

Recommandations pour maximiser l'apport du modèle coopératif dans la culture au Québec

Mémoire du Conseil québécois de la coopération et de la mutualité dans le cadre de la consultation publique du gouvernement du Québec sur le renouvellement de la politique culturelle



Mémoire déposé au ministère de la
Culture et des Communications
Juillet 2016

Le Conseil québécois de la coopération et de la mutualité

Fondé en 1940, le Conseil québécois de la coopération et de la mutualité (CQCM) représente l'ensemble des réseaux coopératifs sectoriels et régionaux au Québec, qui compte plus de 3 300 coopératives et mutuelles. Ces entreprises procurent de l'emploi à plus de 100 000 personnes, regroupent 8,8 millions de membres et génèrent plus de 38 milliards de dollars de chiffre d'affaires. La mission du CQCM consiste à participer au développement social et économique du Québec en favorisant le plein épanouissement des réseaux coopératifs et mutualistes québécois en accord avec les principes de l'Alliance coopérative internationale. Son rôle en est un de concertation, de représentation et de développement. Présentes dans une quarantaine de secteurs d'activité économique, deux coopératives sur trois créées au Canada le sont au Québec.

Qu'est-ce qu'une coopérative?

Une coopérative est une personne morale regroupant des personnes ou sociétés qui ont des besoins économiques, sociaux ou culturels communs et qui, en vue de les satisfaire, s'associent pour exploiter une entreprise conformément aux règles d'action coopérative (L.R.Q1., chapitre C-67.2 art. 3). Sa finalité première est de répondre aux besoins des personnes réunies au sein de l'entreprise que les membres gèrent sur la base de valeurs partagées, dont le socle est la solidarité.

Les avantages du modèle coopératif

Les coopératives sont des organisations démocratiques et économiquement viables qui favorisent la prise en charge des individus et des entreprises autour de besoins communs qu'eux-mêmes définissent. Elles procurent divers avantages, tel le partage des coûts, le partage de connaissances ou le versement de ristournes. Le modèle de coopérative de producteurs permet aux membres propriétaires d'entreprises de solidifier leur entreprise et de développer leurs produits et leur mise en marché.

Le Plan stratégique des réseaux coopératifs et mutualistes

En 2015, les réseaux coopératifs et mutualistes se dotaient d'un plan stratégique ambitieux dans une perspective 2020 en s'appuyant sur de nombreuses réflexions et consultations. Les orientations et stratégies dégagées visent à accélérer le développement coopératif et à étendre l'influence de ces entreprises dans plusieurs secteurs d'activité économique. Ce plan mise sur la capacité des réseaux coopératifs et mutualistes à faire un bond important dans leur croissance, leur solidité financière, leur innovation, leur performance et leur crédibilité. Il vise également à répondre par le modèle d'affaires coopératif et mutualiste aux défis économiques et sociaux du Québec, notamment la dynamisation de l'ensemble de notre territoire.

Pour réaliser leurs objectifs de croissance, les coopératives et les mutuelles misent sur une stratégie de mise en valeur de filières économiques identifiées comme porteuses pour le modèle d'affaires coopératif au cours des prochaines années. Cette stratégie est assortie d'un ensemble de pistes d'action concrètes de nature horizontale, mais aussi sectorielle et régionale.

Les coopératives impliquées dans le développement de la culture

Le Conseil québécois de la coopération et de la mutualité (CQCM) est interpellé par la présente consultation sur le renouvellement de la politique culturelle du gouvernement du Québec. Le ministre de la Culture et des Communications invite tous les acteurs concernés par le développement culturel d'aujourd'hui et de demain à écrire ensemble *Un nouveau chapitre culturel pour le Québec*. Ce mémoire constitue la contribution des réseaux coopératifs et mutualistes à cette visée.

Les coopératives font partie intégrante de la culture québécoise. Essayons d'imaginer ce que serait le Québec sans le Mouvement Desjardins, Agropur coopérative laitière, La Coop fédérée ou Citadelle. Sans les mutuelles SSQ, La Capitale groupe financier, Promutuel Assurance. Sans les coopératives d'habitation, les coopératives en milieu scolaire (COOPSCO), les coopératives funéraires, d'alimentation, forestières, de câblodistribution, de services à domicile et de santé, de paramédics. Ce que serait le Nord du Québec sans les 14 coopératives inuites. Toutes ces coopératives contribuent à marquer fortement la culture québécoise, si bien que l'on vient de partout dans le monde pour apprendre de cette réussite particulière.

Plus de 200 coopératives actives dans le développement de la culture au Québec sont directement concernées par la présente démarche de renouvellement de la politique culturelle. Ces entreprises œuvrent dans de nombreux sous-secteurs de l'industrie culturelle et dans toutes les régions, comme le démontre le Tableau 1.

Tableau 1

Au 30-06-2016	Arts et culture	Commerce gros détail	Imprimerie édition	Restauration bars avec diffusion	Radio-télé-communication	Total
Bas St-Laurent	2	5	4	3		14
Saguenay-Lac-St-Jean	4	6		3		13
Capitale nationale	8	5	2	5		20
Mauricie	6	1		1	1	9
Estrie	3	4	2	2	1	12
Montréal	34	19	3	9		65
Outaouais	4	2	1	1		8
Abitibi-Témiscamingue		1	1	2	1	5
Côte-Nord		2				2
Nord-du-Québec	14	15		3	13	17*
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	2	3	1		1	7
Chaudière-Appalaches	1	3	3	2		9
Laval	1			1		2
Lanaudière	3	5			1	9
Laurentides	1	3	1	2		7
Montérégie	7	7	1		2	17
Centre du Québec	5	4		2	1	12
	82	71	20	34	7	228

* Le total ne compte pas en triple les 14 coopératives inuites qui sont actives dans quatre secteurs.

Actives dans presque toutes les disciplines (arts de la scène, arts multidisciplinaires, littérature, musique, arts numériques, arts visuels, cinéma et vidéo, métiers d'art, musées, etc.), elles sont également très actives dans la diffusion (librairies, centres d'exposition, radiodiffusion, édition de livres et de journaux, etc.). Elles constituent également des regroupements de producteurs et des organismes de diffusion et de production voués à soutenir les producteurs culturels et, dans plusieurs cas, à les maintenir en région.

Leur apport économique direct au développement culturel du Québec est important, comme le démontre le Tableau 2 : un chiffre d'affaires global de plus de 170 millions de dollars et 2 334 emplois et ce, sans compter les 47 coopératives créées depuis 2013 et pour lesquelles les données ne sont pas disponibles.

Tableau 2

Au 31-12-2013	Coops	Membres	Revenus	Emplois	Ristournes
Arts et culture	58	1 862	8 673 545 \$	186	0
Commerce gros détail	67	400 333	132 407 070 \$	1 504	0
Imprimerie et édition	19	2 478	12 177 939 \$	254	133 007 \$
Restauration bars avec diffusion	19	1 830	12 215 230 \$	330	
Radio-télécommunication	6	738	4 849 974 \$	60	0
	169	407 241	170 323 758 \$	2 334	133 007 \$

La plus grande activité économique des coopératives culturelles provient du secteur commerce de gros et de détail, qui comprend entre autres les librairies des 60 coopératives en milieu scolaire regroupées sous la marque COOSPCO et réparties en plus de 100 points de services. Il est à noter que la plupart des autres coopératives s'interdisent la distribution de ristournes. Ces coopératives, généralement actives dans la production culturelle, réinvestissent les surplus dans la coopérative pour créer et diffuser davantage.

Ce sont les préoccupations et suggestions de ces acteurs culturels, mais à titre d'entreprises coopératives, que ce mémoire veut porter dans le cadre de la présente consultation. Il se concentre sur quatre des sept thèmes qui structurent le cahier de consultation :

1. La culture dans une perspective de développement durable;
2. L'évolution des domaines de la culture et des communications et de la place des créateurs dans un environnement numérique en transformation constante;
3. Le rapport du citoyen à la culture;
7. La gouvernance et le financement.

Thème 1 : La culture dans une perspective de développement durable

Question 3 :

Comment renforcer l'interaction entre la politique culturelle et les politiques des autres secteurs (social, économique, éducatif, environnemental, territorial et de la santé), et ce, à tous les paliers d'intervention (national, régional, local) ?

Question 5 :

Comment accroître les synergies et les partenariats entre l'administration publique et les autres catégories d'acteurs : les instances régionales, les entreprises privées, les milieux scolaires, les universités, les hôpitaux, la société civile, les citoyens, les jeunes, etc. ?

La culture doit être considérée en tant qu'élément fondamental du développement des sociétés, au même titre que les dimensions sociale, économique et environnementale¹.

Les réseaux coopératifs et mutualistes appuient cette affirmation posée dans la présente consultation comme prémisses devant *conduire à des remises en question du rôle et des modes d'intervention de l'État en culture*. La *Loi sur les coopératives* participe déjà au souhait induit par la question 5 d'une plus grande synergie entre administrations publiques. En effet, elle donne une place explicite aux besoins culturels comme motif de création d'une coopérative².

L'inverse n'existe malheureusement pas. L'absence du mot *coopérative* dans le cahier de consultation n'est-elle pas révélatrice? Pourtant, elles sont plus de 200 à contribuer directement au développement culturel dans toutes les régions et dans presque toutes les disciplines, avec 2 300 emplois et plus de 400 000 membres.

Cette plus grande synergie entre les administrations publiques est d'autant plus souhaitable depuis l'adoption par le gouvernement du Québec en 2013 de la *Loi sur l'économie sociale*. Cette loi reconnaît officiellement que ces entreprises dites « d'économie sociale » sont,

exploitées par des associations, des coopératives et des mutuelles, (...) ont la capacité de mobiliser les forces du milieu afin de répondre à ses besoins, devenant ainsi un important levier de richesse collective; (...) sont fondées sur des valeurs collectives qui se traduisent de manières variées dans leur structure et leur mode de fonctionnement et (qu'elles) permettent une forme d'économie solidaire et durable.³

Ces deux lois constituent un socle pour une synergie plus grande entre les différentes administrations publiques intervenant dans la culture au Québec. Une telle synergie peut se déployer par différents moyens en ce qui concerne les coopératives. Appuyons-nous d'abord sur les motivations qui amènent des acteurs du secteur culturel à choisir la coopérative comme modèle d'affaires. Celle-ci leur permet de regrouper des producteurs qui sont de par leur nature isolés

¹ Cahier de consultation, page 10

² Loi sur les coopératives, C-67.2, Article 3

³ Loi sur l'économie sociale, Chapitre E-1.1.1, Préambule

et leur donne les moyens d'améliorer leur production culturelle ainsi que leur diffusion. En région, des mandats de développement culturel sont confiés par des municipalités à des coopératives en arts et loisirs parce que :

- elles sont non délocalisables;
- elles ont un ancrage local indéniable;
- elles sont une solution à la relève;
- elles modulent la culture locale;
- elles inspirent la confiance;
- elles sont une solution collective et performante en développement des affaires;
- elles facilitent l'équité intergénérationnelle;
- elles assurent une distribution efficace;
- elles sont animées de valeurs cohérentes avec celles de la culture;
- elles facilitent l'autonomie financière des producteurs et diffuseurs culturels.

Que ce soit en milieu urbain comme à Québec, avec *Méduse, coopérative de producteurs / diffuseurs artistiques, culturels et communautaires* ou en région, comme à Rimouski, avec *Paradis, coop de solidarité*, ou par la nouvelle génération de coopératives de solidarité artistique et culturelle, les créateurs, producteurs et consommateurs de culture trouvent dans la coopérative un modèle d'affaires performant pour opérer et coordonner un lieu de développement culturel fort.

La coopérative est une réponse là où la Loi sur le statut de l'artiste rend l'intervention difficile; elle nous permet de mettre en place des outils collectifs de promotion, de mettre en œuvre des services commerciaux collectifs, affirme Mylène Cyr, directrice générale de la Coopérative de solidarité des musiciens professionnels du Québec.

Dans le secteur de l'édition et de la distribution du livre, la récente création de la *Coopérative de travailleurs actionnaire⁴ de la librairie Pantoute* est inspirante pour la problématique de la relève d'entreprise. Dans un autre cas de relève, celui d'une maison d'édition pionnière au Québec, la formule coop a donné confiance aux propriétaires au moment de la cession :

La formule coopérative a été un puissant atout de vente lorsque COOPSCO a présenté son offre d'achat de la maison d'édition Fides, affirme André Gagnon, directeur général de la Fédération québécoise des coopératives en milieu scolaire.

Cet ADN coopératif est un atout pour le développement culturel. La nouvelle politique devrait miser sur cet atout pour contribuer à un plus grand essor de la culture. Plusieurs moyens peuvent être utilisés comme, par exemple :

- appuyer par un programme le regroupement d'un plus grand nombre de producteurs et de diffuseurs culturels en coopératives afin de développer davantage leur activité économique et renforcer leur capacité financière pour mieux vivre de leur production culturelle

⁴ Le singulier est utilisé dans cette appellation parce que c'est la coopérative qui est actionnaire et non les travailleurs.

- par le même programme ou un nouveau programme, appuyer les coopératives actives dans le secteur culturel à se regrouper en réseaux pour se donner davantage de moyens de développement de leurs affaires et accroître leur autonomie financière; cette mise en réseau pourrait être supportée par la Coopérative de développement régional du Québec (CDRQ) et le CQCM.

L'autonomie financière est une valeur importante pour une coopérative. Autonomie non seulement des membres, des producteurs et diffuseurs culturels, mais aussi de l'entreprise coopérative elle-même. Les outils de capitalisation de la coopérative permettent d'impliquer le membre dans la capitalisation de l'entreprise et de lui faire profiter du statut d'investisseur en entreprise pour se constituer, par exemple, son propre REER. Cette capitalisation sous forme de parts privilégiées ne prête flanc à aucune spéculation puisque ces parts sont nominatives et ne dégagent aucune plus-value. Couplée à l'obligation de constituer une réserve générale qui ne peut être partagée entre les membres, cette capitalisation donne à l'entreprise une capacité d'emprunt non négligeable pour le développement des affaires. Dans un tel contexte, il est facile d'imaginer qu'un programme gouvernemental appuyant le regroupement de producteurs et diffuseurs culturels en coopérative et le fonctionnement de ces coopératives en réseau constitue une intervention qui vise leur autonomie et non leur dépendance.

La force des coopératives du Québec est en effet leur fonctionnement en réseau. Les 3 300 coopératives et mutuelles sont regroupées en 21 fédérations sectorielles et, sur le plan régional, par la CDRQ et ses onze bureaux régionaux. Ce sont ces réseaux qui supportent les promoteurs, les dirigeants et les gestionnaires de ces entreprises qui leur confient différents mandats dont les informer, protéger leurs intérêts, soutenir leurs efforts de développement, coordonner leurs actions et leur offrir des services communs. Or, ce fonctionnement en réseau manque cruellement aux 200 coopératives actives dans le domaine culturel.

Recommandations :

Il est proposé que

- 1. le ministère de la Culture et des Communications crée un programme**
 - a. appuyant le regroupement en coopératives d'un plus grand nombre de producteurs et de diffuseurs culturels;**
 - b. facilitant le fonctionnement en réseau des coopératives actives dans le secteur culturel.**

Thème 2 : L'évolution des domaines de la culture et des communications et de la place des créateurs dans un environnement numérique en transformation constante

Question 7 :

Comment améliorer la visibilité des contenus culturels québécois, particulièrement francophones, sur Internet et les autres plateformes numériques (jeu, mobilité, réalité virtuelle et augmentée, installations interactives) ? Comment faire en sorte que les créateurs, les producteurs et les entrepreneurs culturels fassent leur place dans ce nouvel environnement ?

Les producteurs culturels regroupés en coopérative font face au même défi que les autres acteurs culturels devant les bouleversements de l'industrie provoqués par l'économie numérique. S'ils se regroupent en coopérative, c'est justement pour relever collectivement ces défis.

Il est impossible pour nos membres de prendre le virage numérique individuellement; mais ils peuvent le faire collectivement, grâce à la coopérative, affirme Dominique Lemieux, directeur général de la Coopérative des librairies indépendantes du Québec.

Que ce soit pour le commerce en ligne, pour la diffusion des œuvres, la gestion intégrée de données, les communications, etc., les défis sont énormes. Ce virage numérique ne peut cependant être abordé dans la politique culturelle renouvelée sans synergie avec les autres interventions gouvernementales. Cette intervention gouvernementale intégrée et cohérente est essentielle pour le développement culturel du Québec.

Le gouvernement du Québec vient d'ailleurs de lancer son *Plan d'action en économie numérique* dans le cadre de la Stratégie numérique du Québec. Parmi les 28 mesures proposées, plusieurs s'adressent aux entreprises. La coopérative, par sa dimension entreprise, est toute désignée pour permettre aux producteurs culturels de bénéficier de l'appui de ce plan d'action, d'autant plus que certaines mesures utilisent le crédit d'impôt comme moyen d'intervention. Il est donc essentiel que la politique culturelle renouvelée soit en synergie avec le Plan d'action en économie numérique, en cohérence avec le deuxième principe proposé comme fondement de cette politique culturelle :

B. L'engagement renouvelé de l'État: *L'État québécois soutient la culture et ceux qui la construisent, de même que son développement et ceux qui y participent. Il le fait sur la base d'une approche gouvernementale globale qui s'appuie sur les forces vives de la société et qui conçoit la culture comme une dimension du développement durable, indissociable des dimensions économique, sociale et territoriale.*

Recommandation :

2. Il est proposé que le ministère de la Culture et des Communications établisse un programme en lien étroit avec le Plan d'action en économie numérique du gouvernement du Québec pour optimiser les mesures favorisant le virage numérique des coopératives culturelles, notamment leur mise en réseau pour la diffusion, le commerce électronique et la gestion intégrée de données.

Question 13 :

Quels sont, parmi les volets de la chaîne culturelle suivants, ceux qui requerront une attention particulière au cours des prochaines années et pourquoi ?

d. la diffusion et l'exploitation des œuvres et des produits culturels

Le plus important contingent de coopératives du secteur culturel œuvre dans le domaine librairie et édition. Le plus grand irritant vécu par ces coopératives par rapport à l'économie numérique est la concurrence déloyale de la part des grandes entreprises mondiales de commerce en ligne transfrontalier.

Comme les entreprises d'autres secteurs, ces coopératives perçoivent les taxes de vente et paient leurs impôts. Les grandes entreprises de commerce en ligne transfrontalier ne le font pas, ce qui constitue une concurrence déloyale pour toutes les entreprises québécoises. Selon le Conseil québécois du commerce de détail (CQCD) :

- les pertes fiscales associées au commerce en ligne transfrontalier sont estimées à environ 700 millions de dollars au Canada. De ce montant, le manque à gagner pour le seul gouvernement du Québec s'élèverait à 164 millions de dollars par an;
- bien que ce congé de taxes soit apprécié par les consommateurs, il représente un problème majeur pour tous les commerçants, car les prix des produits deviennent alors non concurrentiels, en plus d'annuler l'impact des investissements en service à la clientèle et liés à l'expérience en magasin. Ces pertes de revenus se traduisent par des réductions d'emploi, voire des fermetures de magasins. Par ricochet, cela a également des effets néfastes sur l'immobilier et tous les travailleurs gravitant autour;⁵

Ce problème est très sérieux et les dommages causés aux coopératives actives dans la distribution des biens culturels sont importants. Rappelons qu'au moins 80 coopératives du secteur culturel sont directement concernées, qu'elles avaient en 2013 un chiffre d'affaires de plus de 144 millions de dollars et qu'elles employaient plus de 1 750 personnes.

Des solutions ont pourtant été proposées et certaines ont même été mises en œuvre :

Les Américains ont agi sur ce front, avec le *Marketplace Fairness Act*, qui permet au gouvernement des États de percevoir les taxes de vente auprès de détaillants n'ayant aucune présence physique dans leur propre État, ainsi qu'auprès de détaillants en ligne n'ayant pas nécessairement pignon sur rue. Cette législation a été approuvée au Sénat le 6 mai 2013. Une récente étude de l'Université de l'Ohio précise d'ailleurs que les ventes en ligne d'Amazon ont diminué de 10 % dans les états qui perçoivent les taxes par rapport aux états qui n'interviennent pas. Ce pourcentage passe à 24 % lorsqu'il

⁵ Mémoire du Conseil québécois du commerce de détail – Consultation de la Commission d'examen sur la fiscalité québécoise, 10 octobre 2014, p. 9

s'agit d'achat de plus de 300 dollars. On peut donc présumer des impacts positifs d'une intervention à ce niveau⁶.

L'élaboration de la nouvelle politique culturelle offre au gouvernement du Québec une opportunité de mettre fin à cette situation inéquitable, en cohérence avec le huitième principe proposé comme fondement de la politique culturelle renouvelée :

H. La recherche d'équité : *La politique culturelle vise un accès équitable à la production et aux ressources culturelles pour tous : équité entre les générations, sur l'ensemble du territoire, entre les hommes et les femmes de toutes origines. Cette recherche d'équité prend en compte l'intérêt des générations futures.*

La notion d'équité de ce principe ne peut être restreinte aux individus et doit s'élargir aux entreprises. Il est toutefois important de rappeler ici l'outil primordial d'équité pour les membres d'une coopérative que constitue la réserve générale impartageable. En effet, les coopératives ont l'obligation légale de verser une partie de leur surplus à une réserve qui ne peut être partagée entre les membres⁷. Cette réserve impartageable constitue également un outil majeur d'équité intergénérationnelle en favorisant la pérennité de l'entreprise et sa transmission aux générations futures.

Recommandation :

3. Il est proposé que le gouvernement du Québec profite de la politique culturelle renouvelée pour s'inspirer du Marketplace Fairness Act adopté en mai 2013 par le gouvernement des États-Unis et mettre fin à la concurrence déloyale exercée par les grandes entreprises mondiales de commerce en ligne transfrontalier.

⁶ Ibid, p. 11

⁷ Loi sur les coopératives, C-67.2, Articles 146 et 147

Thème 3 : Le rapport du citoyen à la culture

Question 14 :

Comment donner un nouvel élan à l'éducation culturelle et artistique ? Peut-on imaginer un meilleur maillage entre l'école et les milieux culturels ?

Les écoles jouent un rôle primordial dans le développement de la culture chez les jeunes, comme l'affirme le cahier de consultation :

L'école s'est vu confier un rôle fondamental en matière d'éducation et de transmission de la culture chez les jeunes. Les objectifs que l'on peut atteindre par l'éducation artistique et culturelle sont multiples et couvrent un large spectre : épanouissement de la personne, développement de l'identité et du sentiment d'appartenance, intégration des élèves issus de l'immigration, ouverture à des pratiques et connaissances culturelles, sensibilisation et formation de publics, etc. Des priorités doivent être établies et des moyens conséquents mis à la disposition des communautés⁸.

De nombreuses coopératives ont développé et continuent de développer d'importants maillages avec des écoles primaires et secondaires ainsi que les collèges permettant aux étudiants d'avoir un contact direct avec les créateurs et leur production. Le Théâtre Parminou (Coopérative des travailleuses et travailleurs de théâtre des Bois-Francis), avec ses quarante ans de réalisations, est probablement l'exemple le plus connu de cette complicité étroite avec les milieux, y compris les écoles :

Notre pratique théâtrale repose en grande partie sur les liens développés avec les communautés et les organismes liés aux diverses thématiques abordées dans nos spectacles. Cela nous amène à diffuser régulièrement en dehors des réseaux culturels traditionnels et devant des publics très variés dont certains ont eu peu de contact avec le théâtre⁹.

(Le Théâtre Parminou) réussit à rejoindre un public de tous âges et de tous milieux, de l'auditorium d'école en passant par l'usine. (...) Un documentaire pour témoigner de la ténacité et de la passion de ses artistes qui osent performer dans un théâtre de proximité sans filet, hors cadre et hors norme¹⁰.

Véritable institution dans son domaine qui réussit toujours après autant d'années à faire vivre quinze employés permanents et plus d'une trentaine d'employés occasionnels, il doit faire face aujourd'hui, comme plusieurs autres coopératives culturelles, à la disparition quasi-totale des fonds alloués aux écoles pour les activités culturelles en classe ou à l'extérieur.

Il est hautement souhaitable que les jeunes du primaire et du secondaire puissent être encouragés davantage à venir visiter les expositions que nous montons, qu'ils rencontrent les artistes et les artisans de leur région, qu'ils voient que c'est possible de créer, de

⁸ Cahier de consultation, p. 16

⁹ Site du Théâtre Parminou, 09-06-2016 <http://www.parminou.com/fr/a-propos/l-historique>

¹⁰ Le Théâtre Parminou, 40 ans d'histoire, documentaire, <http://ici.tou.tv/le-theatre-parminou-40-ans-d-histoires?r>

produire des œuvres et de les diffuser, souhaite François-Régis Fournier, relationniste de la Coopérative de solidarité artistique de la MRC de Drummond.

Cet enjeu est primordial pour l'avenir de la culture québécoise qui, comme l'affirme le Cahier de consultation, est en profond bouleversement quant aux habitudes des jeunes pour y avoir accès :

« Natifs du numérique », (...) les jeunes ont plus facilement accès à une offre culturelle mondiale, ce qui est susceptible de modifier leur rapport à la culture locale ou nationale¹¹.

Le ministère de la Culture et des Communications devrait appuyer le ministère de l'Éducation dans cette fonction de développement de la culture, en cohérence avec les deux principes suivants proposés comme fondements de la politique culturelle renouvelée¹²:

A. Le caractère essentiel de la culture : *La culture est porteuse de sens, d'identité et de valeurs; elle est aussi un vecteur de démocratie, d'enracinement, de dialogue interculturel et de cohésion sociale. La culture participe également au développement des autres domaines de la vie en société et favorise la créativité et l'innovation.*

C. L'accès, la participation et la contribution de tous à la culture : *L'ensemble de la population doit pouvoir accéder, participer et contribuer à la vie culturelle. La politique culturelle s'adresse à tous les citoyens et doit être adaptée à leurs besoins et à leurs attentes. Elle vise à refléter la diversité de la société et à favoriser le dialogue, la mixité et les maillages.*

Recommandation :

- 4. Il est proposé que le ministère de la Culture et des Communications trouve avec le ministère de l'Éducation les moyens pour rétablir et maximiser les budgets culturels des écoles et collèges du secteur public afin que les élèves et les étudiants aient un accès aux créateurs artistiques, littéraires et artisans ainsi qu'à leur production.**

¹¹ Cahier de consultation, p. 16

¹² Ibid, page 8

Thème 7 : La gouvernance et le financement

Question 36 :

Quelles améliorations le gouvernement du Québec peut-il apporter au système actuel de financement de la culture ? Quelles sont les limites des mécanismes de soutien financier en place ? Comment les améliorer ?

Il a été mentionné dans les pages précédentes des valeurs et des principes qui contribuent à la croissance de la culture au Québec. Or, les programmes gouvernementaux ne permettent pas le plein épanouissement du modèle d'affaires coopératif. En effet, les coopératives n'ont pas accès au soutien du ministère de la Culture et des Communications (MCC) puisque ce sont très souvent les organismes à but non lucratif (OBNL) qui sont admissibles seulement.

Le programme Concertation et innovation¹³ du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ), par exemple, spécifie que le statut de l'organisme, pour qu'il soit admissible, doit être *une personne morale légalement constituée sans but lucratif*. Ce programme, qui concerne 11 disciplines (des arts du cirque au théâtre, en passant par la musique, les arts numériques, le cinéma et la littérature) a pour objectif de susciter la concertation entre les différents intervenants du secteur des arts et des lettres ainsi que la réalisation de projets innovateurs.

Les formules « coopérative de solidarité » ou « coopérative de producteurs » conviennent particulièrement aux organismes visés¹⁴ par ce programme. Ces types de coopératives facilitent en effet la concertation d'un milieu tout en fournissant aux producteurs des outils performants de développement des affaires. Ceux qui souhaitent utiliser la formule coopérative pour avoir accès à ce programme et à la plupart des programmes du ministère doivent alors tenter de se faire reconnaître comme une « coopérative à but non lucratif » en inscrivant dans leurs statuts coopératifs l'interdiction de s'attribuer une ristourne et de verser un intérêt sur toute part privilégiée, comme le permet l'article 148 de la *Loi sur les coopératives*.

Très souvent utilisé par les coopératives du secteur culturel pour avoir accès aux subventions gouvernementales, ce détour démontre une méconnaissance de l'économie coopérative par les bailleurs de fonds. Voulant éviter avec raison que les fonds publics servent à enrichir des propriétaires d'entreprises privées, les bailleurs de fonds confondent la ristourne coopérative et le dividende d'une société à capital-actions. Le rôle du dividende est de rémunérer le capital alors que celui de la ristourne est de remettre au membre de la coopérative un trop-perçu par celle-ci sur le montant payé par le membre pour acheter un bien ou un service. Alors que le dividende est versé à l'actionnaire en proportion du capital qu'il détient dans l'entreprise, sans aucun lien

¹³ http://www.calq.gouv.qc.ca/organismes/concertation_innovation.htm

¹⁴ Associations professionnelles d'artistes, regroupements nationaux et organismes de services (toutes les disciplines) - Diffuseurs spécialisés et pluridisciplinaires (arts de la scène et arts multidisciplinaires) - Périodiques culturels (toutes les disciplines) - Événements nationaux et internationaux (toutes les disciplines) - Organismes de création et de production (arts de la scène et arts multidisciplinaires) - Organismes professionnels de diffusion et de production (littérature et conte) - Organismes professionnels voués à la diffusion, voués au soutien à la production, voués à la diffusion et au soutien à la production, organismes de création et centres d'exposition (arts numériques, arts visuels, cinéma et vidéo, métiers d'art et recherche architecturale)

avec son utilisation des produits de l'entreprise, la ristourne, quant à elle, est versée uniquement en proportion des transactions économiques du membre avec la coopérative au cours de l'exercice financier. La même logique s'applique pour les employés membres d'une coopérative de travail ou de solidarité : c'est en raison de leur usage de la coopérative, le temps travaillé, et non du capital détenu qu'une ristourne leur est versée si des excédents sont réalisés à la fin de l'année et si telle est la volonté de l'assemblée générale.

Preuve supplémentaire que la coopérative n'est pas une entreprise à but lucratif, les membres ne peuvent intégrer dans leur ristourne la partie des excédents réalisés par la coopérative avec des non membres. Elle n'est pas non plus un organisme à but non lucratif, au sens de la Partie 3 de la *Loi des compagnies*, parce que les parts sociales d'une coopérative sont des titres de propriété alors que la particularité d'un OBNL est justement de n'avoir aucun propriétaire. Soulignons de plus que le modèle d'affaires coopératif est tout désigné pour utiliser le crédit d'impôt, lorsque l'appui gouvernemental prend cette forme.

Ni entreprise à but lucratif, ni organisme à but non lucratif, la coopérative est une entreprise d'économie sociale, c'est-à-dire une entreprise gouvernée selon une logique précise reconnue officiellement par le gouvernement du Québec par l'adoption de la *Loi sur l'économie sociale* en 2013 :

On entend par «économie sociale», l'ensemble des activités économiques à finalité sociale réalisées dans le cadre des entreprises dont les activités consistent notamment en la vente ou l'échange de biens ou de services et qui sont exploitées conformément aux principes suivants:

1° l'entreprise a pour but de répondre aux besoins de ses membres ou de la collectivité;

2° (...) n'est pas sous le contrôle décisionnel d'un ou de plusieurs organismes publics (...);

3° les règles (...) prévoient une gouvernance démocratique par les membres;

4° (...) aspire à une viabilité économique;

5° les règles (...) interdisent la distribution des surplus générés par ses activités ou prévoient une distribution de ceux-ci aux membres au prorata des opérations effectuées entre chacun d'eux et l'entreprise;

6° (...) en cas de dissolution, le reliquat de ses biens doit être dévolu à une autre personne morale partageant des objectifs semblables.

Pour l'application du premier alinéa, la finalité sociale est celle qui n'est pas centrée sur le profit pécuniaire mais sur le service aux membres ou à la collectivité et elle s'apprécie notamment en fonction de la contribution de l'entreprise à l'amélioration du bien-être de ses membres ou de la collectivité et à la création d'emplois durables et de qualité.

Est une entreprise d'économie sociale, une entreprise dont les activités consistent notamment en la vente ou l'échange de biens ou de services et qui est exploitée, conformément aux principes énoncés au premier alinéa, par une coopérative, une mutuelle ou une association dotée de la personnalité juridique¹⁵.

¹⁵ *Loi sur l'économie sociale*, E-1.1.1, Article 3,

La politique culturelle renouvelée devrait donc s'arrimer à cette nouvelle *Loi sur l'économie sociale* et définir clairement que les entreprises et organismes admissibles aux programmes et mesures du MCC sont celles reconnues par cette loi. Cette position devrait être très claire non seulement en vertu de la nouveauté de cette loi, mais aussi pour mettre au fin à une certaine confusion qui règne présentement. En effet, il semble que l'interprétation des règles d'application des mesures et programmes actuels varie d'une région à l'autre, d'un secteur à l'autre, d'un programme à l'autre et même d'un ministère ou d'une société étatique à l'autre lorsque le producteur ou le diffuseur culturel doit faire affaires avec une autre administration que le MCC.

C'est le cas par exemple de la Régie des alcools, des courses et des jeux qui, dans un jugement d'avril 2016, oblige *La machine à truc, coopérative culturelle* à redevenir une personne morale sans but lucratif pour obtenir un permis de réunion¹⁶ (Annexe 1). *La Coopérative de solidarité artistique de la MRC de Drummond* a dû quant à elle demander à leur propriétaire, l'OBNL Commerce Drummond, qui est également représentant de la Ville, de se porter responsable d'une activité auprès de la Régie pour obtenir un permis (Annexe 2).

CALQ et SODEC

Revenons au MCC. Un problème différent rencontré par certaines coopératives du secteur culturel concerne l'interprétation de la mission du Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) ainsi que de celle de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC). En effet, ces deux organismes considèrent inadmissibles des activités artistiques réalisées dans le cadre d'une assemblée corporative lorsqu'elles seraient dédiées à pénétrer des marchés privés. Il semble y avoir une différence entre présenter un concert en public et le présenter lors d'événements privés comme, par exemple, un congrès d'entreprises ou une assemblée corporative. Or, si des musiciens se regroupent en coopérative, comme le font ceux de la *Coopérative des musiciens professionnels de Montréal*, c'est justement pour développer des marchés et vivre de leur art. Le refus de reconnaître ce modèle d'affaires est d'autant plus surprenant que les deux organismes de support affirment :

Pour accomplir son mandat, la SODEC relève le défi de parler à la fois de création artistique et d'affaires. Elle y parvient en alliant le langage entrepreneurial au développement culturel et en misant sur la culture comme secteur de développement économique¹⁷.

Le Conseil souscrit à des valeurs qui sont partagées par la communauté artistique et littéraire et qui inspirent ses orientations, soit le respect de l'autonomie et de la liberté de

¹⁶ Cette coopérative est issue de la transformation d'un OBNL en coopérative de travail. L'autre option que lui offre la Régie est d'obtenir un permis de bar, ce qui ne convient pas aux activités de la coopérative.

¹⁷ Site de la SODEC, 9 juin 2016 <http://www.sodec.gouv.qc.ca/fr/page/route/-/1/15>

*création des artistes et des écrivains; le respect de l'indépendance artistique et administrative des organismes artistiques*¹⁸.

Il est donc hautement souhaité que la politique culturelle renouvelée soit davantage en cohérence avec les deux principes suivants proposés comme fondements¹⁹ et déjà mentionnés à propos d'une recommandation précédente :

F. La reconnaissance de la diversité : *Le Québec est une société interculturelle, plurielle et inclusive. Il reconnaît et valorise sa diversité, notamment sa riche pluralité ethnoculturelle, comme un élément intrinsèque de son identité nationale.*

La diversité entrepreneuriale devrait être intégrée à ce principe.

H. La recherche d'équité : La politique culturelle vise un accès équitable à la production et aux ressources culturelles pour tous : équité entre les générations, sur l'ensemble du territoire, entre les hommes et les femmes de toutes origines. Cette recherche d'équité prend en compte l'intérêt des générations futures.

L'équité entre coopératives et OBNL devrait être intégrée à ce principe.

Recommandations :

5. Il est proposé

- a. *Que le ministère de la Culture et des Communications arrime sa politique à la nouvelle Loi sur l'économie sociale et rende admissibles à ses programmes et mesures les entreprises d'économie sociale sans restriction;*
- b. *que le Conseil des arts et des lettres du Québec et la Société de développement des entreprises culturelles supportent les artistes et producteurs culturels qui adoptent le modèle d'affaires coopératif pour développer leur marché et vivre de leur production;*
- c. *que le ministère de la Culture et des Communications intervienne auprès de la Régie des alcools, des courses et des jeux afin qu'elle arrime ses politiques à la nouvelle Loi sur l'économie sociale et reconnaisse les coopératives du secteur culturel.*

¹⁸ Site du CALQ, 23 juin 2016 <https://www.calq.gouv.qc.ca/a-propos/qui-sommes-nous/mission-et-valeurs/>

¹⁹ Ibid, page 8

Conclusion

En résumé, le Conseil québécois de la coopération et de la mutualité estime, comme la présidente de la SODEC, Mme Monique Simard, « qu'au Québec, on n'utilise pas assez la structure de la coopérative »²⁰. Les recommandations déposées dans ce mémoire sont une contribution pour changer cette situation et écrire le nouveau chapitre culturel souhaité par le ministre de la Culture et des Communications pour le Québec.

Recommandations :

- 1. *Il est proposé que le ministère de la Culture et des Communications crée un programme***
 - a. *appuyant le regroupement en coopératives d'un plus grand nombre de producteurs et de diffuseurs culturels;***
 - b. *et facilitant le fonctionnement en réseau des coopératives actives dans le secteur culturel.***
- 2. *Il est proposé que le ministère de la Culture et des Communications établisse un programme en lien étroit avec le Plan d'action en économie numérique du gouvernement du Québec pour optimiser les mesures favorisant le virage numérique des coopératives culturelles, notamment leur mise en réseau pour la diffusion, le commerce électronique et la gestion intégrée de données.***
- 3. *Il est proposé que le gouvernement du Québec profite de la politique culturelle renouvelée pour s'inspirer du Marketplace Fairness Act adopté en mai 2013 par le gouvernement des États-Unis et mette fin à la concurrence déloyale exercée par les grandes entreprises mondiales de commerce en ligne transfrontalier.***
- 4. *Il est proposé que le ministère de la Culture et des Communications trouve avec le ministère de l'Éducation les moyens pour rétablir et maximiser les budgets culturels des écoles et collèges du secteur public afin que les élèves et les étudiants aient un accès aux créateurs artistiques, littéraires et artisans ainsi qu'à leur production.***
- 5. *Il est proposé***
 - a. *que le ministère de la Culture et des Communications arrime sa politique à la nouvelle Loi sur l'économie sociale et rende admissibles à ses programmes et mesures les entreprises d'économie sociale sans restriction;***
 - b. *que le Conseil des arts et des lettres du Québec et la Société de développement des entreprises culturelles supportent les artistes et producteurs culturels qui adoptent le modèle d'affaires coopératif pour développer leur marché et vivre de leur production;***
 - c. *que le ministère de la Culture et des Communications intervienne auprès de la Régie des alcools, des courses et des jeux afin qu'elle arrime ses politiques à la nouvelle Loi sur l'économie sociale et reconnaisse les coopératives du secteur culturel.***

²⁰ Les défis du Québec, selon Monique Simard, Le Devoir, 18 septembre 2014 <http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/418779/culture-les-defis-du-quebec-selon-monique-simard>

Annexe 1

Régie des alcools,
des courses
et des jeux

Québec

Direction des services à la clientèle de Québec

Québec, le 7 avril 2016

Monsieur Yanik Élement
La Machine à Truc
40, 7^{ème} rue est
Mont-Louis, Qc, G0E 1T0

OBJET: Demande de permis de réunion pour vendre
Numéro de demande : 409838

Monsieur,


Vous trouverez joint à la présente, le permis de réunion demandé.

Toutefois, veuillez prendre note que nous vous émettons pour une dernière fois un permis de réunion pour vendre à moins que le groupe que vous représentez soit légalement constitué en personne morale sans but lucratif au Registre des entreprises.

Nous vous avisons que la présentation d'une demande similaire dans le futur, fera l'objet d'une convocation devant les régisseurs.

Pour joindre les services du Registre des entreprises, vous pouvez consulter leur site Internet au : www.registreentreprises.gouv.qc.ca ou joindre leur service de renseignements généraux par téléphone au : (418), (514) ou 1 877 644-4545.

Veuillez recevoir, Monsieur, nos salutations les meilleures.


Debbie Losier
Préposée aux renseignements
Direction des services à la clientèle de Québec

p.j. Permis de réunion

Québec
560, boulevard Charost Est
Québec (Québec) G1K 3J3
Téléphone : (418) 643-7667
Sans frais : 1 800 363-0320
Télécopieur : (418) 643-5971
www.raj.gouv.qc.ca

Montréal
1, rue Notre-Dame Est, 9^{ème} étage
Montréal (Québec) H2Y 1B6
Téléphone : (514) 873-3577
Sans frais : 1 800 363 0320
Télécopieur : (514) 873-5861



Drummondville, le 19 février 2016

Monsieur Denis Bourgoin
Régie des alcools, des courses et des jeux
560 boulevard Charest Est
Québec (Québec) G1K 3J3

Objet : Dossier 401869

Monsieur,

Pour faire suite à notre conversation téléphonique, je vous confirme que Commerce Drummond devient responsable de l'activité soumise par la Coopérative de solidarité artistique de la MRC Drummond devant se dérouler le 10 mars 2016 au 219 Heriot.

Les profits iront entièrement à Commerce Drummond.

Notre numéro d'entreprise du Québec (NEQ) est le : 1142207936

Espérant le tout conforme, veuillez recevoir, Monsieur Bourgoin, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Le directeur général

Guy Drouin

c. c. Suzette Joyal, présidente
AXART

