

LE PROBLÈME QUAND ON VEUT FAIRE RIRE AU CANADA

Une histoire d'humour au Canada

EXPOSÉ DE POLITIQUE SUR L'HUMOUR AU CANADA

Préparé pour :

Le syndicat canadien des pigistes / Unifor / ACHS

Rédigé par :

Sandra Battaglini

Août 2026



Paloma Nunez, Amrutha Krishnan, Brandon Hackett,
Kris Siddiqi and Kevin Whalen. The Good, The Bad,
The Young and The Restless.

Crédit photo : DJ Tran

 **unifor**
theUnion | lesyndicat



Robert Watson

Résumé

Les humoristes au Canada occupent une place paradoxale au sein du paysage culturel canadien. L'humour est l'un des produits culturels d'exportation les plus reconnaissables du pays et un puissant vecteur d'expression de l'identité canadienne. Néanmoins, les humoristes restent largement exclus des cadres institutionnels conçus pour soutenir la culture canadienne.

Sans changements importants aux politiques, notamment l'admissibilité à des mécanismes de financement clés comme le Conseil des arts du Canada ainsi qu'une plus grande capacité et facilité à travailler aux États-Unis, ils continueront à faire face à des difficultés pour assurer leur subsistance et à lutter pour se constituer un public. De plus, les humoristes au Canada méritent la mise en place de normes professionnelles, de protections pour défendre leurs droits en tant que travailleuses et travailleurs, et la possibilité de négocier une rémunération juste et équitable ainsi qu'un traitement équitable sur leur lieu de travail.

Contrairement aux écrivaines et écrivains, aux musiciennes et musiciens, aux cinéastes et aux artistes du théâtre, les humoristes ne sont pas officiellement reconnus dans les principaux mécanismes fédéraux de financement culturel.



Jeff Paul, Keith Pedro, Matt O'Brien, Julia Hladkiewicz, Cliff Myers, Kari Johnson, Hershawn Arora, Ali Hassan.
Ice Breakers Comedy Festival.

En conséquence, ils ne peuvent pas accéder au financement public pour développer leur travail, faire des tournées nationales, enregistrer des albums ou des émissions spéciales, se constituer un public numérique, ou participer à des programmes de formation professionnelle et de mentorat. Cette exclusion crée une lacune structurelle dans la politique culturelle du Canada qui nuit à la viabilité du secteur de l'humour et place les humoristes parmi les travailleurs et travailleuses culturels les plus précaires du pays.

Ces problèmes ont empiré avec la transformation rapide de l'économie numérique, et plus récemment surtout, alors que la création de contenu occupe le devant de la scène! On attend désormais des humoristes qu'ils soient d'abord des créateurs de contenu et ensuite seulement des interprètes. La normalisation du travail non rémunéré a accru la pression sur les artistes pour qu'ils maintiennent leur visibilité, transformant de fait la recherche de visibilité en un véritable emploi à temps plein. Ce n'est pas une mince affaire. Parallèlement, les plateformes mondiales – comme TikTok – excluent les créateurs de contenu canadiens des programmes de monétisation comme le Programme de récompenses pour les créateurs, limitant encore davantage leur capacité à générer des revenus grâce à leur travail.

Belinda Corpuz, Alia Rasul et Maricris Rivera du Tita Collective.
Spectacle d'improvisation All Of Our Parents Are Asian.



Crédit photo : Tyra Sweet

Andrew Phung et Jan Caruana. *Theatresports.*



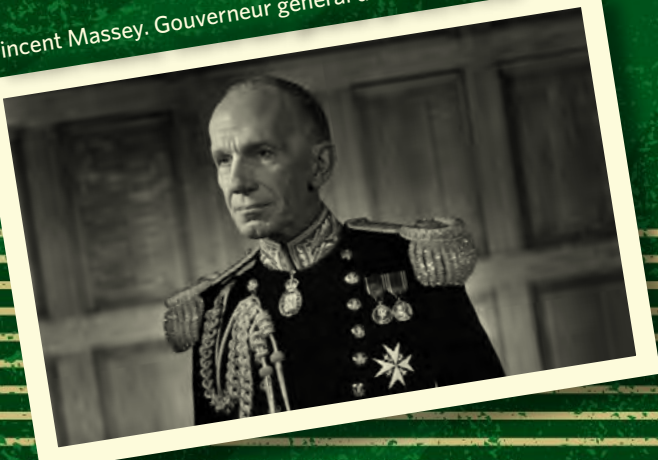
2 | Le problème quand on veut faire rire au Canada

Le Canada reconnaît depuis longtemps la culture comme un pilier de la souveraineté nationale. Des conclusions du rapport de la Commission Massey en 1951 aux débats contemporains sur la souveraineté numérique et la politique culturelle, les gouvernements ont maintes fois reconnu que le soutien aux artistes est essentiel pour conserver une voix canadienne distincte dans l'ombre des États-Unis. Pourtant, les humoristes – bien qu'ils soient des narrateurs essentiels de la vie canadienne – sont restés largement absents de ces cadres stratégiques.

L'humour doit être reconnu comme un domaine artistique légitime au sein de l'architecture de la politique culturelle canadienne. Une action fédérale immédiate s'impose pour reconnaître officiellement l'humour comme une forme d'art, étendre l'admissibilité des humoristes au financement public des arts, s'attaquer aux obstacles à la mobilité transfrontalière de la main-d'œuvre et établir des normes sectorielles qui protègent les humoristes en tant que travailleuses et travailleurs culturels.

Il ne s'agit pas simplement de soutenir un groupe d'artistes, mais bien de préserver une forme essentielle de narration canadienne. L'humour reflète en temps réel les expériences vécues au quotidien et les complexités de la vie canadienne. Sans un soutien stratégique significatif, le Canada risque de faire taire une voix essentielle dans son dialogue culturel — et de céder un nouvel espace d'expression culturelle à la domination américaine.

Vincent Massey. Gouverneur général de 1952 à 1959.



Affirmative Reaction. Spectacle d'improvisation
All Of Our Parents Are Asian. Crédit photo : Tyra Sweet

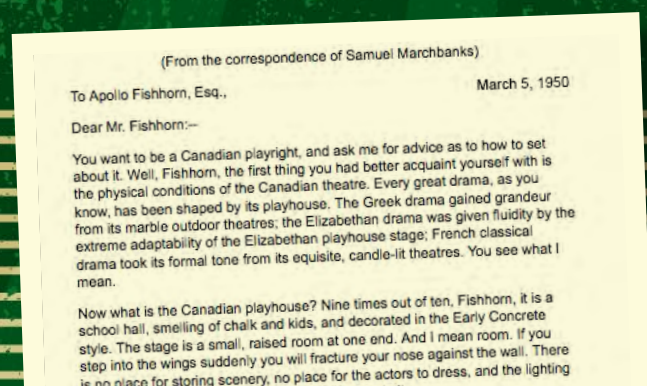
En termes simples, au cœur de ce problème se trouve une contradiction structurelle : les humoristes canadiens se font dire qu'ils font partie des industries culturelles, mais lorsqu'on examine les définitions de ces industries, on ne trouve nulle part mention des humoristes.

Objectif

L'objectif de ce projet est d'établir l'humour comme un secteur culturel reconnu au sein du paysage des politiques artistiques et culturelles du Canada et d'assurer la viabilité, la structure et la pérennité du secteur de l'humour au Canada.

Malgré l'importance culturelle et la contribution économique de l'humour, les humoristes canadiens — en particulier ceux qui pratiquent le stand-up, l'improvisation et le sketch — restent exclus des principales institutions fédérales destinées à soutenir la création artistique et la production culturelle.

Cette initiative vise à combler cette lacune structurelle en préconisant des changements de politique visant à faire reconnaître les humoristes comme des travailleuses et travailleurs culturels et garantir qu'ils aient un accès équitable aux ressources, aux protections et aux possibilités offertes aux autres artistes.



3 | Le problème quand on veut faire rire au Canada

Cela comprend les mesures suivantes :

- La reconnaissance officielle de l'humour en tant que discipline artistique dans le cadre de financement du **Conseil des arts du Canada** et de tous les organismes de financement provinciaux et territoriaux.
- Une amélioration des protections du travail et des normes de l'industrie pour les humoristes.
- Une plus grande équité en matière de mobilité transfrontalière de la main-d'œuvre entre le Canada et les États-Unis.
- Des solutions stratégiques abordant la monétisation et la visibilité sur les plateformes numériques.
- Le développement de recherches et de données reflétant fidèlement les répercussions économiques et culturelles des humoristes canadiens.



Crédit photo : DJ Tran

The Tita Collective. *Our Big Fat Immigrant Christmas*.

Ensemble, ces mesures renforceraient la viabilité de l'écosystème de l'humour au Canada et garantiraient que les humoristes soient inclus dans les discussions sur la politique culturelle nationale.

Les humoristes canadiens, actuellement exclus des principaux mécanismes de financement et confrontés à des obstacles sur les marchés nationaux et internationaux, évoluent dans un système qui offre peu de soutien institutionnel pour le développement et l'exportation de leur travail.

Cette exclusion représente plus qu'un simple obstacle professionnel pour les humoristes : c'est une occasion manquée pour le secteur culturel canadien. Les humoristes canadiens ont connu un succès mondial et ont contribué à façonner l'humour sur la scène internationale, mais une grande partie de ce succès se produit à l'étranger.

À l'heure où le Canada continue de faire face aux problèmes de la souveraineté culturelle dans un paysage médiatique numérique en rapide évolution, soutenir l'humour n'est pas seulement une question d'équité. C'est un investissement dans une forme d'expression culturelle canadienne particulièrement puissante.

Reconnaître et soutenir les humoristes en tant que travailleuses et travailleurs culturels renforcerait l'économie créative du Canada, élargirait les possibilités pour les voix canadiennes et garantirait que l'humour reste un élément dynamique de l'avenir culturel du pays.

Mike Myers, Neil Young et Adele. *Le Rivoli Wall of Fame!*



Cliff Myers, *Ballroom Bitz 11*.



Aperçu

L'humour au Canada est souvent considéré comme un simple divertissement plutôt que comme un secteur à part entière des industries culturelles du Canada. Les humoristes de stand-up, d'improvisation et de sketches génèrent une activité économique grâce aux spectacles en direct, aux festivals, à la production de contenu numérique, aux tournées, aux apparitions à la télévision et sur les plateformes de diffusion en continu, à l'écriture et aux exportations culturelles à l'international.

Les artistes canadiens ont joué un rôle déterminant dans le façonnement de l'humour à l'échelle mondiale — des traditions d'improvisation de la Second City à l'héritage de l'humour de sketches des Kids in the Hall, en passant par le succès international d'artistes issus d'institutions comme Juste pour rire. Malgré cette influence, l'humour reste largement absent de l'architecture officielle de la politique culturelle canadienne. Alors que d'autres secteurs culturels bénéficient d'un soutien structuré par l'intermédiaire d'organismes comme le Conseil des arts du Canada, les humoristes opèrent en dehors de ces cadres, se construisant souvent des carrières reconnues à l'échelle internationale sans le soutien institutionnel accordé aux autres artistes canadiens. Reconnaître l'humour comme une industrie culturelle n'est donc pas un geste symbolique : c'est une étape nécessaire pour aligner la politique culturelle du Canada sur les réalités du travail créatif contemporain.

Il convient de noter que le gouvernement fédéral accorde effectivement un financement à l'humour au Canada par le biais d'un certain nombre de mesures qui sont principalement consacrées aux salles et aux festivals. Voici un extrait d'un courriel de réponse d'un représentant du ministère du Patrimoine canadien :

[Traduction]

Le gouvernement reconnaît les obstacles auxquels se heurtent les humoristes canadiens pour accéder aux scènes américaines. Vous serez peut-être intéressés de savoir que plusieurs programmes de financement de Patrimoine canadien reconnaissent déjà l'humour comme une discipline de spectacle admissible, à savoir le Fonds du Canada pour la formation dans le secteur des arts, le Fonds du Canada pour les espaces culturels, le Fonds du Canada pour l'investissement en culture et le Fonds du Canada pour la présentation des arts. Les organismes axés sur l'humour sont invités à présenter une demande s'ils satisfont aux critères des programmes. Beaucoup ont récemment reçu un soutien, notamment l'École nationale de l'humour de Montréal, le Festival de l'humour HubCap, le Toronto Sketch Comedy Festival, l'Arctic Comedy Festival, le Halifax Comedy Fest, le Festival ComediHa! et Juste pour rire.

Bien que ce soutien financier soit le bienvenu, dans la pratique, ce financement n'apporte pas grand-chose aux humoristes et aux artistes en activité et ne profite pas aux créateurs d'humour. En fait, une grande partie de l'argent accordé à ces festivals sert à faire venir des artistes américains.

Kids in the Hall. Kevin McDonald, Scott Thompson, Bruce McCulloch, Dave Foley, Mark McKinney.

Crédit photo : CBC/CBC Comedy



Gilda Radner, Dave Thomas, Rosemary Radcliffe, Eugene Levy, John Candy.



!

Le problème **STRUCTUREL**

L'humour et la souveraineté culturelle du Canada

Dans son examen du cadre législatif de 2020, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a souligné l'urgence de reconnaître qu'à l'ère numérique, le contenu audiovisuel est essentiel à la préservation et à l'expression de l'identité culturelle et de la souveraineté du Canada dans toute sa diversité. Alors que les plateformes mondiales dominant de plus en plus le marché

culturel, les histoires que les Canadiens voient, entendent et avec lesquelles ils interagissent risquent d'être façonnées par des intérêts étrangers — principalement ceux des États-Unis — à moins que des mesures immédiates ne soient prises pour donner la priorité au Canada.

Ce virage monumental du paysage de l'information a ajouté une pression considérable pour produire un flux constant de contenu. Au sein de ce marché culturel en mutation rapide, les humoristes canadiens se trouvent dans une position particulièrement précaire — une position façonnée non seulement par les forces du marché, mais aussi par des exclusions structurelles au sein même du cadre de la politique culturelle canadienne.



2.

Pourquoi l'humour EST-IL IMPORTANT?

L'humour fait partie intégrante de l'économie, de la culture et de l'identité du Canada. Par ailleurs, nous sommes connus dans le monde entier pour notre humour. Alors pourquoi le Canada ne le reconnaît-il pas?

Que diriez-vous d'un peu de contexte?

Pendant la Deuxième Guerre mondiale, les groupes artistiques canadiens ont exhorté le gouvernement fédéral à investir dans les arts et la culture en réponse aux régimes totalitaires comme l'Allemagne nazie et la Russie soviétique, en tant que moyen de protéger la démocratie. (*Étude générale, Arts et culture : la politique fédérale, 2010*).

En conséquence, le premier ministre Louis St-Laurent a officiellement nommé une Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, des lettres et des sciences en 1949.

Voici les constatations du rapport :

« En tant que pays agricole et industriel, le Canada occupe un rang prééminent dans le monde. Son importance est beaucoup moins considérable parmi les nations qui contribuent à la découverte de régions nouvelles dans l'esprit et dans l'âme de l'homme. Nous essayons de nous en justifier en invoquant le chiffre de notre population, notre jeunesse relative et cette lutte qu'il a fallu mener pour maîtriser les grandes forces naturelles.

Ces deux dernières excuses ne peuvent plus être acceptées. Quant à la première, ce n'était même pas une excuse. »

— (*Rapport de la Commission Massey, 1951*)

Non seulement les Canadiennes et les Canadiens voulaient-ils protéger leur démocratie à l'époque, mais ils étaient également déterminés à préserver l'existence même du pays. Dans l'après-guerre, cela revêtait un caractère d'urgence particulier, le Rapport de la Commission Massey mettant en garde contre « l'état anémique de la culture canadienne, menacée d'extinction à cause de l'influence pernicieuse de la culture américaine au Canada ». Les liens militaires et économiques croissants du Canada avec les États-Unis ont alimenté les craintes concernant le continentalisme — une doctrine selon laquelle le Canada et les États-Unis devraient fusionner en une seule nation nord-américaine. Par conséquent, le rapport recommandait de consolider « les éléments durables qui stimulent le sentiment national et rendent les gens conscients des aspects les plus nobles de la vie de la nation ».

Voici les conclusions du rapport :

À moins d'être l'auteur d'œuvres techniques, l'écrivain canadien qu'il soit romancier, poète ou conteur, historien ou biographe ne peut vivre de sa plume même très modestement. De même, le compositeur et l'auteur dramatique et la majorité des comédiens et des directeurs de productions, doivent, si l'on exclut les débouchés qu'offre la radio canadienne, se résigner à chercher en dehors de



7 | Le problème quand on veut faire rire au Canada

leur art, un revenu essentiel. [...] Les « Canadiens doués » doivent se contenter d'un niveau de vie précaire et ingrat au Canada, ou partir à l'étranger où leurs talents sont recherchés.

— Rapport de la Commission Massey.

Près de 70 ans plus tard, cet avertissement ressemble moins à une note de bas de page historique qu'à un refrain familial — que les humoristes canadiens ne connaissent que trop bien. Dès les premières versions du cadre de la politique culturelle moderne du Canada, les humoristes étaient largement absents du débat — et, à bien des égards, ils le sont encore aujourd'hui. Ce que la Commission Massey n'aurait pu prévoir, c'est qu'un domaine culturel tout entier allait émerger en marge des structures qu'elle avait contribué à mettre en place. L'humour allait devenir l'un des produits culturels d'exportation les plus reconnaissables du Canada, mais les artistes qui l'ont créé resteraient largement absents des cadres institutionnels conçus pour soutenir la culture canadienne.

Depuis la publication du Rapport de la Commission Massey, l'inquiétude sous-jacente à la fusion continentale s'est intensifiée en 1989 avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis — un tournant décisif dans la politique économique canadienne et un test profond de la souveraineté culturelle. Ce qui avait autrefois été présenté comme le risque de voir les artistes partir à la recherche d'opportunités à l'étranger s'est alors mêlé à une nouvelle réalité structurelle : l'intégration croissante des industries culturelles canadiennes dans un marché continental.



John Turner et Brian Mulroney. Débat des chefs, 1984.

Lors d'un débat télévisé entre John Turner et Brian Mulroney, M. Turner a prédit ce qui allait arriver.

[Traduction]

« Une fois qu'un pays cède son agriculture, une fois qu'un pays s'ouvre à une guerre des subventions avec les États-Unis... alors la capacité politique de ce pays à résister à l'influence des États-Unis pour rester une nation indépendante disparaît à jamais. Nous avons construit une infrastructure qui résistait délibérément à la pression continentale des États-Unis. Nous l'avons fait pendant 120 ans. D'un simple trait de plume, vous avez renversé cela. Vous nous avez plongés dans l'influence nord-sud des États-Unis et vous allez, j'en suis sûr, nous réduire à une colonie des États-Unis, car lorsque les leviers économiques disparaissent, l'indépendance politique suit inévitablement. »

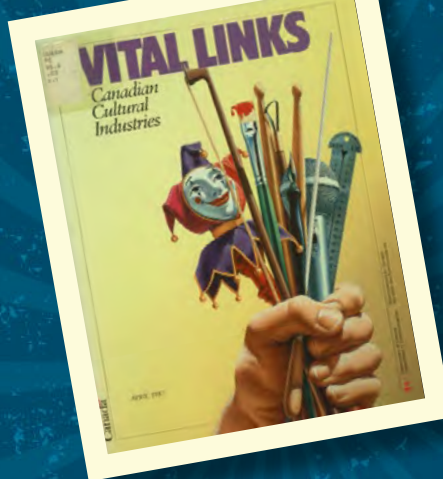
M. Mulroney a rétorqué : [Traduction] « Je crois, à ma modeste manière, que je construis la nation. » C'est peut-être ce que Brian Mulroney croyait, mais comme l'histoire l'a montré, cela nous a enfoncés plus profondément dans un enchevêtrement de domination américaine et de quasi-monopole sur tant d'aspects de notre vie canadienne. Le plus stupéfiant : notre culture.



8 | Le problème quand on veut faire rire au Canada

Dans un rapport commandé par le gouvernement Mulroney sur les industries culturelles en 1987, intitulé Nos industries culturelles : des liens essentiels, on pouvait lire ce qui suit :

« Or, sauf pour le théâtre, presque tous les produits culturels que consomment les Canadiens proviennent de l'étranger : 76 p. 100 des livres vendus au Canada sont importés, 97 p. 100 du temps de projection est consacré aux films étrangers, 89 p. 100 des bénéfices de l'industrie de l'enregistrement sonore reviennent à 12 entreprises sous mainmise étrangère qui mettent surtout en marché de la musique populaire importée et, malgré les efforts déployés depuis plusieurs décennies pour réglementer la télédiffusion, plus de 90 p. 100 des dramatiques présentées à la télévision ne sont pas canadiennes. Nos librairies, kiosques à journaux, boutiques de disques, cinémas et écrans de télévision témoignent tous du fait que le Canada est un des plus grands importateurs de produits culturels. [...] Ce n'est pas notre facilité d'accès aux produits étrangers qui fait problème, mais plutôt notre difficulté à accéder à nos propres œuvres. Cette difficulté tient pour une large part à la structure économique des industries culturelles, qui donne aux produits importés, commercialisés sur une plus vaste échelle et moins coûteux, un avantage indéniable. [...]



Il y a plus de 35 ans, la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, des sciences et des lettres décrivait ainsi le danger : le volume disproportionné de produits de toutes sortes entrant au Canada —principalement de produits américains—permet difficilement de faire valoir nos propres produits. Certes, nous avons accompli des progrès depuis cette époque. En 1950, il n'y avait presque pas de livres, de disques ou de films canadiens, pas plus d'ailleurs que de troupes professionnelles. Depuis lors, nous avons assisté à l'éclosion progressive d'une foule d'organisations vouées à la création; si l'on considère leur nombre par habitant, le Canada peut maintenant se comparer aux autres pays industrialisés. Ces réalisations demeurent cependant fragiles, car le problème fondamental qui touche nos industries culturelles s'est aggravé, en partie à cause de la transformation rapide du milieu dans lequel elles évoluent.

C'est ce qui a fait dire à un observateur britannique contemporain : « Aucun autre pays ne pratique, autant que le Canada, la libre circulation des produits culturels, mais aucun autre pays n'en est aussi complètement la victime ».



3. *L'émergence d'un mouvement* **DE L'HUMOUR**

Pendant des décennies, les humoristes canadiens ont exercé leurs activités sans aucune structure formelle pour l'industrie, sans représentation collective et sans accès au financement public de la culture. Cela a commencé à changer en 2016 lorsqu'un petit groupe d'humoristes s'est regroupé autour d'une revendication simple : la reconnaissance et la réciprocité.

Au cours de ce même débat entre MM. Turner et Mulroney, M. Turner a proclamé que le Canada ne disposait pas **de droits de réciprocité** sur le marché américain. Cela est devenu, par coïncidence, le cri de ralliement du mouvement qui a vu le jour en 2016, lorsque les humoristes canadiens se sont ralliés à une lettre ouverte adressée à l'ancien premier ministre Justin Trudeau et rédigée par Sandra Battaglini, demandant « Juste un peu de réciprocité ». La lettre réclamait l'accès au financement des arts et l'assouplissement des restrictions pour travailler aux États-Unis. Peu après, ils ont formé l'**ACHS** (Association canadienne des humoristes stand-up, sketch et impro), une initiative sans précédent dans le monde, et ont effectué leur premier voyage à Ottawa lors des renégociations de l'ALENA, grâce au généreux soutien de Temple Scott & Associates en 2018.

Sandra Battaglini, Ludmilla von Hoyningen Huene, Sean Carson et le lobbyiste Chris Gray. Parlement canadien.



L'ACHS a participé à de nombreuses réunions avec des ministres et des ministères fédéraux au sujet de la mobilité de la main-d'œuvre. À l'époque, le gouvernement dressait une liste de mesures de rétorsion potentielles pour contrer la nouvelle guerre des tarifs douaniers lancée par l'administration Trump et a demandé à l'ACHS si elle serait favorable à l'instauration d'un tarif douanier sur les humoristes américains entrant au Canada pour y travailler. Après mûre réflexion, l'ACHS a refusé, invoquant sa solidarité avec ses homologues américains. Peu après, la question de la mobilité de la main-d'œuvre a été retirée de la table de négociation.

Les responsables du ministère du Commerce ont invoqué le refus du Canada d'ouvrir son secteur des télécommunications, craignant que des grandes entreprises comme Rogers Communications et Bell Canada ne soient absorbées par des géants américains des télécommunications. En retour, les États-Unis ont refusé de faire avancer les discussions sur la mobilité de la main-d'œuvre. En effet, le Canada a donné la priorité à la protection de son industrie des télécommunications au nom de la souveraineté culturelle, ces entreprises étant censées être les principaux vecteurs de la culture canadienne.

À cette fin, lors d'une conférence de presse, Justin Trudeau a déclaré ceci : « Il est inconcevable pour les Canadiens et les Canadiennes qu'un média américain puisse acheter un média canadien, que ce soit un journal, une chaîne ou un groupe de télévision. C'est pourquoi nous avons dit très clairement que la défense de l'exception culturelle est fondamentale pour les Canadiens et les Canadiennes. » (CBC, 5 septembre 2018)

10 | Le problème quand on veut faire rire au Canada

Certes, protéger les entreprises médiatiques canadiennes contre leur achat par des conglomérats américains est défendable si ces entités investissent de manière significative dans les actifs culturels canadiens et en génèrent. Cependant, depuis des années, des entreprises comme Bell et Rogers s'appuient fortement sur l'acquisition d'émissions américaines qu'elles désignent comme du contenu canadien, privilégiant les retombées commerciales au détriment d'un développement culturel substantiel.

Depuis des dizaines d'années, le Canada justifie sa politique culturelle comme un rempart contre la domination culturelle américaine. Pourtant, au sein de cette longue tradition de protection culturelle, un groupe majeur de travailleuses et de travailleurs culturels est resté largement invisible : les humoristes.

Une pétition soutenue par la députée Julie Dabrusin a été lancée en ligne pour demander au gouvernement fédéral de reconnaître l'humour comme une forme d'art. Cette pétition faisait partie de la campagne de lobbying de l'ACHS à Ottawa. Elle a été déposée à la Chambre des communes et a reçu une ovation debout. La force du moment s'amplifiait. Un esprit de solidarité commençait à s'installer. Puis...

Une crise décisive!

La fragilité de l'écosystème de l'humour canadien est apparue au grand jour en 2019 lorsque la nouvelle a été annoncée que Juste pour rire allait acquérir la chaîne d'humour de Sirius XM, Canada Laughs (chaîne 168). La nouvelle station, rebaptisée Just for Laughs Radio, diffuserait désormais des contenus issus de ses archives, qui comprenaient



Just For Laughs to air only Canadian comedians after blowback over radio deal

By Staff • The Canadian Press
Posted February 28, 2019 1:01 am • 2 min read



des artistes du monde entier, réduisant ainsi ce qui avait longtemps été le seul espace permettant aux humoristes canadiens indépendants de se faire entendre. Les humoristes ont crié au scandale, affirmant que cette décision priverait les talents locaux d'une source vitale de visibilité et de revenus. ([Global News](#), 28 février 2019)

S'ensuivit un extraordinaire mouvement de mobilisation collective. La nouvelle de l'acquisition s'est rapidement répandue à travers le monde, galvanisant tant les artistes que leurs alliés. [Le site britannique Chortle a qualifié cet événement de « révolution canadienne »](#). L'ACHS a entamé des négociations tendues avec les dirigeants de Juste pour rire, avertissant le président Bruce Hills que cette décision aurait des conséquences dévastatrices pour le secteur de l'humour au Canada. Parallèlement, des appels ont été lancés au ministère du Patrimoine canadien, et la pression publique s'est intensifiée — notamment par des critiques adressées à Howie Mandel, l'un des partenaires de l'entreprise.



Cliff Myers, président de la CASC, lors du congrès national du syndicat Unifor, 2024.

C'est alors qu'un événement monumental s'est produit. [Traduction] « Les hauts responsables des sociétés partenaires ont annoncé conjointement mercredi que la chaîne rebaptisée Just For Laughs Radio Canada ne diffuserait que des spectacles des humoristes canadiens indépendants, qui auront droit aux mêmes redevances que sous l'ancien régime. » (Global News, 28 février 2019)

Cet épisode a été bien plus qu'une simple polémique passagère; il a mis en lumière la fragilité des structures de l'humour au Canada et les enjeux liés à la concentration des médias au sein d'un petit marché culturel. Il a également démontré que les humoristes — longtemps considérés comme des travailleurs autonomes évoluant en vase clos — pouvaient se mobiliser collectivement pour défendre leurs droits du travail et leur survie économique.

Ce qui avait commencé comme une réaction défensive face à une consolidation des entreprises s'est transformé en une affirmation durable du pouvoir de la main-d'œuvre culturelle. Dans ce contexte, au début de l'année 2024, la chaîne a discrètement mis fin à son affiliation avec Juste pour rire et a une fois de plus changé de nom, cette fois sous le nom de SiriusXM Comedy Club, une décision saluée par les humoristes.

C'est un véritable miracle que les humoristes aient pu s'unir de manière aussi significative et à un moment aussi crucial. Dix ans plus tard, ils se sont joints à **Unifor** (le plus grand syndicat du secteur privé au Canada) en tant que section communautaire au sein de la section locale **SCP** (Le syndicat canadien des pigistes), les intégrant ainsi officiellement au mouvement syndical. Lors de la réunion de son Conseil national en 2025, le SCP a présenté une résolution exigeant que le gouvernement fédéral reconnaisse officiellement l'humour comme une forme d'art, et celle-ci a été adoptée à l'unanimité. Cela ne s'était jamais produit auparavant au sein du SCP.

Pourtant, alors même que les humoristes commençaient à s'associer collectivement, ils se sont heurtés à un problème plus profond : non pas simplement un manque de financement, mais un manque de définition. Dans le cadre de la politique culturelle canadienne, les humoristes semblent exister partout et nulle part à la fois.

Sandra Battaglini, présidente fondatrice, lors du congrès national du syndicat Unifor, 2024.



4.

La contradiction **STRUCTURELLE**

Tout est dans la définition!

Depuis près de dix ans, l'ACHS fait pression sur le Conseil des arts du Canada pour que l'humour soit inclus comme **domaine de pratique**. Lors de la première rencontre avec le Conseil, l'humour n'était pas considéré comme une forme d'art, ce qui était la raison invoquée auprès de nombreux humoristes pour justifier le refus de financement. Par la suite, le Conseil a commencé à encourager les humoristes à présenter des demandes de financement tout en leur refusant, au motif qu'ils ne disposaient pas de références « reconnues » ou « légitimes ».

Dans notre plus récente correspondance, un représentant du Conseil a déclaré ce qui suit :

*Il soutient l'humour par le biais des disciplines artistiques que sont la narration et le théâtre. Le financement du Conseil des Arts du Canada vient compléter d'autres sources de soutien public mieux adaptées aux industries culturelles commerciales à but lucratif et aux petites entreprises, ou aux programmes académiques et sociaux. Le Conseil **ne finance pas les projets commerciaux** dans les industries culturelles comme l'humour, la musique, le cinéma, la télévision et les jeux vidéo. Le Conseil ne soutient qu'un nombre limité d'organismes*

artistiques à but lucratif qui jouent un rôle important dans la diffusion des œuvres d'artistes et d'auteurs, comme les éditeurs littéraires, les maisons de disques et les services de gestion artistique.

Bien que le Conseil reconnaisse la créativité inhérente à de nombreuses activités, il est fortement recommandé aux demandeurs de démontrer avant tout leur intention artistique lorsqu'ils sollicitent un financement et de s'assurer que les projets offrent des conditions de travail professionnelles aux artistes et aux travailleuses et travailleurs culturels.

Malheureusement, il semble que le Conseil soutienne l'humour, mais **pas** lorsqu'il est interprété par des humoristes.

Qu'est-ce qui définit l'industrie culturelle canadienne?

Selon **Culture à l'œuvre Canada** : « Une activité culturelle comprend la création, la recherche, la conception, la production, la fabrication, la présentation, l'exécution ou la conservation de biens et de services créatifs, y compris la découverte et la conservation du patrimoine – tous à des fins professionnelles. » Cela ressemble à ce que fait un humoriste.

Dans ce cas, qu'est-ce qu'un bien ou un service culturel? Formellement, un bien ou un service culturel doit être le résultat d'une activité créative ou artistique et satisfaire à au moins un des critères que voici. Il doit avoir le potentiel d'être protégé par la loi sur les droits d'auteurs. À titre d'exemple, un article de magazine, un scénario, un manuscrit, un dessin, une chorégraphie, un livre, une chronique de journal, une sculpture, une émission de radio, un film, etc. Il permet la création,

Les membres fondateurs de la direction de la CASC, Sandra Battaglini, Johanne Britton et Adam Growe, en compagnie des dirigeants du Conseil des arts du Canada.



Culture Works Canada
Empowering Canada's Cultural Workforce



Evan Carter, *The One Show*.

Crédit photo : Stephan Kazemi

la production, la diffusion ou la conservation de produits culturels, comme l'enregistrement sonore, la fabrication, l'impression, la radiotélédiffusion, la baladodiffusion, etc.

Qu'est-ce qu'une profession culturelle? Les professions créatives comportent la création, la production et la diffusion de biens et de services culturels — comme les peintres, les actrices et les acteurs, les danseuses et les danseurs, les écrivaines et les écrivains, les musiciennes et les musiciens. Les professions de la technique et des opérations donnent du soutien pour les biens et les services culturels, et comprennent les techniciennes et techniciens de télévision, de cinéma ou de radiotélédiffusion. La collecte et conservation du patrimoine forme le plus petit groupe et il est constitué des bibliothécaires, des conservatrices et conservateurs, des archivistes ainsi que des techniciennes et techniciens du milieu naturel et de la pêche. La gestion de la culture fait du soutien de la gestion pour la création, la production et la diffusion des biens et des services culturels.

Les humoristes ne sont mentionnés nulle part dans ces définitions, bien qu'ils répondent clairement aux critères.

Matériel ou immatériel?

En septembre 2017, le ministère du Patrimoine canadien a lancé *Canada créatif*, un cadre stratégique qui positionne les industries créatives au cœur de l'identité culturelle et de l'économie du Canada. Son mandat explicite est d'ancrer le secteur créatif au cœur de l'économie de l'immatériel du Canada.

L'ironie réside dans le fait que ce que les humoristes développent **est** matériel. Les humoristes produisent le matériel même – les scripts, les spectacles et les enregistrements – qui circule dans le système de l'humour tout en restant largement invisible à celui-ci.

Si l'humour produit clairement des biens culturels, participe aux industries culturelles et génère de la propriété intellectuelle, la question demeure : pourquoi les humoristes sont-ils toujours absents des cadres qui définissent et soutiennent la main-d'œuvre culturelle du Canada?

Derrière les projecteurs et la reconnaissance mondiale se cache toutefois une réalité crue : les humoristes canadiens bâtissent ce succès culturel en grande partie par leurs propres moyens, malgré des obstacles systémiques, un travail précaire et un soutien institutionnel minime.

Cette question mène directement au problème central auquel la profession est confrontée aujourd'hui : **la réalité du travail dans le domaine de l'humour.**

5.

La réalité du travail **DANS LE DOMAINE DE L'HUMOUR**

Derrière les débats sur les politiques culturelles se cache une réalité bien simple : l'humour, c'est du travail.

C'est peut-être ce qui a manqué tout ce temps dans le discours sur l'humour canadien.

Pour que les choses soient claires, lorsque nous parlons d'humour dans ce contexte, nous faisons référence au **stand-up**, à l'**improvisation** et aux **sketchs**.

Trop souvent, les humoristes canadiens font des dons, du troc et vont même jusqu'à se produire gratuitement. En l'absence de normes sectorielles, la capacité de négocier une rémunération juste et équitable ainsi que des conditions de travail sûres devient une entreprise précaire, et la valeur attribuée aux humoristes reste largement à la merci des clubs, des producteurs, des agents et des pairs.

Cela ne veut pas dire qu'il n'y a pas d'excellents producteurs et propriétaires de clubs au Canada qui traitent les humoristes de façon équitable, mais il existe une longue histoire de manquements graves. Par exemple, si vous figurez sur la liste des artistes de Yuk Yuk's, il vous est interdit de vous produire dans d'autres clubs, même lorsqu'ils ne proposent pas d'emploi à temps plein. Il s'agit d'une pratique vieille de plusieurs décennies qui a été contestée dans les années 1980 lorsque les humoristes ont protesté contre les politiques de non-concurrence de l'entreprise.

[Traduction]

« Les humoristes se plaignaient de devoir être engagés par l'intermédiaire de Funny Business, l'agence artistique créée par [Mark] Breslin pour desservir ses clubs et ses tournées. Les humoristes se plaignaient que s'ils trouvaient des contrats par l'intermédiaire d'autres agences ou se produisaient dans des salles extérieures, ils n'étaient pas les bienvenus à Yuk Yuk's. Le Bureau de la concurrence Canada est intervenu pour mener une enquête et a conclu que l'empire de M. Breslin contrôlait l'offre de spectacles d'humour stand-up et se livrait à des pratiques de non-concurrence susceptibles de réduire la concurrence dans le secteur des services d'humour stand-up. M. Breslin a d'une manière ou d'une autre revendiqué « une victoire claire pour notre système », mais a promis de cesser les pratiques dénoncées par les humoristes, évitant ainsi une audience en bonne et due forme devant le Tribunal de la concurrence qui aurait pu aboutir à des amendes ou à la dissolution de ses entreprises. - « *Nobody's Laughing Now* », *The Globe and Mail*, 22 mars 2008

À ce jour, les humoristes sont toujours confrontés à ces conditions difficiles.

Rohini Kalia, Yuk Yuk's Toronto.



15 | Le problème quand on veut faire rire au Canada

Les humoristes canadiens se sont plaints que notre radiodiffuseur national se soit soustrait à son obligation de les rémunérer pour les enregistrements réalisés dans le cadre de l'émission « *Laugh Out Loud* » de la CBC. Bien que l'accord entre la CBC et l'ACTRA prévoie le versement de cachets aux humoristes, la CBC n'a, dans le cadre des enregistrements de « *Laugh Out Loud* », systématiquement rémunéré les humoristes que lorsque l'enregistrement était effectivement diffusé. Les contrats étaient souvent signés après le fait, et les questions relatives aux droits d'auteur n'étaient pas prises en compte. Les humoristes n'ont pas été inclus dans les dernières négociations lorsque ces conditions ont été redéfinies entre les deux parties, malgré la demande de l'ACHS au cours des six dernières années.

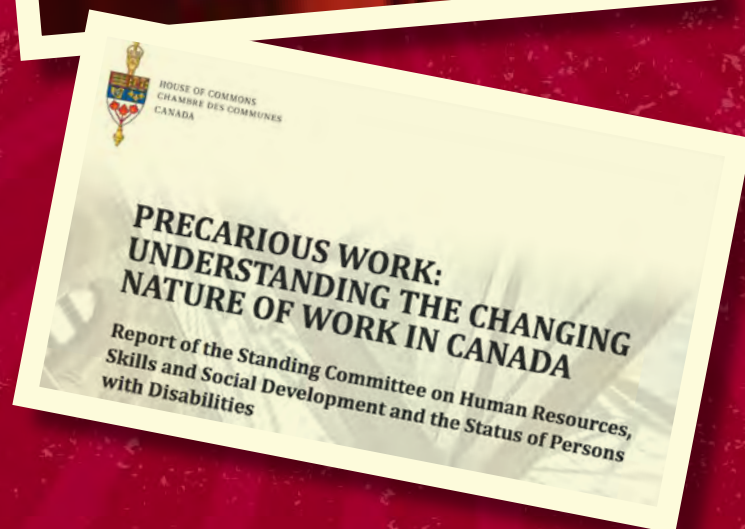
Ce schéma d'exclusion reflète une tendance plus large dans le secteur canadien de l'humour : alors que les humoristes créent le contenu, fidélisent le public et génèrent des revenus, ils restent largement absents des structures et des politiques qui régissent leur travail.

Kirsten Rasmussen, *Hookup*.



Crédit photo : DJ Tran

Cliff Myers, *Laugh Out Loud*.



Travail précaire

Que signifie alors être une travailleuse ou un travailleur précaire?

Selon un rapport intitulé « Emploi précaire : comprendre l'évolution de la nature du travail au Canada », les déterminants importants de la précarité sont : la faible rémunération, l'instabilité du revenu, des régimes de travail précaires, du travail dangereux, le manque d'accès aux avantages sociaux, le manque de perspectives d'avancement et de perfectionnement professionnels, ainsi que les travailleurs vulnérables.

Cela ne pourrait être plus vrai pour les humoristes canadiens, et c'est précisément pour cette raison que l'ACHS a rejoint Unifor en tant que section communautaire – un programme créé pour les travailleuses et travailleurs en situation de précarité.

6.

Menaces de l'ère NUMÉRIQUE

Dans une lettre urgente adressée au premier ministre Carney, les Canadiens pour la souveraineté numérique — une coalition spéciale d'organisations et de citoyens — ont mis en garde contre la menace existentielle que représentent les géants américains de la technologie pour l'infrastructure numérique, l'économie, la vie politique et la culture du Canada, en faisant valoir ce qui suit.

La démocratie canadienne ne peut être libre si notre sphère publique numérique est envahie par l'influence étrangère et rendue toxique à des fins lucratives. Nous ne prospérerons pas non plus en tant que zone d'extraction — qu'il s'agisse de pétrole, de bois d'œuvre, de minéraux, de données, de propriété intellectuelle ou de talents.

Nous sommes un pays souverain avec l'un des plus grands marchés numériques du monde, une population très créative et connectée, diversifiée dans ses langues officielles et ses expressions et valeurs culturelles, et pourtant, on ne nous laisse pas d'autre choix que d'accepter la « domination technologique incontestée et incontestable » des États-Unis et tous les préjudices qui en découlent. (<https://c4ds.ca/fr/>)

Des personnalités canadiennes comme Margaret Atwood, Atom Egoyan et John Ralston Saul — des artistes encouragés par le cadre de la politique culturelle du Canada — comptent désormais parmi les défenseurs les plus virulents appelant le pays à retrouver sa souveraineté.

Si la souveraineté culturelle est érodée au niveau des infrastructures et des politiques, c'est au niveau de l'artiste qu'elle se fait le plus cruellement sentir — en particulier dans des secteurs comme l'humour, qui dépendent de plus en plus des plateformes numériques pour atteindre leur public et générer des revenus.

Inégalités en matière de monétisation dans l'économie numérique

Les plateformes de médias sociaux sont devenues des outils essentiels pour les humoristes et autres créateurs afin de se constituer un public, de diffuser leur travail et de créer des opportunités professionnelles. Cependant, les créateurs de contenu canadiens sont confrontés à des désavantages structurels au sein des systèmes de monétisation de plusieurs grandes plateformes.

Un système de monétisation numérique à plusieurs niveaux est en train de voir le jour, dans lequel les créateurs de certains pays peuvent tirer des revenus directement de la performance de leur contenu, tandis que d'autres — notamment les Canadiennes et les Canadiens — en restent exclus. L'un des exemples les plus significatifs est le Programme de récompenses pour les créateurs proposé par TikTok.

Le Programme de récompenses pour les créateurs permet aux créateurs admissibles de générer des revenus directement en fonction de la performance de leur contenu vidéo une fois que certains seuils sont atteints, notamment un nombre minimum d'abonnés et un certain niveau d'audience. Actuellement, le programme n'est accessible qu'aux créateurs d'un nombre limité de pays, c'est-à-dire les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Allemagne,



Canadians for
Digital Sovereignty



le Japon, la Corée du Sud, la France, le Mexique et le Brésil. Les créateurs de contenu canadiens ne sont pas admissibles à ce programme.

Alors que les créateurs des pays participants peuvent générer des revenus directs à partir de contenus viraux grâce au Programme de récompenses pour les créateurs, les créateurs de contenu canadiens n'ont pas accès à cette source de revenus.

Des représentants du ministère du Patrimoine canadien ont indiqué que la décision de ne pas étendre ce programme de monétisation aux créateurs de contenu canadiens est une décision prise par la plateforme elle-même et non le résultat d'une politique réglementaire canadienne. Quelle que soit la justification, il en résulte que les créateurs de contenu canadiens évoluent sur le même marché numérique mondial que leurs homologues internationaux, mais sans bénéficier d'un accès égal aux outils de monétisation.

Les créateurs de contenu canadiens ont toutefois accès à plusieurs fonctionnalités de monétisation alternatives sur TikTok. Il s'agit notamment de partenariats avec des marques via **TikTok One pour les créateurs**, qui met directement en relation les annonceurs et les créateurs de contenu; d'outils d'appréciation par les spectateurs comme les **Cadeaux vidéo**, qui permettent au public d'envoyer des cadeaux numériques convertis en petits paiements; et des **Abonnements**, qui permettent aux amateurs de soutenir les créateurs au moyen de paiements mensuels récurrents. Bien que ces outils offrent des possibilités de génération de revenus, ils fonctionnent différemment du Programme de récompenses pour les créateurs, qui rémunère directement les créateurs en fonction de la portée et de la performance de leur contenu.

Étude de cas illustrative

Prenons l'exemple de deux humoristes qui publient des clips de stand-up similaires sur TikTok — le premier se trouve aux États-Unis et l'autre, au Canada. Les deux créateurs remplissent les critères d'admissibilité de la plateforme, ayant plus de 10 000 abonnés et des centaines de milliers de vues sur leurs vidéos. Si le clip de l'humoriste américain devient viral, il est admissible à recevoir des paiements directs au titre du Programme de récompenses pour les créateurs en fonction des performances de la vidéo. L'humoriste canadien, bien qu'il ait atteint le même niveau d'engagement de son public, ne reçoit aucune rémunération directe équivalente.

Concrètement, cela signifie que les créateurs de contenu canadiens doivent compter sur des sources de revenus indirectes, comme les partenariats avec des marques ou les contributions des amateurs, tandis que les créateurs des pays admissibles peuvent tirer des revenus directement du succès de leur contenu. Au fil du temps, ces différences s'accumulent, créant un désavantage structurel pour les humoristes canadiens qui évoluent sur le même marché numérique mondial.

À une époque où les plateformes numériques façonnent de plus en plus l'industrie mondiale de l'humour, l'accès inégal aux systèmes de monétisation risque de placer les créateurs de contenu canadiens dans une situation de désavantage concurrentiel. Pour aggraver encore la situation, les humoristes canadiens se heurtent à des obstacles importants lorsqu'ils se produisent à l'étranger.

7.

Mobilité DE LA MAIN-D'ŒUVRE

Les humoristes canadiens qui cherchent à travailler aux États-Unis se heurtent à d'importants obstacles financiers et administratifs, devant souvent déboursier entre 10 000 et 15 000 dollars américains pour obtenir des visas et des permis. À l'inverse, les Américains rencontrent relativement peu d'obstacles pour travailler au Canada et ne paient qu'une somme modique de 45 \$. Ce coût crée un désavantage structurel, obligeant nombre d'entre eux à investir massivement simplement pour accéder à des possibilités sur la scène internationale.



Monty Scott, *The One Show*. Président de la CASC, 2020-2023. *Crédit photo : Stephan Kazemi*

Parallèlement, l'absence de débouchés au Canada pour des emplois bien rémunérés et prestigieux aggrave la précarité et limite le développement de carrière au pays. Il est essentiel de réduire ces obstacles pour permettre à l'humour canadien de s'épanouir tant au niveau national que sur la scène internationale.



8.

Plateformes numériques **ET SOUVERAINETÉ CULTURELLE**

Les structures de monétisation inégales des plateformes mondiales ne sont pas seulement un problème technique ou d'entreprise; elles relèvent de plus en plus de la souveraineté culturelle. Les humoristes canadiens participent à la même économie mondiale de l'attention que leurs pairs, mais ils le font avec moins d'outils économiques à leur disposition pour transformer cette attention en carrières durables.

À long terme, ce déséquilibre risque de renforcer un schéma bien connu dans le secteur culturel canadien : les créateurs qui parviennent à atteindre un public en ligne important se sentent souvent contraints de s'installer sur des marchés plus grands, en particulier aux États-Unis, où les infrastructures de l'industrie et les possibilités de monétisation sont plus solides. Lorsque les plateformes numériques reproduisent ces disparités, elles accélèrent l'exode des talents créatifs canadiens et affaiblissent l'écosystème national qui les soutient. Veiller à ce que les créateurs de contenu canadien puissent participer sur un pied d'égalité aux économies numériques mondiales devrait donc être considéré comme faisant partie du cadre plus large de la politique culturelle du Canada.



9.

Lacune au niveau stratégique : **QUELLE PLACE POUR LES HUMORISTES?**

À la défense des artistes canadiens!

Le Canada a une longue tradition de défense des artistes... du moins en paroles et souvent en réaction à l'hégémonie de la culture américaine.

En 1980, le Canada a signé la Recommandation relative à la condition de l'artiste de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), qui traite des droits d'association et des conditions de travail des artistes. En 1987, le même document d'orientation mentionné plus haut, « *Nos industries culturelles : des liens essentiels* », affirmait que la culture au Canada était devenue active et affirmée, mais que les industries culturelles canadiennes continuaient de faire face à des problèmes pour mettre en relation les créateurs et leur public.¹

¹ L'Accord de libre-échange nord-américain comprend des dispositions qui permettent au Canada de soutenir ses industries culturelles nationales, sous réserve de certaines limites. Les limites de cette protection sont apparues clairement en 1997, lorsque l'Organisation mondiale du commerce a statué contre des mesures visant à promouvoir l'industrie canadienne du magazine.⁷ (Étude générale, Arts et culture : la politique fédérale)



L'ancien Premier ministre du Canada Brian Mulroney.

Par la suite, dans un discours prononcé pour défendre l'accord de libre-échange, Brian Mulroney a contesté les critiques qui affirmaient que celui-ci constituerait une menace pour la classe artistique canadienne :

*Les artistes, écrivains ainsi que les éditeurs canadiens répondent à des besoins proprement canadiens, avec des œuvres qui capturent et expriment l'identité canadienne. Toutefois, leur public national est relativement restreint. Pour nous, au Canada, l'aide du gouvernement est nécessaire pour surmonter les économies d'échelle réduites qui sont une réalité. C'est pourquoi nous avons pris, et continuerons de prendre, des mesures pour renforcer la culture canadienne, comme nous l'avons fait récemment pour la distribution cinématographique. **Dans ces discussions, la culture canadienne n'est pas sur la table.***

Ironiquement, la même déclaration a été faite par Justin Trudeau lors des renégociations de l'ALENA en 2018. La culture canadienne ne serait pas à la table de négociation.



21 | Le problème quand on veut faire rire au Canada

En 1995, la Loi sur le statut de l'artiste est entrée en vigueur. Elle a établi un cadre régissant les relations professionnelles entre les artistes professionnels indépendants et les producteurs exerçant leurs activités dans des domaines relevant de la compétence fédérale. Elle a également créé le Tribunal canadien des relations professionnelles artistes-producteurs afin de régir ces relations; ce tribunal a depuis été aboli et relève désormais de la compétence du Conseil canadien des relations industrielles.

En 1999, le Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes a publié un rapport intitulé « Appartenance et identité », qui appelait à un rôle fédéral continu et renforcé en faveur de la culture. L'objectif du rapport était de veiller à ce que les Canadiennes et les Canadiens aient des choix canadiens et de les lier à la vaste expérience canadienne grâce à un contenu varié, à la créativité, à l'innovation et au renforcement des capacités.

Pris dans leur ensemble, ces rapports marquants suggèrent un pays profondément engagé – du moins en paroles – dans la protection et la promotion de ses artistes. Pourtant, la question demeure : qu'est-ce qui a concrètement changé?

Dans le prolongement de la Recommandation de 2023 relative à la condition de l'artiste (UNESCO), le rapport a mis en évidence les réalités suivantes :

L'économie culturelle et créative alimente la croissance et l'innovation dans le monde entier.

Elle est au cœur de nos sociétés et représente 3,1 % du PIB mondial. Mais nous oublions souvent ses principaux acteurs, à savoir les artistes qui encouragent la diversité culturelle et inspirent nos sociétés. À l'exception d'une minorité privilégiée, les artistes et les professionnels de la culture vivent souvent dans la précarité et sont confrontés à des obstacles importants qui les empêchent de jouir pleinement de leurs droits sociaux et économiques. Le secteur est très informel et de nombreux travailleurs n'ont pas accès à des conditions de travail décentes, sont mal payés ou ne bénéficient pas d'une protection sociale adéquate. En raison de la pandémie de COVID-19, ces problématiques ont atteint un point particulièrement critique. De nombreuses structures ont fermé leurs portes, entraînant des pertes financières considérables pour l'ensemble des industries culturelles. Les premières victimes furent sans conteste les artistes. Alors que le secteur se remet lentement [...], d'énormes défis se dressent devant le monde de la culture.

Par exemple, l'ère numérique offre aux artistes de nouvelles connexions avec le monde, un accès à des marchés plus vastes et de nouveaux outils pour la créativité. Mais elle les expose également à un risque accru de plagiat, de violation des droits de propriété intellectuelle et de perte de revenus et d'emploi. L'incertitude que génère l'intelligence artificielle (IA) et ses effets sur le processus créatif et les moyens de subsistance des artistes représentent une source d'inquiétude croissante [...]
– (Encourager la créativité : mise en œuvre de la Recommandation de l'UNESCO de 1980 relative à la condition de l'artiste, UNESCO)



22 | Le problème quand on veut faire rire au Canada

C'est alors que le rapport en vient à son argument le plus marquant :

Dans un secteur hautement concurrentiel, les artistes n'ont souvent pas le poids nécessaire pour influencer les politiques par rapport aux acteurs du monde de l'entreprise [...]

Sans ce levier, on comprend aisément pourquoi les artistes restent en marge et sont souvent traités davantage comme des amateurs que comme des professionnels. De plus, face à la puissance et aux ressources écrasantes des géants de la technologie, où finiront nos atouts créatifs et qui protégera et défendra notre statut, si ce n'est nous-mêmes?

Nos élus n'ont jusqu'à présent pas su relever le défi, mais le discours de Mark Carney à Davos semblait récemment offrir un certain espoir.

Je dirais également que les grandes puissances peuvent se permettre d'agir seules. La taille de leur marché, leur capacité militaire et leur pouvoir leur permettent d'imposer leurs conditions. Ce n'est pas le cas des puissances intermédiaires. Lorsque nous ne négocions qu'au niveau bilatéral avec une puissance hégémonique, nous négocions en position de faiblesse. Nous acceptons ce qui nous est proposé. Nous nous faisons concurrence pour être les plus accommodants. Ce n'est pas de la souveraineté. C'est faire semblant d'être souverain tout en acceptant la subordination. Dans un monde marqué par la rivalité entre les grandes puissances, les pays intermédiaires ont le choix : soit se faire concurrence pour obtenir des faveurs, soit s'unir pour créer une troisième voie qui aura du poids.

Les membres du conseil d'administration de la CASC : Sandra Battaglini, Adam Growe, Johanne Britton et le sénateur Dennis Dawson.



Moins d'un an avant le discours de Davos, M. Carney avait déjà abandonné la taxe sur les services numériques afin de faire preuve de bonne volonté pendant les négociations en cours concernant les tarifs douaniers. Cette taxe (un prélèvement de 3 % sur les revenus générés par les activités canadiennes) visait à récupérer l'impôt sur les transactions numériques et les bénéfices des grandes entreprises technologiques étrangères qui exploitent des places de marché en ligne, des services publicitaires et des plateformes de réseaux sociaux vendant l'accès aux données des utilisateurs. (« What is Canada's Digital Services Tax », Forbes, 30 juin 2025)

Malgré le discours musclé de M. Carney à Davos, il semble que les intérêts américains continuent de prévaloir. Dans une tribune publiée dans le Globe and Mail au sujet du retrait de la taxe sur les services numériques, Taylor C. Noakes a déclaré ce qui suit : « Soyons clairs. Nous subventionnons les géants technologiques américains qui minent l'économie canadienne autant que notre souveraineté depuis de nombreuses années. » (The Globe and Mail, 3 juillet 2025)

Si ces exemples ne suffisent pas encore à prouver l'ampleur des dégâts infligés par l'hégémon américain, examinons l'analyse percutante et effrayante de Richard Stursberg dans son nouveau livre, Lament for a Literature, où il soutient que les libéraux de M. Trudeau ont repris un secteur culturel gravement affaibli des mains des conservateurs de M. Harper et y ont injecté de l'argent sans s'attaquer aux problèmes structurels

Tricia Black, Colin Mochrie, Ajahn Charley, Andrew Phung, Liz Johnston. Theatresports.



Crédit photo : DJ Tran

difficiles qui l'affectaient, ne faisant qu'empirer la situation. (« Extrait du livre : *How Trudeau Liberals' DEI obsession helped kill Canadian culture* », National Post, 27 janvier 2026)

Il affirme que ce que le gouvernement n'a pas pris en considération, c'est ceci :

À mesure que les médias canadiens s'effritaient et que les Canadiennes et les Canadiens adoptaient les nouvelles plateformes numériques étrangères, ils se détournaient du Canada lui-même. Ils ne consommaient plus les actualités canadiennes, ne riaient plus aux comédies canadiennes, ne lisaient plus les livres canadiens, ne regardaient plus les documentaires canadiens, ni n'écoutaient les opinions des experts canadiens sur les questions sociales, culturelles, politiques, économiques ou historiques nationales. Ils ont en effet quitté le débat national pour s'installer dans un autre pays virtuel, amorphe et cloisonné par des filtres.
- *Lament for a Literature*, 2026

La plaque tournante de la culture canadienne

Quand on prend en compte la récente nomination de Marc Miller au poste de ministre de l'Identité et de la Culture canadiennes (anciennement Patrimoine) — le 7^e ministre en 10 ans —, on se demande quel engagement le gouvernement canadien a envers la culture canadienne.

Barry Hertz, rédacteur en chef adjoint responsable des arts et du cinéma au *Globe and Mail*, décrit ce poste comme une plaque tournante. [Traduction] « Quand on assiste à un remaniement constant d'un poste comme celui-ci, cela révèle un problème plus profond. On ne verrait jamais le poste de ministre des Finances changer ainsi. »

Il fait ensuite référence à un avertissement lancé par l'une de ses collègues en 2019, lorsque Steven Guilbeault était ministre. Kate Taylor avait souligné les problèmes auxquels il serait confronté, soit : « Les diffuseurs et producteurs canadiens écrasés par les géants technologiques américains non imposés; les médias nationaux massacrés par les algorithmes des réseaux sociaux; les violations du droit d'auteur grignotant les quelques sous qui restaient aux musiciennes, musiciens, autrices et auteurs. »

M. Hertz conclut ainsi :

« Aujourd'hui plus que jamais, la communauté artistique canadienne a besoin d'un défenseur de confiance, expérimenté et dévoué. Au lieu de cela, M. Carney a fait entrer un autre fidèle de M. Trudeau sans antécédents particulièrement solides en matière de défense de la culture, ni même d'antécédents sur ce front. Place au nouveau, place à l'encore plus vieux. » Auparavant, M. Miller était ministre de l'Immigration, des Réfugiés et de la Citoyenneté.

- *Globe and Mail*, 2 décembre 2025

En mars 2026, le Conseil des arts du Canada a invité la communauté artistique à participer à un forum en ligne afin de contribuer à l'élaboration de son prochain plan stratégique 2026-2031. Dans son discours d'ouverture, il a déclaré que les artistes canadiens vivaient dans une « précarité chronique ». Pour les humoristes canadiens — totalement exclus de toute reconnaissance par l'organisme fédéral de financement —, la précarité n'est pas une condition; c'est une politique.

Colin Mochrie et Naomi Snieckus.



Si le portefeuille du Patrimoine, de la Culture et de l'Identité manque de permanence, cela suggère que notre culture elle-même est traitée comme provisoire et qu'elle est donc en suspens.

Lorsque les humoristes canadiens ne sont même pas reconnus par le Conseil des arts du Canada ni par le Statut de l'artiste — un principe international qui reconnaît le rôle vital que jouent les artistes professionnels dans la société et vise à améliorer leurs conditions sociales et économiques —, nous sommes confrontés à un problème fondamental. Les humoristes répondent à tous les critères de cette définition, mais restent exclus. Il ne s'agit pas seulement d'un problème canadien, mais d'un problème international.

Le Statut de l'artiste définit ainsi les artistes : des entrepreneurs indépendants professionnels selon les catégories suivantes :

qui sont des auteurs d'œuvres artistiques, littéraires, dramatiques ou musicales au sens de la Loi sur le droit d'auteur, ou des réalisateurs d'œuvres audiovisuelles,

qui représentent, chantent, récitent, déclament, jouent, dirigent ou exécutent de quelque manière que ce soit une œuvre littéraire, musicale ou dramatique ou un numéro de mime, de variétés, de cirque ou de marionnettes,

qui, faisant partie de catégories professionnelles établies par règlement, participent à la création dans les domaines suivants : arts de la scène, musique, danse et variétés, cinéma, radio et télévision, enregistrements sonores, vidéo et doublage, publicité, métiers d'art et arts visuels.

Dans la pratique, les humoristes exercent précisément le métier qui définit l'artiste — pourtant, le système refuse de les reconnaître tant au niveau national qu'international.

La lutte mondiale pour la reconnaissance de l'humour

L'agitation suscitée par le manque de soutien ne cesse de croître. Il suffit de penser qu'au Royaume-Uni, les humoristes demandent actuellement au gouvernement fédéral de soutenir l'industrie de l'humour.

[Traduction] Des personnalités éminentes du monde de l'humour ont rencontré le gouvernement pour plaider en faveur de l'humour, notamment pour qu'il soit reconnu comme une forme d'art à part entière afin d'améliorer l'accès au financement et l'élaboration des politiques. D'autres discussions sont attendues et le ministre de la Culture, Ian Murray, a déclaré qu'il « soutenait pleinement » une proposition visant à collaborer avec le monde de l'humour pour « mieux comprendre les possibilités d'intervention gouvernementale ». Tandis que les organismes gouvernementaux affirment soutenir l'humour, l'Arts Council England (ACE) a insisté sur le fait qu'il offrait bien un soutien à l'humour, mais qu'il n'avait pas l'intention de modifier la manière dont il organise son financement.

- « Comedians tell ministers lack of funding is no laughing matter », BBC, 4 avril 2026

Ici aussi, on retrouve un schéma familier : des déclarations de soutien de la part du gouvernement, associées à une inertie institutionnelle lorsqu'il s'agit d'opérer des changements structurels significatifs.



25 | Le problème quand on veut faire rire au Canada

Il semble que le Conseil des arts du Canada et l'Arts Council England donnent tous deux les mêmes réponses insipides — ils reconnaissent la valeur du travail en principe, tout en éludant les changements politiques plus profonds nécessaires pour le soutenir dans la pratique.

Le député travailliste Simon Opher, Ph. D., qui s'intéresse à l'utilisation de l'humour pour « rendre les gens meilleurs », a déclaré ceci :

L'un des problèmes liés à la structure de l'humour est que les grands humoristes gagnent des fortunes et s'en sortent très bien, tandis que les petits humoristes se produisent devant une vingtaine de personnes dans un garage sans être rémunérés, et c'est un peu comme la musique à cet égard.

Cette omission n'est pas seulement symbolique; elle a des conséquences matérielles. Les humoristes sont exclus des protections institutionnelles, des financements fédéraux et de la défense des intérêts professionnels dont bénéficient les autres artistes. Leur travail est essentiel, leur production mesurable et leur effet culturel indéniable — mais leur reconnaissance officielle fait toujours défaut.

En 2024, l'association britannique Live Comedy Association (l'un des groupes à l'origine de cette initiative) a rencontré l'ACHS afin de mieux comprendre le mouvement populaire qui a émergé au Canada et les mesures qu'elle pourrait prendre pour faire reconnaître l'humour comme une forme d'art. Le Canada inspire le monde à voir l'humour pour ce qu'il est vraiment : un miroir, une rébellion et une forme d'art à part entière.

Clare McConnell, Franco Nguyen, Connor Low, Alastair Forbes et Tyra Banda. *Theatresports*.

Crédit photo : DJ Tran



L'ACHS a non seulement favorisé un réseau de collaboration au sein du pays, mais elle a également exploré des partenariats à l'échelle mondiale. Lorsque Mélanie Joly était ministre du Patrimoine, en 2015, le ministère a réorienté ses efforts, passant de la promotion de la culture canadienne à l'intérieur du pays à l'élaboration d'une stratégie d'exportation explicite. L'ACHS estimait qu'il n'y avait pas de moyen plus efficace ni moins coûteux d'exporter la culture canadienne que par le biais de l'humour. L'ACHS a proposé au ministère une mission commerciale pour faire savoir au monde entier que le Canada est une nation de l'humour, grâce à une série de tournées d'échanges. Le ministère a adoré l'idée et l'ACHS a entamé des discussions avec des humoristes en Suède, en France et en Afrique du Sud. Malheureusement, c'était juste avant 2020 et ces efforts ont été interrompus.

La section suivante présente des données et des éléments probants complets sur l'humour canadien, montrant comment ces lacunes politiques se traduisent par des obstacles concrets pour les artistes, les créateurs et l'industrie dans son ensemble.



Les membres du conseil d'administration de la CASC et le ministre du Patrimoine canadien.

10.

Éléments probants, données **ET BESOINS IMMÉDIATS**

À l'heure actuelle, il n'existe pas de données fédérales sur les répercussions économiques de l'industrie de l'humour au Canada; cependant, la toute première analyse a été menée en Ontario par Ontario Creates. Elle a mis en lumière les trois principaux obstacles au succès des humoristes : le manque d'investissements publics ou de soutien gouvernemental, l'insuffisance de spectacles prestigieux ou bien rémunérés dans les festivals et les salles, et la pression pour accepter des rémunérations faibles. L'étude a également révélé que le nombre limité de salles de spectacle et le manque de possibilités en matière de développement et de production de contenu rendent difficile pour les créateurs ontariens de rivaliser sur le marché mondial des médias numériques.

La création de la **Foundation for Canadian Comedy (CANCOM)** — un organisme à but non lucratif enregistré au niveau fédéral et dédié au soutien des artistes de l'humour canadiens — a constitué une avancée majeure en matière de soutien aux infrastructures.

Son Comedy Symposium (Symposium de l'humour) – la première initiative nationale visant à offrir aux artistes indépendants et aux travailleuses et travailleurs techniques des possibilités de développement professionnel, de réseautage et de retour d'expérience – a constitué une avancée majeure. Pour la première fois, des fonds fédéraux ont été alloués à un programme national dédié à l'humour, conçu, géré et mis en œuvre par des artistes de l'humour, pour des artistes de l'humour,



Simon Rakoff, Jewish Comedy Festival.

offrant un soutien crucial à la création de contenu, à l'avancement de carrière et au développement professionnel durable.

CANCOM a distribué environ 322 000 \$ en subventions et contrats pour soutenir 25 projets, et 15 autres devraient bénéficier d'un financement cette année. Ces efforts ont été cruciaux et ont créé un précédent, mais les tables rondes organisées avec des humoristes de tout le pays dans le cadre du présent document ont révélé que d'importantes lacunes structurelles subsistent.

Conclusions des tables rondes : besoins immédiats du secteur de l'humour canadien

En février 2026, un groupe de personnes du secteur de l'humour, composé d'humoristes, d'écrivaines et d'écrivains ainsi que de propriétaires de clubs, s'est réuni autour d'une table ronde pour discuter de la situation de l'humour au Canada. Le groupe a mis en évidence plusieurs thèmes récurrents concernant les besoins les plus criants auxquels est confrontée l'industrie canadienne de l'humour. Leurs points de vue convergeaient vers un ensemble commun de problèmes structurels affectant la pérennité de l'humour en tant que profession au Canada.

Davantage de possibilités de spectacles en direct

Les participantes et participants ont souligné que la croissance du public de l'humour au Canada

ne s'est pas accompagnée d'une expansion équivalente des possibilités professionnelles pour les artistes. Les contraintes géographiques, la capacité des salles, les contraintes financières et les obstacles réglementaires — en particulier ceux qui affectent les humoristes canadiens cherchant à travailler aux États-Unis — continuent de limiter le développement de carrière. Les participantes et participants ont noté que l'augmentation des possibilités de se produire en direct reste l'un des moyens les plus directs de renforcer le secteur. Un plus grand nombre de scènes signifie plus d'artistes développant leur art, plus de membres du public découvrant les humoristes canadiens et, au final, un écosystème de l'humour plus solide.

Parallèlement à cela, les participantes et participants ont exprimé leur inquiétude quant au fait que de nombreuses possibilités existantes sont principalement motivées par la viabilité commerciale. Si les productions financièrement rentables sont importantes, les humoristes ont également besoin d'espaces où ils peuvent expérimenter, développer de nouveaux sketches et affiner leur style. Ces espaces de développement — historiquement essentiels à l'évolution de l'humour — sont limités dans de nombreuses régions du pays, en partie à cause des effets persistants des confinements liés à la pandémie.

Quand on considère que de nombreuses places le week-end dans les clubs et salles d'humour canadiens sont de plus en plus occupées par des humoristes américains, les humoristes canadiens continuent d'être marginalisés sur leur propre terrain. Par ailleurs, lorsque des marques d'humour comme Don't Tell Comedy (qui organise des spectacles d'humour éphémères dans des lieux uniques et non traditionnels dans plus de 250 villes à travers le monde, et filme certains spectacles pour

diffuser du contenu vidéo de stand-up en ligne) opèrent librement au Canada, elles proposent des emplois mal rémunérés aux humoristes, tandis que les bénéfices partent vers le sud.

Formation, mentorat et développement professionnel

Un thème récurrent a été la nécessité d'un meilleur accès à la formation et au mentorat dans le secteur. De nombreux humoristes émergents manquent d'informations sur les aspects commerciaux de la profession, notamment la négociation de contrats, les parcours de production, l'autoproduction de spectacles et la maîtrise des plateformes numériques. Les participants ont noté que ce manque de connaissances conduit souvent à une sous-enchère, à des conditions de travail abusives et à des occasions manquées pour les artistes de se construire une carrière durable.

Plusieurs participantes et participants ont suggéré qu'une ressource éducative centralisée — éventuellement développée par l'ACHS — pourrait offrir des formations en libre accès, des webinaires et des possibilités de mentorat aux humoristes de tout le pays. De telles initiatives pourraient contribuer à professionnaliser le secteur tout en donnant aux artistes les moyens de créer et de gérer leurs propres possibilités.

Viabilité économique et conditions de travail précaires

Les participantes et participants ont systématiquement décrit l'instabilité financière à laquelle sont confrontés les humoristes en activité. De nombreux artistes financent leur travail créatif grâce à plusieurs emplois sans lien avec leur art, pendant qu'ils développent leur répertoire, produisent des spectacles et se constituent un public.

Dans de nombreux cas, les artistes investissent des années de travail non rémunéré dans leur carrière avant d'atteindre un niveau de visibilité susceptible d'attirer des investissements du secteur.

Plusieurs participantes et participants ont évoqué l'évolution de la situation au fil du temps : « Il fut un temps où personne ne vous payait pour quoi que ce soit — on vous offrait un bon pour une boisson et c'était considéré comme un super spectacle. » Beaucoup attribuent la reconnaissance croissante de ce problème au travail de l'ACHS et à sa campagne #PayComics, qui a contribué à faire pression pour une rémunération équitable et la professionnalisation du secteur.

Cette dynamique crée un système dans lequel les premières étapes du développement créatif sont en grande partie autofinancées par les artistes eux-mêmes. Les participantes et participants ont exprimé leur inquiétude quant au fait qu'une fois que les humoristes atteignent la viabilité commerciale, la valeur générée par leur travail est souvent captée par de grandes plateformes médiatiques et des sociétés de production plutôt que par les créateurs qui ont développé le contenu.

Monétisation et économie numérique

Les plateformes numériques ont été identifiées à la fois comme une opportunité et un obstacle pour les humoristes canadiens. Si la visibilité en ligne peut considérablement élargir l'audience, la monétisation reste inégale et difficile d'accès. Les participantes et participants ont mis en avant des exemples où

de courts clips humoristiques viraux ont généré des revenus mesurables pour des artistes à l'étranger, tandis que les créateurs de contenu canadiens se heurtent à des obstacles pour accéder à des possibilités de monétisation similaires.

Ce déséquilibre soulève des questions plus larges sur la manière dont les revenus générés par le contenu humoristique canadien — en particulier sur les grandes plateformes mondiales de diffusion en continu — peuvent soutenir plus efficacement les créateurs qui le produisent.

Données, infrastructures et reconnaissance du secteur

Enfin, les participantes et participants ont noté que l'humour reste un secteur culturel et économique peu étudié au Canada. Les données fiables sur l'emploi, la production et la contribution économique sont limitées, ce qui rend difficile pour les décideurs politiques de saisir pleinement l'ampleur et les répercussions de l'industrie.

Les participantes et participants à la table ronde ont souligné qu'une infrastructure plus solide – comprenant des réseaux de mentorat, des possibilités de développement et une meilleure collecte de données – aiderait les humoristes à passer de la phase d'expérimentation initiale à une carrière professionnelle durable.

Dans l'ensemble, l'analyse économique de l'Ontario, les initiatives de CANCOM et les conclusions de la table ronde montrent que l'humour canadien ne manque ni de talents, ni de public, ni de créativité. Ce qui lui manque, c'est la reconnaissance institutionnelle, le soutien stratégique et les systèmes économiques qui lui permettraient de prospérer en tant qu'industrie culturelle pleinement professionnalisée.

Matt Baram, Naomi Snieckus, Raoul Bhaneja, Ron Pederson.
Crédit photo : Skye Reagan



11.

Recommandations EN MATIÈRE DE POLITIQUES

Afin de remédier à l'exclusion structurelle de l'humour du cadre de la politique culturelle canadienne, les mesures suivantes sont recommandées :

Reconnaissance officielle de l'humour en tant que discipline artistique

Le gouvernement fédéral devrait reconnaître officiellement l'humour — y compris le stand-up, le sketch et l'improvisation — comme une discipline artistique admissible au financement par le Conseil des arts du Canada.

Mise en place de sources de financement dédiées à l'humour

Créer des programmes de subventions ciblés qui soutiennent la création, le développement et les tournées d'œuvres humoristiques canadiennes, à l'instar des programmes actuellement offerts aux artistes de théâtre, de musique et de littérature.

Améliorer la mobilité transfrontalière des humoristes

Collaborer avec les autorités de la culture et de l'immigration au Canada et aux États-Unis afin de réduire les obstacles qui empêchent les humoristes canadiens d'accéder au marché américain du spectacle en direct, tout en garantissant une réciprocité équitable pour les artistes canadiens.



Sandra Battaglini, Windsor Laughs.

Soutenir la monétisation et la visibilité numériques

Élaborer des stratégies de politique culturelle qui tiennent compte de l'importance croissante des plateformes numériques — comme TikTok et YouTube —, notamment en offrant des possibilités de monétisation équitables aux créateurs de contenu canadien et en améliorant la visibilité du contenu humoristique canadien.

Redynamiser les échanges culturels internationaux et les missions commerciales pour l'humour

Rétablir et étendre les missions commerciales internationales axées sur l'humour en tant qu'exportation culturelle, en s'appuyant sur les efforts antérieurs visant à positionner le Canada comme un chef de file mondial de l'humour. Soutenir les tournées d'échange, les partenariats et les coproductions avec les marchés internationaux afin de promouvoir les talents canadiens à l'étranger tout en favorisant la collaboration artistique réciproque.

L'humour a profondément influencé la manière dont les Canadiennes et les Canadiens se perçoivent. À travers l'humour, la satire et la narration, les humoristes reflètent en temps réel les identités régionales du pays, ses problèmes sociaux, ses tensions politiques et la vie quotidienne. Leur travail traverse les frontières et les plateformes, façonnant la perception du Canada tant au pays qu'à l'étranger.



12.

Conclusion

Le Canada a compris depuis longtemps que la politique culturelle est essentielle pour protéger l'identité nationale à l'ombre d'un voisin bien plus grand. De la réglementation de la radiodiffusion au financement public des arts, les gouvernements successifs ont reconnu que les récits canadiens nécessitent un soutien délibéré pour s'épanouir. L'humour est l'un des moyens les plus immédiats et les plus puissants de raconter ces histoires. Il reflète les réalités quotidiennes de la vie canadienne, traduisant les voix régionales, les tensions politiques et les changements sociaux sous une forme que le public comprend instantanément. Pourtant, les artistes qui créent ces œuvres continuent d'opérer en grande partie en dehors des systèmes conçus pour soutenir la culture canadienne.

Reconnaître l'humour comme une discipline artistique à part entière permettrait non seulement de corriger une lacune politique de longue date, mais aussi d'affirmer la valeur d'une forme unique et vitale de narration canadienne. À l'heure où le paysage culturel mondial est de plus en plus façonné par les plateformes numériques et les géants internationaux des médias, soutenir les humoristes canadiens n'est pas simplement un acte d'équité. C'est un investissement dans la vitalité continue de la voix culturelle du Canada.

Le Canada s'est imposé comme une puissance musicale mondiale grâce à une politique délibérée d'investissement dans ses artistes. Il n'y a aucune raison pour que l'humour canadien ne puisse pas en faire autant. Le talent est là. Ce qui manque, c'est la reconnaissance du fait que l'humour n'est pas marginal dans la culture canadienne : c'est l'une de ses expressions les plus vitales.



Callum Wratten, Ghazal Ghiami, Brandon Hackett, Kyah Green, Paloma Nunez et Stephanie Malek. *Our Flag Means Blank*. Crédit photo : DJ Tran.



ACHS

L'ASSOCIATION CANADIENNE DES HUMORISTES
STAND-UP, SKETCH & IMPRO

canadianstandup.ca/fr/

 **unifor**

Canadian Freelance Union
Le syndicat canadien des pigistes

canadianfreelanceunion.ca/fr/