activités répondant à des besoins de représentation, de formation, de promotion et d'appui à la diffusion des arts visuels.
- Viser la dynamisation des arts visuels, des métiers d'art et médiatiques en Ontario et ailleurs.
- Encourager et mettre sur pied des réseaux de communications qui favorisent l'interaction entre les artistes de l'Ontario.

BRAVO, c'est quatre bureaux régionaux : BRAVO-Nord, BRAVO-Centre, BRAVO-Est et BRAVO-Sud. BRAVO donne naissance au Labo de Toronto (2006) au Centre d'artiste Voix Visuelle d'Ottawa (2006), au Musée des arts visuels de l'Ontario français (2002), la toute première Nuit Blanche Ottawa (2012) et le concours d'art pour la jeunesse franco-ontarienne, *De l'œuvre à l'expo* (2007).

## CARFAC vs BRAVO

Considérant que la population de l'Ontario est de 13,5 m. dont ,5 m. de francophones ; et considérant que l'effectif de CARFAC Ontario est composé d'environ 950 membres et que celui de BRAVO est de 135 membres, il résulte que BRAVO possède 284 % plus de membres. Cela indique que les Franco-ontariens pratiquent davantage les arts visuels que leurs voisins anglophones.

# BRAVO EST UN MILIEU ARTISTIQUE FRANCOPHONE DYNAMIQUE, INCLUSIF ET PROPICE À LA RÉUSSITE DE SES MEMBRES.

## ENJEUX EN ARTS VISUELS AU COEUR DE LA FRANCOPHONIE ONTARIENNE

BRAVO reconnaît l'importance de l'art et de ses multiples formes, mais aussi de sa transformation : lorsque l'art se transforme, tout ce qui l'entoure se transforme aussi.

L'art visuel contemporain s'appuie davantage sur l'écrit et la parole.

Ouvrer en français, exposer sur la scène francophone mondiale et être bien branché sur le Monde, c'est ce qui permet de freiner l'exode rural pour le plus grand bien des communautés. C'est aussi pourquoi les bureaux régionaux BRAVO-Centre et BRAVO-Nord veillent à la dynamisation des arts visuels afin de renforcer la capacité d'action de leurs artistes et du développement de leurs publics.

Le français soutient les artistes visuels en art actuel grâce à des œuvres langagières, des textes critiques, des démarches artistiques et des entrevues mass médiatiques, d'où l'importance de la langue comme source d'inspiration et de création.

La langue française soutient aussi, entre autres, le commissariat, la muséologie, la critique et le directorat, d'où l'importance de savoir bien s'exprimer et ainsi renforcer la capacité d'action des artistes en Ontario francophone.

Les jeunes diplômés et la relève artistique francophones s'insèrent courageusement au sein des francophonies artistiques ontarienne et mondiale, pour enfin mettre un terme à « l'insécurité linguistique » (Assemblée de la francophonie de l'Ontario).

La langue française est aujourd'hui parlée sur tous les continents par environ 274 millions de personnes, ce qui représente un extraordinaire forum de discussion et un vaste lieu de diffusion pour les artistes visuels francophones de l'Ontario; il s'agit là d'une valeur ajoutée pour l'artiste.

BRAVO accueille et intègre les nouveaux arrivants et leur permet de s'épanouir dans leur carrière artistique.

L'infrastructure d'accueil reconnaît l'importance des arts visuels en assurant d'excellentes conditions d'aménagement des installations, le respect des cachets CARFAC et l'accueil professionnel envers les artistes.

Les communautés, qu'elles soient urbaines ou rurales, apprécient les grands courants de l'art contemporain et de l'art actuel de sorte qu'elles peuvent s'épanouir pleinement.

# Les **quatre** axes stratégiques

## Axe stratégique 1



### À l'image de la communauté francophone de l'Ontario

*BRAVO reconnaît que l'Ontario français a évolué au cours des décennies. La francophonie ontarienne est de plus en plus composée de francophiles, de Québécois(es), d'Autochtones et de nouveaux arrivants provenant de tous les coins du monde. BRAVO veut devenir le reflet de cette nouvelle francophonie et promouvoir ces artistes venus d'ailleurs.*

### RÉSULTATS VISÉS

- **Repositionner BRAVO pour inclure et promouvoir un plus grand nombre d'artistes visuels et de métiers d'art professionnels de l'Ontario français**
  - La représentation des groupes minoritaires est plus importante chez les membres et l'équipe de gouvernance.
  - Les produits et services de BRAVO font une meilleure promotion de la diversité culturelle francophone.
- **Accroître la collaboration avec les organismes de minorités visibles francophones dans le domaine des arts et de la culture**
  - Un plus grand nombre de projets sont réalisés en collaboration avec des organismes représentant les minorités visibles francophones afin d'établir des passerelles intercommunautaires.
  - Sensibiliser le public à l'évolution des disciplines en arts visuels en Ontario français
- **Le site Web du Musée des arts visuels franco-ontariens (mavfo.org) est amélioré de manière à augmenter sa fréquentation par le grand public.**

## Axe stratégique 2



### **Rendre service aux membres grâce à des outils novateurs et faciles à utiliser**

BRAVO sait qu'avec la Toile, le monde est à la portée de la main et qu'il impératif de communiquer et de se faire repérer. Cela dit, BRAVO a mis au point des produits et services novateurs de diffusion, de promotion, de formation et de professionnalisation afin de positionner ses membres à l'avant-plan des scènes provinciale, nationale et internationale. BRAVO poursuit sur sa lancée dans une technologie toujours grandissante, tout en s'assurant que ses membres les connaissent et les utilisent pleinement.

### **RÉSULTATS VISÉS**

- **Renforcer la qualité et l'efficacité des services et outils disponibles.**
  - Les services et outils mis à la disposition des membres sont améliorés ou simplifiés.
- **Faciliter et augmenter l'utilisation des services professionnels de BRAVO.**
  - Les membres font une meilleure utilisation des services de BRAVO.
- **Développer de nouveaux outils et services novateurs.**
  - Les membres bénéficient de nouveaux produits ou services.
- **Soutenir les membres afin qu'ils puissent présenter leurs œuvres à l'échelle locale, nationale et internationale.**
  - Le nombre de membres soutenus par BRAVO est à la hausse.

## Axe stratégique 3



**Accroître et consolider le nombre de membres, assurer leur concertation et favoriser leur engagement.**

BRAVO veut poursuivre sur sa lancée et continuer d'augmenter le nombre de membres partout en province. BRAVO souhaite également que les membres participent activement en français à ses projets et initiatives, afin que tous en bénéficient et développent leur plein potentiel.

### RÉSULTATS VISÉS

- **Augmenter le soutien aux quatre bureaux régionaux**
  - BRAVO appuie ses quatre bureaux régionaux afin qu'ils organisent un plus grand nombre d'activités pour leurs membres.
- **Accroître le nombre de membres**
  - BRAVO regroupe un plus grand nombre de membres âgés de moins de 30 ans et de membres âgés de plus de 55 ans.
- **Appuyer les jeunes artistes (22 à 35 ans) dans la mise en chantier de projets novateurs**
  - De nouveaux projets sont développés et mis en œuvre par les jeunes artistes avec l'appui de BRAVO.
- **Appuyer les artistes émergents âgés de plus de 55 ans dans leur nouvelle carrière**
  - De nouveaux services ou produits sont développés pour appuyer les artistes émergents dans leur nouvelle carrière.

# Axe stratégique 4



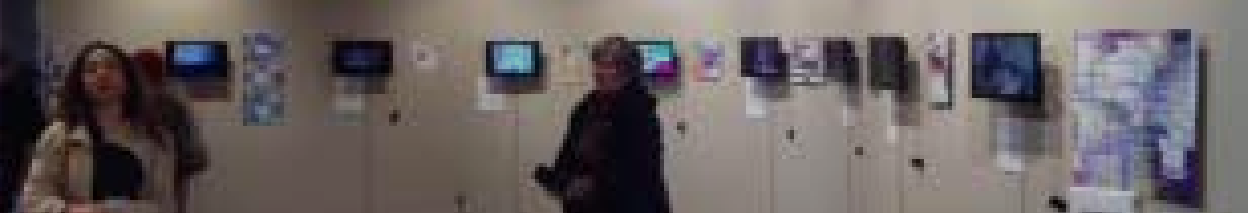
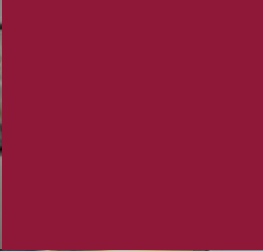
## Augmenter et assurer le financement

Assurer le financement d'un organisme à but non lucratif est une tâche difficile, mais nécessaire. BRAVO veut convaincre les bailleurs de fonds de la nécessité d'appuyer les arts visuels en milieu minoritaire francophone, puisque les arts sont un vecteur important de la survie de ces communautés.

## RÉSULTATS VISÉS

- **Concevoir et mettre en œuvre des projets novateurs et rentables**
  - Afin de diversifier ses sources de revenu, BRAVO met en œuvre des projets novateurs.
- **Maintenir le financement de base de l'organisme**
  - BRAVO convainc les bailleurs de fonds de maintenir leur engagement financier, avec des corrections en fonction de l'inflation.
- **Démontrer aux bailleurs de fonds les avantages décisifs du financement public des arts visuels en Ontario français**
  - BRAVO appuie les activités de démarchage des instances provinciales et nationale dans le domaine des arts, afin de convaincre les gouvernements de financer les arts et la culture en milieu minoritaire francophone.







BUREAU DES REGROUPEMENTS DES ARTISTES VISUELS DE L'ONTARIO (BRAVO)

BRAVO  
C.P. 53304 (succ. Rideau)  
Ottawa ON  
K1N 1C5

direction.bravo@outlook.com  
bravoarts.org  
www.mavfo.org  
800.611.4789

Planification stratégique :  
AXION (Ottawa)  
Graphisme:  
Derek Lamothe



[Facebook.com/BRAVO-Bureau-des-regroupements-des-artistes-visuels-de-lOntario](https://www.facebook.com/BRAVO-Bureau-des-regroupements-des-artistes-visuels-de-lOntario)

[Facebook.com/BRAVO-nord](https://www.facebook.com/BRAVO-nord)

[Facebook.com/BravoSud/](https://www.facebook.com/BravoSud/)