



# Diagnostic de littératie numérique

Analyse du sondage réalisé par Culture Laval auprès de ses  
membres artistes et organismes

Mai 2022

## Coordination du projet

### **Louise Brunet**

agente de développement culturel numérique, Culture Laval

### **Marie-Pier Leclerc**

agente de développement culturel numérique, Culture Laval

### **Marianne Coineau**

directrice générale, Culture Laval

### **Flavie Jourdain**

chargée des communications, Culture Laval

## Production du sondage

### **Louise Brunet**

agente de développement culturel numérique, Culture Laval

### **Mériol Lehmann**

consultant en culture numérique

## Analyse des données et rédaction du diagnostic

### **Mériol Lehmann**

consultant en culture numérique

## Révision linguistique

### **Mélanie Viau**

## Graphisme et mise en page

### **Monika Wright**

## Illustrations

### **Isabelle Boucher**

Dépôt légal Bibliothèques  
et Archives nationales du  
Québec

ISBN: 978-2-9816802-6-6

Ce document est  
également disponible en  
format électronique au  
[www.culturelaval.ca](http://www.culturelaval.ca)

# Table des matières

<b>INTRODUCTION</b>	<b>6</b>
<b>MÉTHODOLOGIE</b>	<b>8</b>
<b>Partie 1 - Organismes</b>	<b>12</b>
<b>ANALYSE DES RÉSULTATS</b>	<b>13</b>
Vision du numérique, projets et accompagnement	<b>13</b>
Équipements	<b>19</b>
Logiciels et plateformes	<b>21</b>
Présence en ligne	<b>27</b>
<b>DIAGNOSTIC</b>	<b>29</b>
Vision du numérique, projets et accompagnement	<b>29</b>
Équipements	<b>30</b>
Logiciels et plateformes	<b>30</b>
Présence en ligne	<b>31</b>
<b>CONCLUSION</b>	<b>32</b>
<b>RECOMMANDATIONS</b>	<b>33</b>
<b>Partie 2 - Artistes</b>	<b>36</b>
<b>ANALYSE DES RÉSULTATS</b>	<b>37</b>
Vision du numérique, projets et accompagnement	<b>37</b>
Équipements	<b>42</b>
Logiciels et plateformes	<b>43</b>
Présence en ligne	<b>46</b>
<b>DIAGNOSTIC</b>	<b>49</b>
Vision du numérique, projets et accompagnement	<b>49</b>
Équipements	<b>50</b>
Logiciels et plateformes	<b>50</b>
Présence en ligne	<b>51</b>
<b>CONCLUSION</b>	<b>52</b>
<b>RECOMMANDATIONS</b>	<b>53</b>

Désireux de dresser un état de situation de l'utilisation du numérique par le secteur culturel lavallois, Culture Laval a fait circuler un sondage auprès de ses membres à l'automne 2021. Destiné aux acteurs du milieu culturel lavallois, tant du côté des organismes que des artistes, ce sondage visait à documenter et estimer leurs niveaux de compétence et d'appréciation en matière de numérique. Le présent diagnostic offre une analyse des résultats recueillis et met en lumière les défis liés au numérique. La série de recommandations qui conclut chaque partie du diagnostic servira de base à Culture Laval pour **l'élaboration de stratégies visant à stimuler, faciliter et soutenir le virage numérique du secteur culturel dans les années futures.**

La réalisation du diagnostic a été confiée à **Mériol Lehmann**, consultant en culture numérique. Sa contribution à l'élaboration du sondage, à l'analyse des données collectées puis à la rédaction de ce document de référence est inestimable. Culture Laval remercie chaleureusement Mériol Lehmann pour la qualité de son engagement et la rigueur de son analyse tout au long de cette démarche.

**Culture Laval tient également à remercier tous les organismes et artistes qui ont accepté de prendre le temps de répondre au sondage et de partager leur réalité.** Merci à chacun et chacune d'entre vous!

Ce diagnostic a été réalisé grâce au soutien financier du gouvernement du Québec et de la Ville de Laval dans le cadre de l'entente sectorielle pour la mise en œuvre du Plan de développement culturel de la région de Laval.

# Méthodologie

Considérant le fait que les membres de Culture Laval peuvent être autant des organisations que des artistes ayant une pratique individuelle, le sondage a été divisé en deux catégories, soit « Organismes » et « Artistes », afin de tenir compte de leurs réalités différentes.

L'analyse qui suit respecte cette division et se décline donc en deux temps.

En ce qui concerne les organismes, Culture Laval compte 34 organisations membres : 17 en arts de la scène ; 1 en arts médiatiques ; 2 en arts multidisciplinaires ; 3 en arts visuels et métiers d'art ; 7 en histoire, patrimoine et culture scientifique ; et 4 en lettres.

Sur les 34 organisations membres, un total de 25 organisations ont complété le sondage, pour un taux de réponse de 74 %.

Au-delà de leur appartenance disciplinaire, l'un des facteurs qui pouvait moduler significativement les réponses concerne le budget annuel des organisations. Ainsi, parmi les organismes répondants, 9 ont un budget annuel de moins de 150 k\$, 5 ont un budget de 150 k\$ à 249 k\$, 3 ont un budget de 250 k\$ à 499 k\$, 5 ont un budget de 500 k\$ à 1 M\$ et 3 ont un budget de plus de 1 M\$.

Du côté des artistes, Culture Laval compte un total de 70 membres : 22 en arts de la scène ; 1 en arts médiatiques ; 4 en arts multidisciplinaires ; 21 en arts visuels et métiers d'art ; 5 en histoire, patrimoine et culture scientifique ; et 17 en lettres.

Sur les 70 artistes membres, 39 ont complété le sondage pour un taux de réponse de 55 %.

Parmi les artistes ayant répondu, il existe une nette prépondérance des personnes ayant 55 ans et plus, soit 26 ; 5 ont entre 25 et 34 ans ; 4 entre 35 et 44 ans ; et 5 entre 45 et 54 ans.

**Il est important de souligner que ce type de sondage peut comporter un biais favorable envers le numérique, puisqu'il a été réalisé sur une plateforme numérique et invitait les membres à s'attarder uniquement sur leur niveau de maîtrise et d'utilisation du numérique.**

Comme indiqué précédemment, cette analyse sera divisée en deux grandes catégories, soit une première dédiée aux **organismes**, et une deuxième dédiée aux **artistes**.

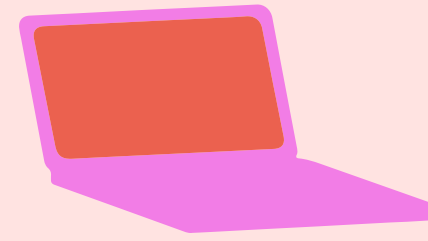
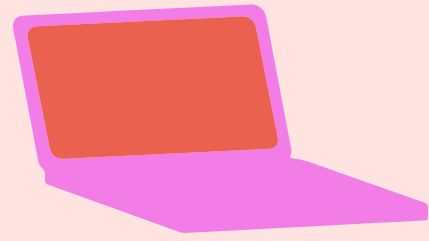
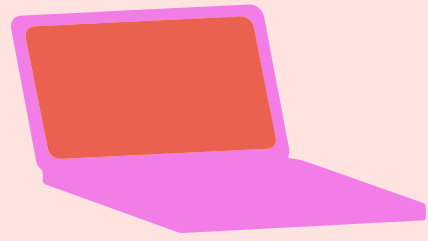
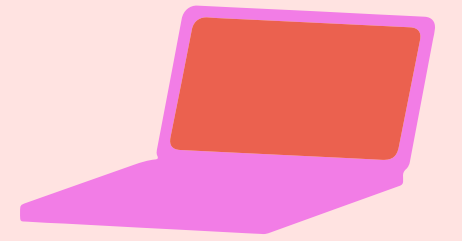
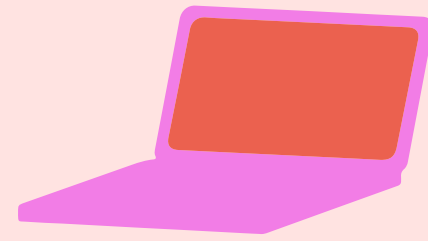
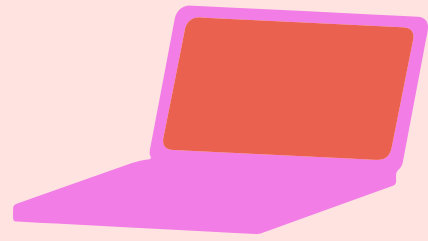
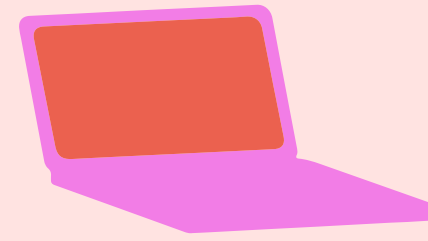
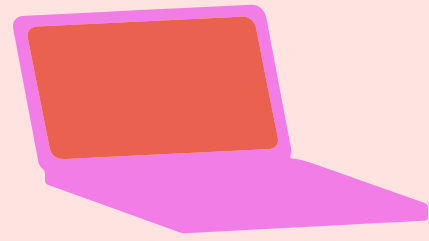
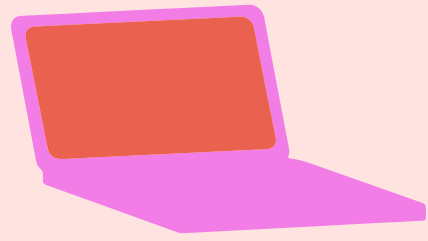
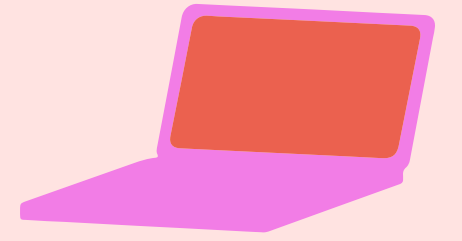
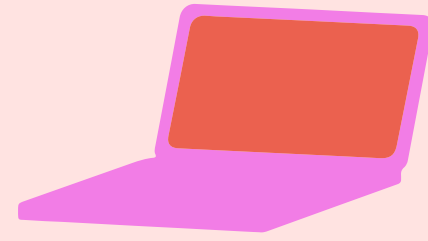
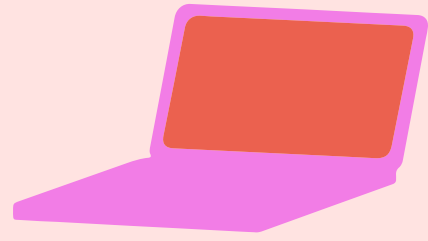
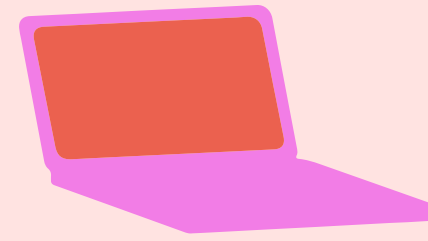
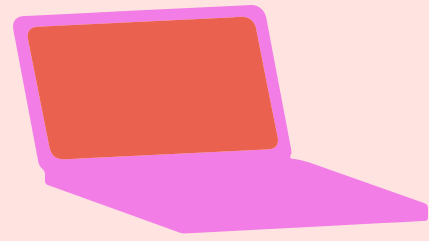
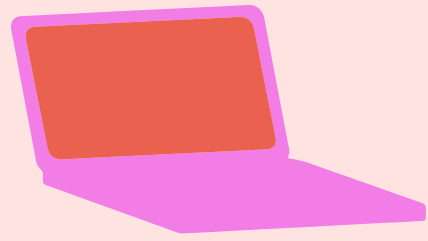
Chacune des catégories est divisée en sections, soit « Analyse des résultats », « Diagnostic » et « Recommandations ».

Les deux premières sections sont divisées en sous-sections détaillant les principaux enjeux. Les sous-sections sont « Vision du numérique, projets numériques et accompagnement », « Équipements », « Logiciels et plateformes » et « Présence en ligne ». Même si les sous-sections sont similaires pour les deux catégories, les questions sont parfois différentes.

Pour chacune des sous-sections, la répartition des réponses se présente généralement sous forme de pourcentage, mais parfois en valeurs absolues. Certaines questions peuvent avoir été omises dans le rapport si Culture Laval a estimé qu'elles n'apporteraient pas un éclairage pertinent sur le diagnostic de littératie numérique. Également, il a été choisi à plusieurs reprises de remplacer certaines réponses par une appréciation qualitative. Ceci permet de dresser plus rapidement un portrait de la situation pour une personne moins familière avec les enjeux concernant le numérique.

À la suite de la présentation et de l'analyse des réponses au sondage (section « Analyse des résultats ») se trouvent les principaux constats réalisés (section « Diagnostic »).

Finalement, afin de proposer des mesures concrètes pouvant offrir des solutions au diagnostic effectué, une section « Recommandations » complète les deux premières sections.



# Analyse des résultats

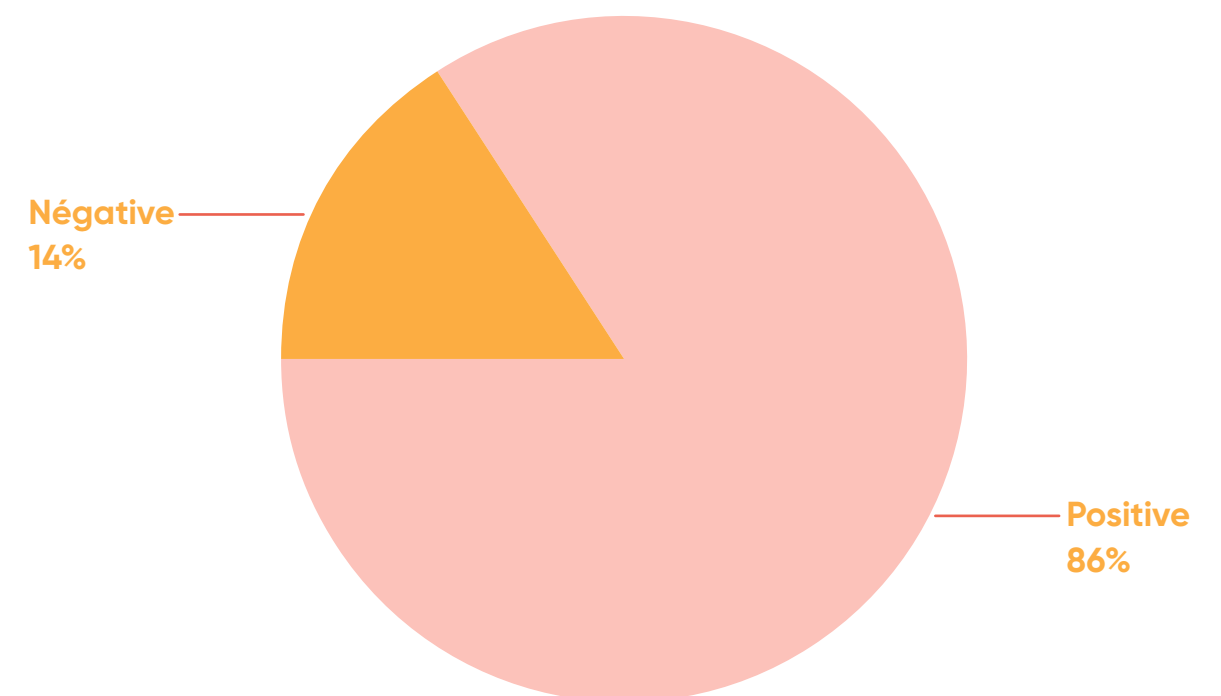
## Vision du numérique, projets et accompagnement

**Quatre-vingt-six pour cent des organismes répondants ont une vision positive du numérique.** On note qu'une seule organisation a évalué le numérique comme « un fardeau sans intérêt », et trois organismes répondants comme « un mal nécessaire ».

Ce taux très élevé contraste avec ce qui peut avoir été observé dans le secteur culturel dans le passé. Il démontre que les mentalités des organisations face au numérique changent et que les organismes culturels lavallois voient le numérique comme « des possibilités inexploitées » (52 %), « un solide allié » (48 %), « une façon de penser » (44 %), « une priorité » (40 %) et « une façon de se simplifier la vie » (36 %).

**Cette perception très positive du numérique est une excellente nouvelle et devrait simplifier grandement la transition numérique du milieu.**

### Vision du numérique



Lorsqu'on demande aux organisations quelles sont les possibilités offertes par le numérique, les réponses les plus courantes sont : « développer la discipline » (40 %), « améliorer les méthodes de travail » (37 %) et « augmenter les collaborations » (34 %). « Accroître les revenus » récolte une réponse positive de la part de 31 % des organisations, mais « élargir le public » n'est visée que par 3 % d'entre elles. Ces deux derniers résultats semblent contradictoires et pourraient témoigner d'une incompréhension du numérique et des possibilités qu'il offre.

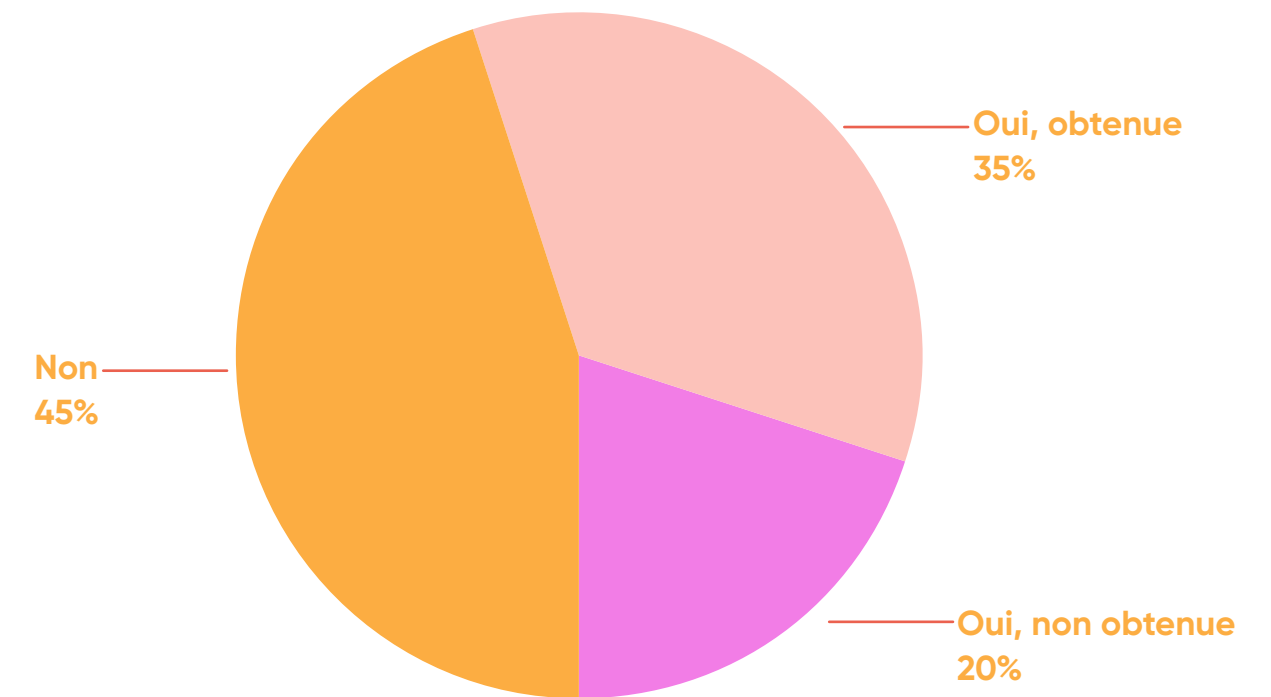
Sans surprise, les principaux freins à l'adoption du numérique sont le manque de ressources financières, le manque de ressources humaines et le manque de connaissances. Le manque de temps et le manque d'équipements figurent également parmi les enjeux mentionnés, alors que le manque d'intérêt de l'équipe et la résistance au changement figurent parmi les freins les moins identifiés. Ceci est cohérent avec la vision positive du numérique établie plus haut.

**Il est donc possible d'établir que les principaux freins au numérique dans le secteur culturel lavallois sont de l'ordre des ressources plutôt qu'une question de volonté ou d'intérêt.**

**L'obtention de subventions pour réaliser des projets numériques constitue la principale mesure pour faciliter la transformation numérique.** Ceci s'inscrit d'ailleurs en cohérence avec les principaux freins mentionnés précédemment.

Paradoxalement, même si l'obtention de subventions pour réaliser des projets numériques figure comme mesure principale facilitant la transformation numérique, 45 % des organismes répondants n'ont jamais déposé une telle demande. De plus, le taux de réponse positive, très élevé (64 %) pour les organisations qui ont effectué une demande, devrait être un incitatif important pour celles n'ayant jamais eu recours à ce type de programme.

## Dépôt d'une demande de subvention pour un projet numérique

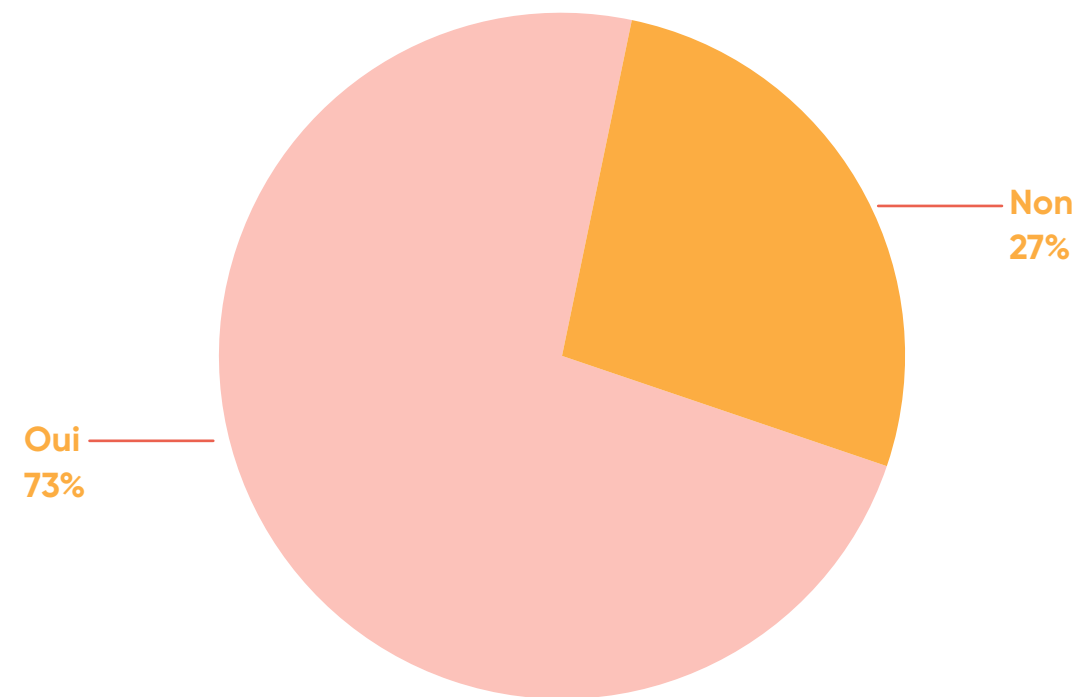




Arrivant ex æquo avec le soutien financier, et répondant à l'enjeu du manque de connaissances, la formation est l'autre mesure phare permettant de faciliter cette transformation.

Soixante-treize pour cent des organismes répondants ont d'ailleurs déjà participé à une formation sur le numérique, et 71 % des organismes répondants sont également capables d'identifier leurs besoins en formation numérique. Il faut toutefois prendre cette dernière donnée avec prudence en raison du très faible taux de réponses à cette question.

## Participation à la formation sur le numérique



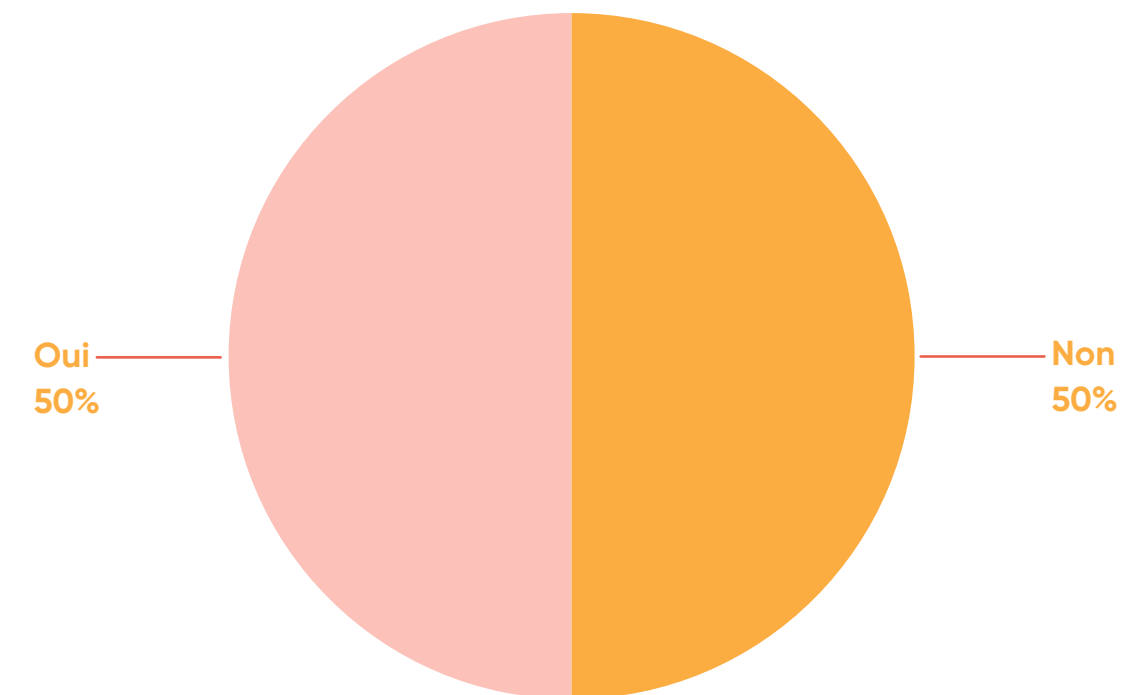
Si la formation personnalisée est privilégiée (37% des organismes répondants), les autres formes de formation sont également bien reçues. Un léger avantage est donné à la formation en ligne (29%), suivie des formations en présentiel et des co-formations (26% chacune). Un seul organisme répondant indique ne pas chercher de formation sur le sujet, ce qui témoigne de la grande demande pour la formation en numérique dans le milieu culturel.

Parmi les autres mesures, on mentionne la sensibilisation aux possibilités du numérique et les différents accompagnements personnalisés, tant au niveau de l'aide technique qu'au niveau du soutien-conseil. Il est donc possible d'établir qu'au-delà du soutien financier destiné à pallier le manque de ressources, le principal facteur facilitant la transformation numérique est le partage de connaissances.

Malheureusement, même si la demande pour de l'accompagnement ressort de façon claire, seulement la moitié des organismes répondants connaissent l'Agent-e de développement numérique (ADN) de Culture Laval et son mandat. De plus, parmi ceux qui connaissent cette ressource, seulement 56 % y ont eu recours.

Il y a donc manifestement un travail à faire pour augmenter significativement la reconnaissance du mandat de l'ADN au sein du milieu.

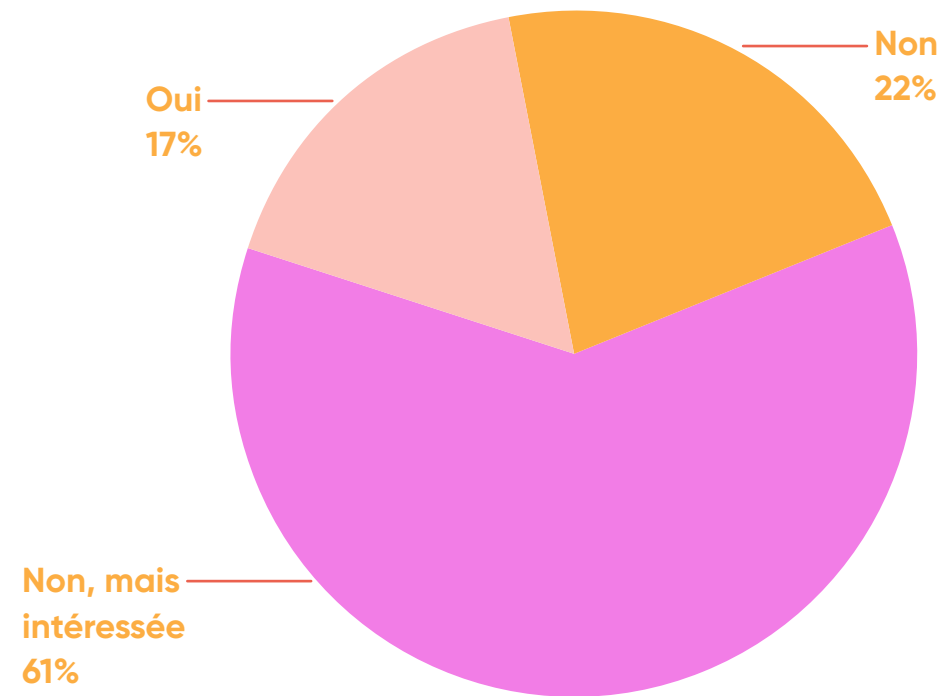
## Connaissance de l'ADN de Culture Laval et de son mandat



Une dernière question concernant la mise en place d'une stratégie numérique dessine un très bon portrait de l'attitude des organismes lavallois face au numérique. En effet, 17 % des organismes répondants affirment avoir une stratégie numérique, alors que 22 % n'en ont pas et que 61 % n'en ont pas, mais souhaiteraient en avoir une.

Ceci confirme une attitude favorable au numérique, bien qu'il reste encore beaucoup de travail à faire pour doter ces organisations d'une réelle approche numérique. La période de transition est en cours, et cette vision positive devrait favoriser l'accueil de mesures destinées à accélérer la transformation numérique des organisations.

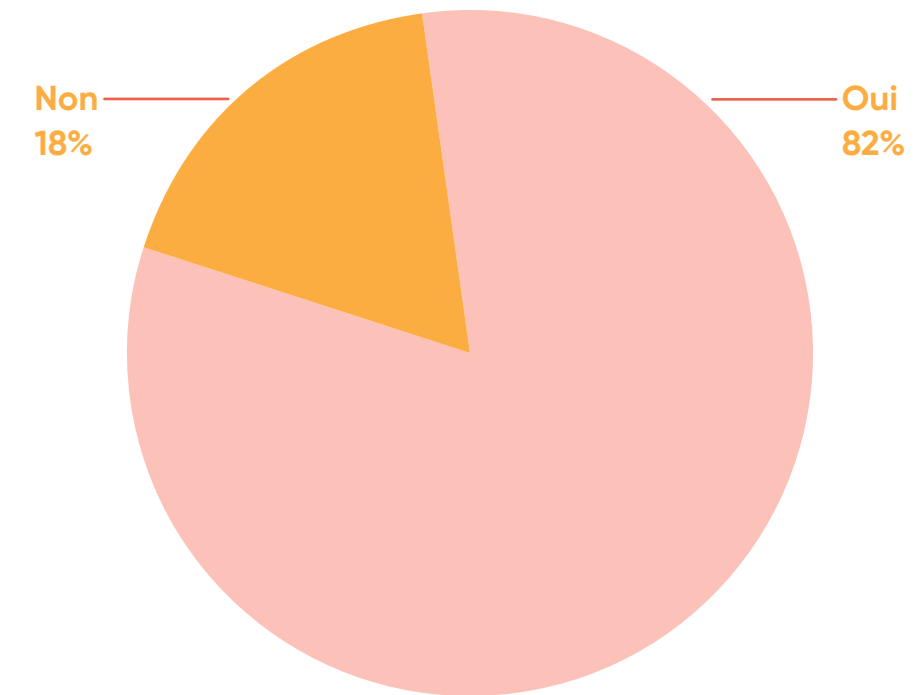
## Présence d'une stratégie numérique dans l'organisation



## Équipements

Quatre-vingt-deux pour cent des organismes répondants possèdent au moins un ordinateur de table ou portable.

## Possession d'au moins un ordinateur par l'organisme



Soixante-quatre pour cent des organismes répondants possèdent au moins un appareil mobile (tablette ou téléphone intelligent).

En ce qui concerne les équipements de production numérique spécialisés, les deux tiers des organismes répondants possèdent une caméra vidéo, un appareil photo numérique ou un enregistreur audio, que ce soit pour la création ou pour des tâches administratives.

Même si ces chiffres peuvent sembler positifs, ils soulèvent tout de même des questions importantes. En effet, à l'époque où les outils numériques sont omniprésents, ne serait-ce que pour accomplir des tâches administratives simples comme communiquer par courriel ou gérer sa comptabilité, **18% des organisations signalent ne pas posséder d'ordinateur, soit près d'une sur cinq.**

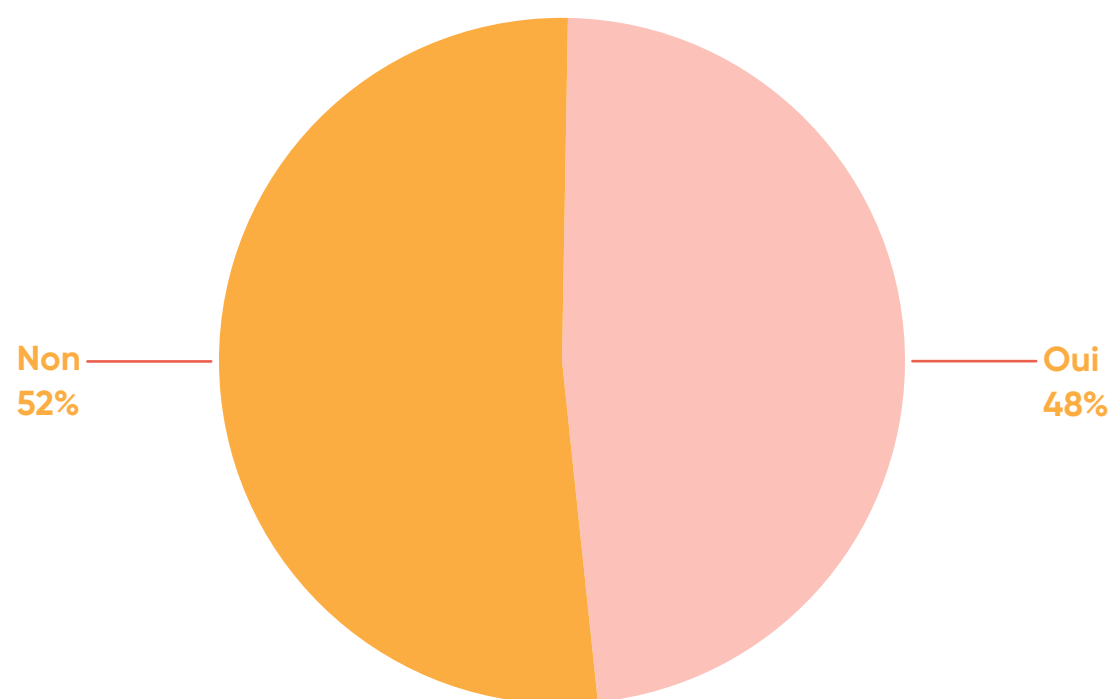
Nous pouvons présumer que les équipes utilisent possiblement des ordinateurs personnels, mais cela demeure préoccupant.

Sans surprise, ce sont principalement les organismes ayant un budget annuel de moins de 150 k\$ qui répondent par la négative.

Bien que la pandémie ait pu avoir une incidence forte sur cette donnée, seulement 32% des organismes répondants possèdent un dispositif de diffusion en direct.

**Enfin, 52% des organismes répondants estiment que leurs équipements numériques ne correspondent pas à leurs besoins.**

## Équipements numériques correspondant aux besoins



**Il est préoccupant de constater que plus de la moitié des organismes répondants jugent que leurs équipements numériques ne correspondent pas à leurs besoins.**

Cela s'explique certainement par le sous-financement récurrent des organismes culturels, couplé à l'évolution extrêmement rapide des outils numériques et de l'obsolescence que cette évolution génère.

**Il demeure qu'une insuffisance des équipements numériques constitue un frein certain à la littératie et à la transformation numérique des organisations.**

## Logiciels et plateformes

En ce qui concerne les outils bureautiques, la très grande majorité des organismes répondants utilisent la suite logicielle Google Workspace (14) ou la suite logicielle Office 365 (11). Seulement 2 organismes répondants n'utilisent pas d'outils bureautiques, et ceux-ci figurent parmi les organismes ayant un budget de moins de 150 k\$.

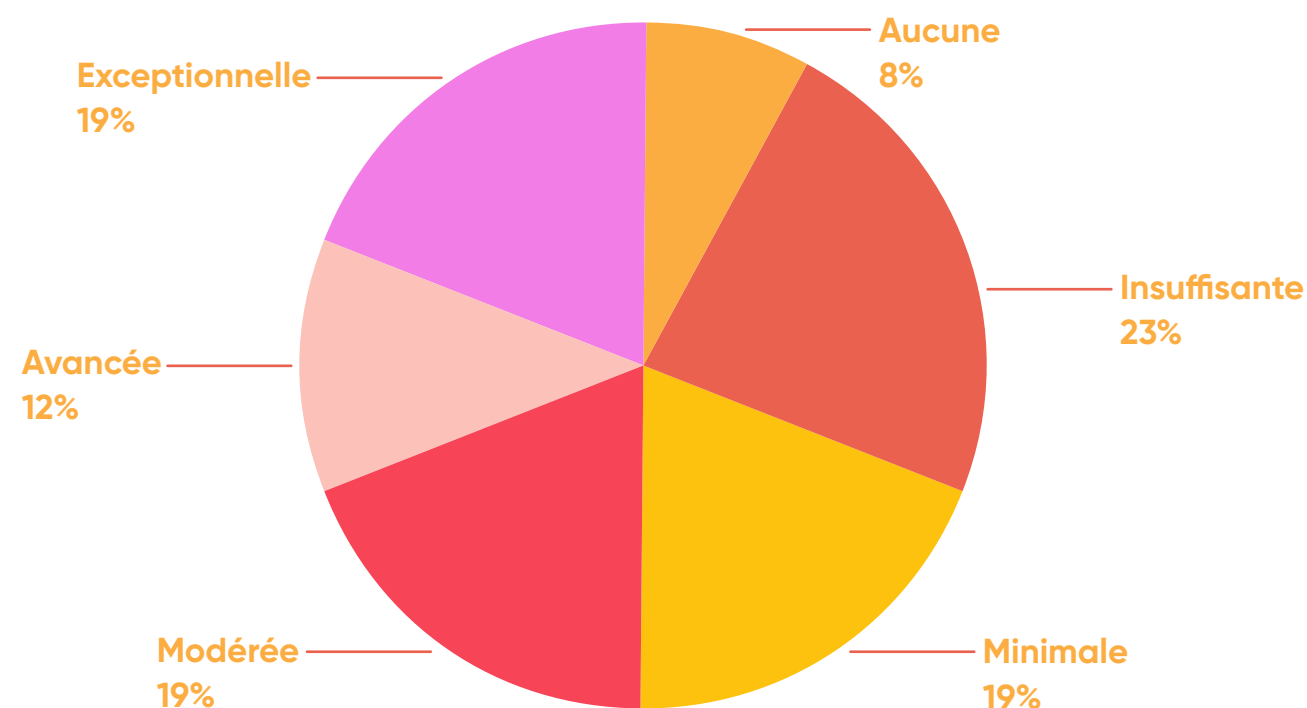
En analysant le type d'utilisation qui est faite de ces divers outils, on constate que 8% ne les utilisent tout simplement pas, 23% en font une utilisation insuffisante, 19% ont une utilisation minimale, 19% ont une utilisation modérée, 12% ont une utilisation avancée et 19% ont une utilisation exceptionnelle.

Cela signifie que seulement 50% des organismes répondants en font une utilisation acceptable.

**On peut donc constater que même si ces outils bureautiques sont devenus communs, il reste encore beaucoup de travail à réaliser pour que leur utilisation soit optimale et permette aux organismes d'améliorer leur efficacité et leur productivité.**

La pandémie a certainement joué un rôle important dans l'adoption de ces outils, mais l'évolution des méthodes de travail ne s'est pas encore faite. La réflexion nécessaire à une réelle transformation numérique demande du temps, ce qui est incompatible avec la situation d'urgence amenée par la pandémie.

## Utilisation des plateformes bureautiques

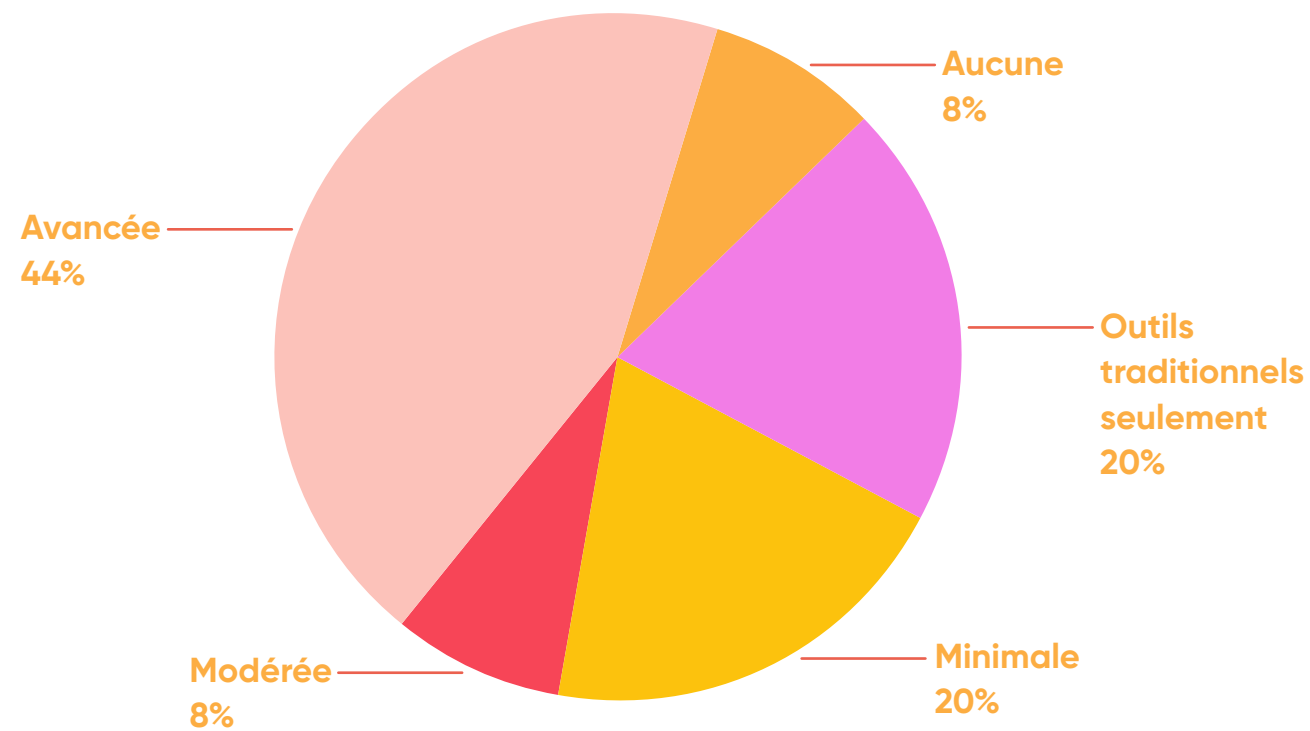


En ce qui concerne les autres outils administratifs, les résultats sont assez similaires. Huit pour cent des organismes répondants n'utilisent aucun outil de communication interne et 20 % se limitent aux outils traditionnels (courriel, téléphone).

Pour ce qui est des plateformes de communication interne comme Slack ou Teams, 20 % en font une utilisation minimale, 8 % une utilisation modérée et 44 % une utilisation avancée.

Les mêmes constats que ceux effectués pour les outils bureautiques sont possibles ici : la pandémie a certainement accéléré l'adoption de ces plateformes, mais il demeure qu'à peine plus de la moitié des organismes répondants en font une utilisation pertinente.

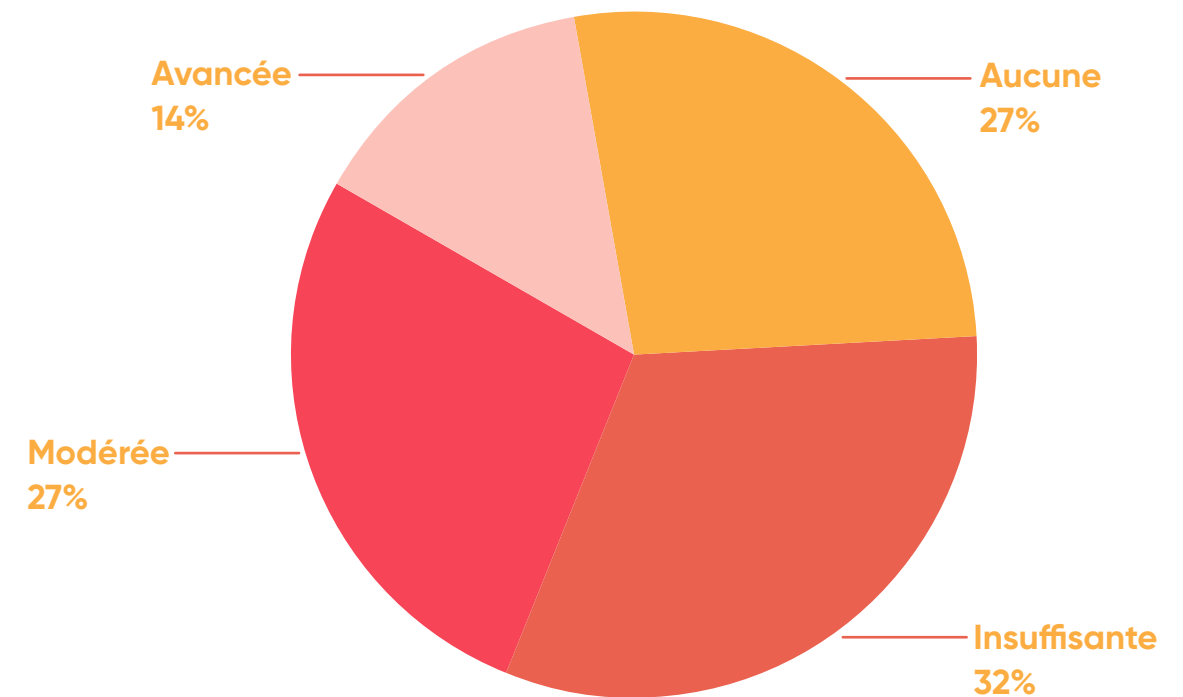
## Utilisation des plateformes de communication interne



Les calendriers en ligne sont encore moins utilisés. En effet, 27 % des organismes répondants n'utilisent pas de calendrier commun en ligne, 32 % les utilisent, mais de façon insuffisante, 27 % en font une utilisation modérée et 14 %, une utilisation avancée. Ainsi, près de 60 % des organismes répondants n'utilisent pas, ou utilisent peu, ces outils.

Encore une fois, les organismes ayant des budgets annuels plus faibles sont surreprésentés dans les réponses négatives.

## Utilisation de calendriers en ligne

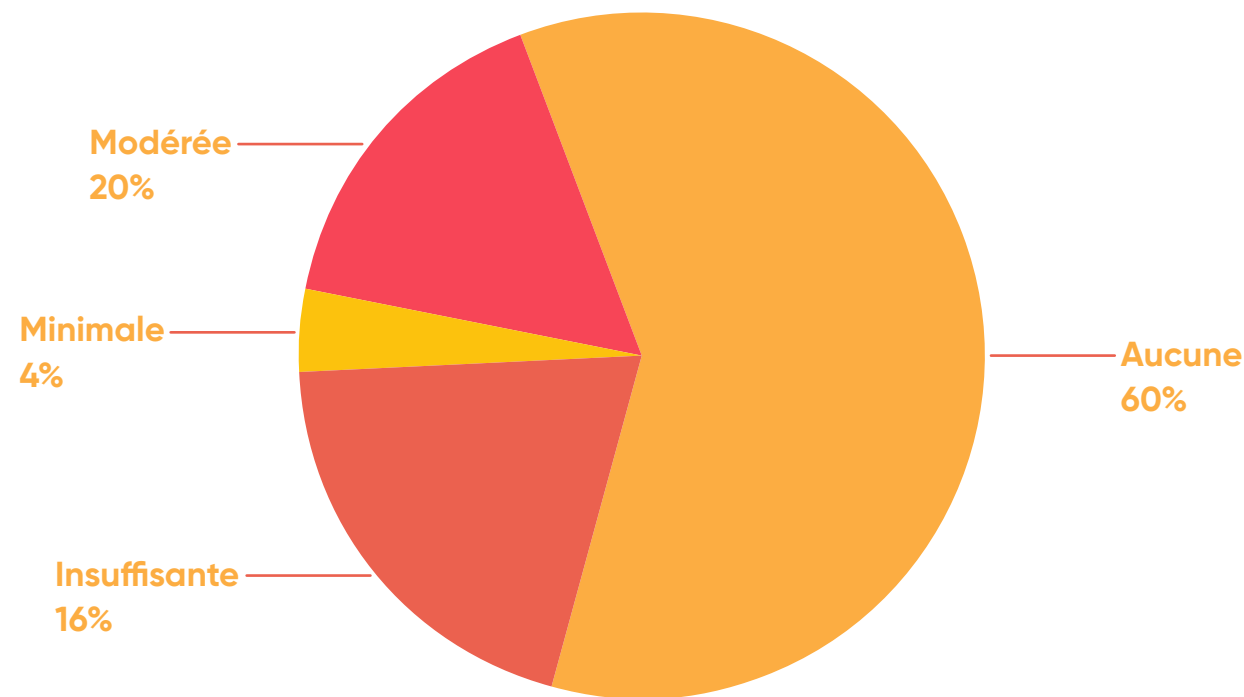


Après ces premières analyses sur les principaux outils administratifs numériques, **il n'est pas surprenant de constater que les plateformes de gestion de projets, comme Asana et Trello, sont encore moins utilisées.**

En effet, 60 % des organismes affirment n'utiliser aucune plateforme de gestion de projets, 16 % les utilisent de façon insuffisante, 4 % le font de façon minimale, et 20 % le font de façon modérée. C'est donc 4 organismes sur 5 qui répondent par la tangente négative.

L'utilisation des plateformes de gestion de projets étant très liée à l'adoption d'une pensée numérique et à des méthodes de travail comme *Lean*, *Agile* ou *Kanban*, les résultats présentés ici témoignent que, même **si l'adoption de différents outils a pu s'accélérer dans les deux dernières années, il reste un important travail à réaliser dans la transformation numérique des organisations pour qu'elles adoptent une véritable philosophie numérique.**

## Utilisation de plateformes de gestion de projets



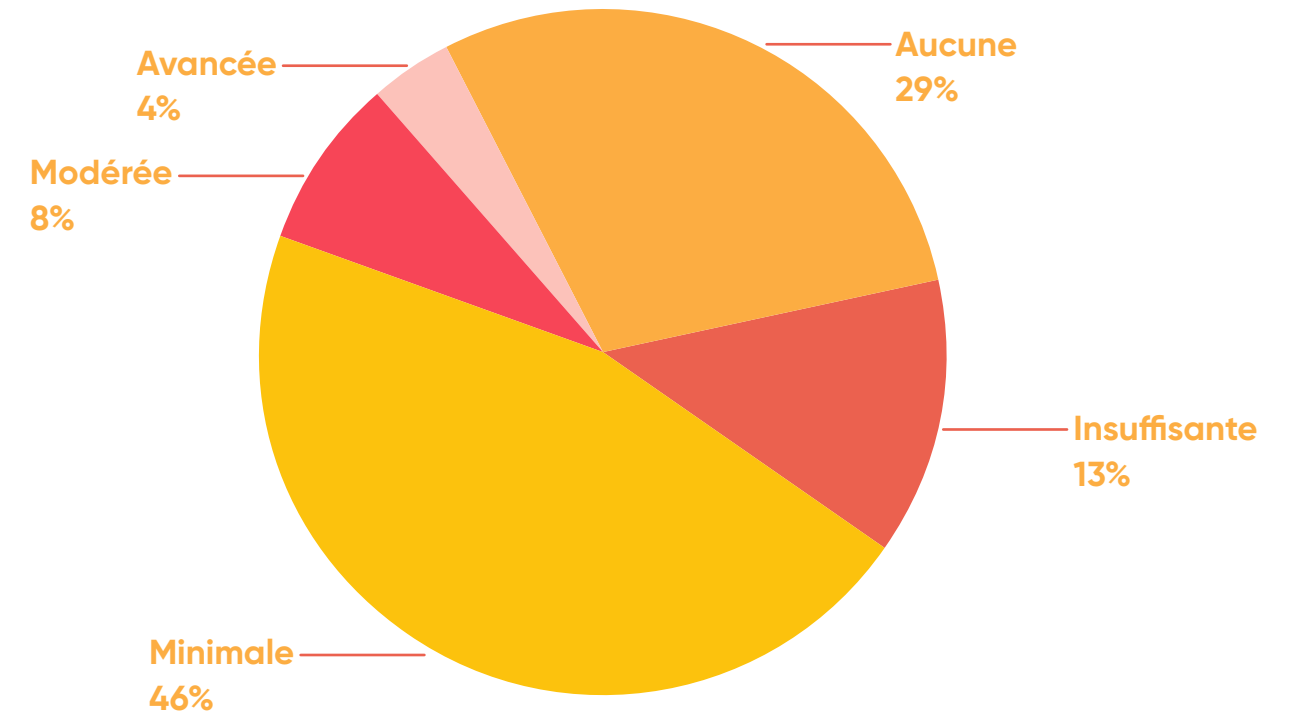
**L'utilisation de systèmes de base de données de clientèle ou de membres est un autre élément où les réponses relèvent une lacune importante.**

En effet, 29 % des organismes répondants n'utilisent aucune solution, 13 % utilisent une solution insuffisante, 46 % ont une solution minimale, 8 % ont une solution modérée et 4 % ont une solution avancée. C'est donc seulement 12 % des organismes qui peuvent prétendre à une utilisation acceptable de ces outils.

La production et l'utilisation de systèmes de base de données sont plus onéreuses que pour les autres catégories d'outils. Contrairement aux outils précédents, leur utilisation insuffisante se retrouve dans l'ensemble des catégories de budget d'exploitation : il y a donc un réel travail à faire de ce côté.

Il faut aussi noter qu'il existe maintenant des solutions beaucoup moins onéreuses que des gestionnaires de relation client (Customer Relationship Management ou CRM) bâtis sur mesure, comme la plateforme Airtable. Ceci pourrait être une belle solution d'entrée pour des organismes au budget plus restreint.

## Utilisation de bases de données



Pour les outils de création numérique, les outils de graphisme comme Photoshop dominent : les deux tiers des organismes répondants affirment les utiliser. Les logiciels de production vidéo suivent, avec le tiers des organismes. Les outils plus spécialisés, comme les outils de production audionumérique ou de réalité virtuelle, sont très peu utilisés, et le cinquième des organismes signalent n'utiliser aucun logiciel de création numérique. Encore là, les organismes avec des budgets inférieurs à 150 k\$ sont majoritairement non-utilisateurs.

**Pour les questions liées à la sécurité des données, les informations reçues témoignent encore une fois d'une situation problématique, mais non surprenante.**

En effet, 71 % des organismes répondants ne protègent pas leurs fichiers numériques. La gestion des mots de passe est aussi un enjeu : 21 % n'ont aucune gestion des mots de passe ; 33 % ont une gestion problématique ; 4 %, une gestion insuffisante ; 38 %, une gestion modérée et 4 %, une gestion exemplaire. **On voit donc que presque les deux tiers des organismes répondants sont dans une situation problématique.**

**La gestion des copies de protection est meilleure, mais imparfaite :** 4 % n'utilisent aucune solution, 21 % ont une solution minimale, 13 % ont une solution modérée, 33 % ont une solution avancée et 29 % ont une excellente solution.

Il apparaît donc que seulement trois quarts des organismes répondants ont une solution acceptable.

**Lorsque l'on connaît les impacts que peuvent avoir la perte d'un disque dur et des données qui y sont présentes, le taux de réponse signifiant l'utilisation d'une solution jugée insuffisante demeure un point inquiétant,** d'autant plus qu'une multitude de solutions infonuagiques, dont le recours aux plateformes en ligne comme Google Workspace, permettent aisément de régler ces questions.

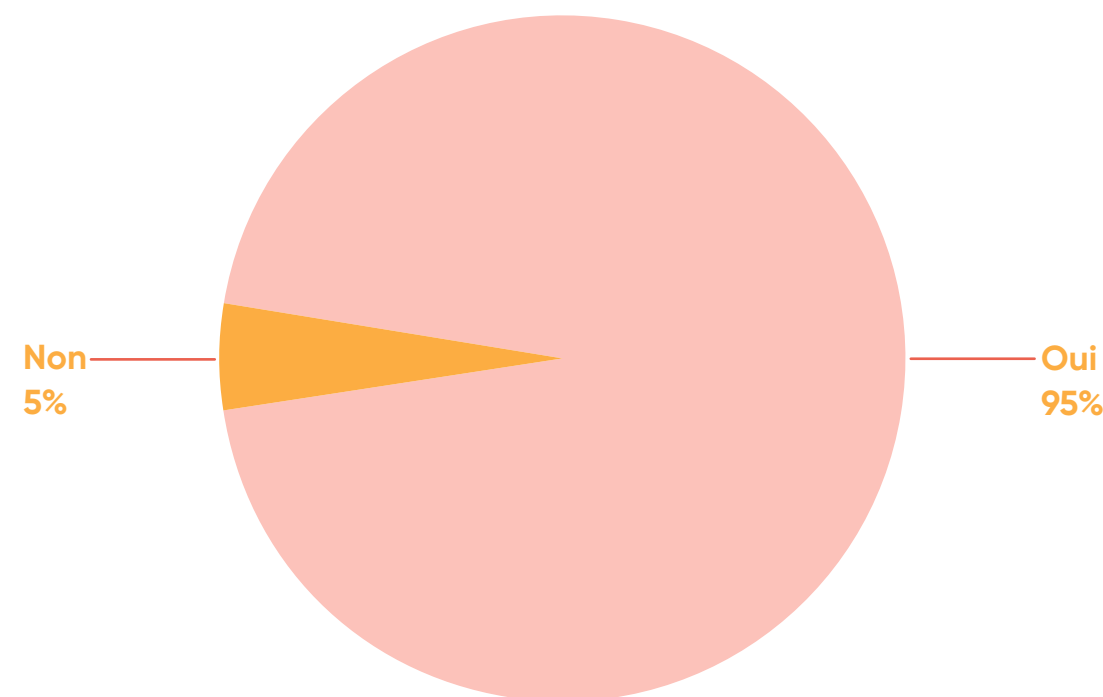
## Présence en ligne

**Signe des temps, la très grande majorité des organisations, soit 95 % d'entre elles, ont un site web.**

La moitié des organismes l'utilisent comme une vitrine (50 %) ou un lieu de promotion de leur offre culturelle (40 %). Vingt-deux pour cent l'utilisent aussi comme calendrier événementiel, mais seulement 14 % l'utilisent comme outil transactionnel.

**L'état des sites web est relativement bon,** même s'il y a une place certaine pour de l'amélioration puisque 61 % d'entre eux peuvent être classés « très bons » ou « avancés », contre 22 % « insuffisants » et 17 % « problématiques ».

### Possession d'un site web par l'organisme



**De plus, les autres indicateurs concernant les sites web sont tous au rouge.**

En effet, en ce qui concerne les mises à jour de leur site web, 53 % des organismes répondants ont une situation insuffisante, 29 % ont une situation modérée et 18 % ont une situation avancée.

Du côté des outils de commerce électronique, 56 % n'en possèdent pas, 22 % en ont une utilisation minimale, 17 % ont une utilisation modérée et seulement 6 % ont une utilisation avancée. Il y a donc encore beaucoup de travail à faire, même si ce n'est pas nécessairement tous les organismes qui ont besoin de tels outils.



Pour l'analyse du trafic Internet, 28 % des organismes répondants ne réalisent pas une telle analyse, 39 % le font de façon insuffisante, 28 % le font de façon modérée et seulement 6 % en font une utilisation avancée.

On note également que 72 % des organismes n'ont pas de stratégie de marketing numérique pour promouvoir leur site web. Finalement, 39 % n'ont aucune stratégie de découvrabilité, alors que 22 % ont une stratégie minimale, 17 % ont une stratégie modérée, 17 % ont une stratégie avancée et 4 % ont une stratégie remarquable.

**On peut donc conclure que la majorité des organismes répondants ont un site web, mais qu'ils ont une approche passive face à ce dernier :** pas de mises à jour régulières (53 %), pas d'analyse de trafic (67 %), pas de stratégie marketing (72 %) ni stratégie de découvrabilité (61 %).

**Ceci nous indique que la présence des organismes sur le web peut être considérée comme un mal nécessaire auquel ils souscrivent, et qu'un manque de littératie numérique les empêche d'adopter des pratiques qui augmenteraient leur visibilité sur Internet.**

**Ces constats peuvent également s'étendre aux autres formes de présence numérique sur Internet.** En effet, 74 % des organismes répondants n'ont pas de page Wikipédia, quoique la même proportion s'y intéresse.

Quatre-vingt-huit pour cent connaissent la plateforme Signé Laval, mais seulement 53 % contribuent au calendrier Caligram. Enfin, 70 % des organismes n'ont aucune (ou seulement une) infolettre minimale.

Pour ce qui est des réseaux sociaux, le portrait est assez similaire : une seule organisation ne possède aucun compte. De façon générale, la plateforme dominante est Facebook, suivie par Instagram en deuxième place et YouTube en troisième place.

Par contre, leur publication de contenus sur les réseaux sociaux s'avère insuffisante ou minimale pour 61 % des organismes répondants.

La gestion des réseaux sociaux est également minimale ou inexistante (47 %), modérée (29 %) ou avancée, voire excellente (24 %).

De plus, 61 % des organismes n'ont pas d'adéquation entre leur plan de communication et leurs réseaux sociaux.

Finalement, 17 % n'utilisent pas les outils d'analyse des réseaux sociaux, 72 % les utilisent de façon modérée et 11 % le font de façon avancée.

**Comme pour les sites web, le constat révèle que les organismes ont une présence « obligatoire » sur les réseaux sociaux, mais que cette présence est loin d'être optimale.**

# Diagnostic

## Vision du numérique, projets et accompagnement

- Les organismes membres de Culture Laval ont une vision très positive du numérique, considérée comme une occasion de développement.
- La formation sur les enjeux numériques est l'autre mesure phare permettant de faciliter cette transformation.
- Les principaux freins à l'adoption du numérique sont le manque de ressources financières, le manque de ressources humaines et le manque de connaissances.
- Au-delà du soutien financier destiné à pallier le manque de ressources, le principal facteur facilitant la transformation numérique est le partage de connaissances. En effet, parmi les autres mesures qui permettraient de faciliter la transformation numérique figurent la sensibilisation aux possibilités du numérique et les différents accompagnements personnalisés.
- La résistance au changement et le manque d'intérêt figurent parmi les freins les moins identifiés, ce qui est en concordance avec la vision positive du numérique.
- L'ADN de Culture Laval est une ressource manifestement méconnue et sous-utilisée par le milieu.
- Les principaux obstacles sont de l'ordre des ressources plutôt que de la volonté.
- L'obtention de subventions pour réaliser des projets numériques constitue la principale mesure pour faciliter la transformation numérique. Toutefois, et paradoxalement, près de la moitié des organismes répondants n'ont jamais effectué une telle demande.
- La très grande majorité des organismes répondants n'a actuellement pas de stratégie numérique.

## Équipements

- Il existe une lacune importante concernant les équipements numériques des organisations.
- La moitié des organismes répondants jugent que leurs équipements numériques sont insuffisants et ne correspondent pas à leurs besoins.
- Un organisme répondant sur cinq signale ne pas posséder d'ordinateur pour son organisation. Ce sont principalement les organismes ayant un budget annuel de moins de 150 k\$ qui répondent par la négative.

## Logiciels et plateformes

- Malgré la pandémie, le recours à des plateformes en ligne pour faciliter le travail à distance et optimiser les processus organisationnels demeure insuffisant.
- Les deux tiers des organismes répondants utilisent des logiciels de création, et les outils de graphisme, comme Photoshop, sont les plus récurrents.
- Seulement 50% des organismes répondants ont une utilisation optimale des plateformes de bureautique comme Google Workspace ou Office 365.
- Presque les deux tiers des organismes répondants sont dans une situation problématique face à la sécurité des données et la gestion des mots de passe.
- La même proportion s'applique pour l'utilisation des outils de messagerie interne comme Slack ou Microsoft Teams.
- Le quart des organismes répondants ne possèdent pas une solution acceptable pour la gestion de leurs copies de protection (sauvegardes).
- La proportion diminue à 40% pour l'usage de calendriers en ligne.
- Les organisations dont le budget est situé dans la tranche inférieure à 150 k\$ dominent parmi les organismes répondants qui sont les moins bien outillés.
- Les plateformes de gestion de projets sont encore moins populaires, avec seulement 20% des organismes répondants qui les utilisent de façon modérée.
- Il reste encore un travail important à faire dans la transformation numérique des organisations, notamment en ce qui a trait à l'adoption des différentes plateformes numériques.
- L'utilisation de bases de données est encore plus problématique, avec seulement 12% des organismes répondants qui peuvent prétendre les utiliser de façon acceptable.

## Présence en ligne

- Quatre-vingt-quinze pour cent des organismes répondants ont un site web, utilisé principalement comme vitrine ou comme lieu de promotion de leur offre culturelle.
- Les résultats du sondage révèlent que la majorité des organisations ont une attitude passive face à leur site web.
- L'état des sites web est relativement bon, avec 61% des organismes répondants classant le leur comme «très bon» ou «avancé». Il reste toutefois près de 40% des organisations qui font état d'un classement «insuffisant».
- Le portrait est similaire pour les réseaux sociaux, car les organismes y sont présents, mais de façon non optimale.
- Une seule organisation ne possède aucun compte sur les réseaux sociaux.
- Cinquante-trois pour cent des organismes répondants ne mettent pas suffisamment à jour leur site web; 56% ne possèdent pas de site transactionnel; 66% n'analysent pas leur trafic de façon satisfaisante; 72% n'ont pas de stratégie de marketing numérique pour promouvoir leur site web; et 62% n'ont pas de stratégie de découvrabilité.
- Les plateformes les plus populaires sont : Facebook, suivie par Instagram en deuxième position et YouTube en troisième position.
- Les contenus créés sur les réseaux sociaux s'avèrent insuffisants pour 61% des organismes répondants. La gestion des réseaux sociaux est également insuffisante pour 47% d'entre eux et 61% n'ont pas d'adéquation entre leur plan de communication et leurs réseaux sociaux.



# Conclusion

Les organismes culturels lavallois ont un point de vue très positif sur le numérique et le considèrent comme une opportunité de développement. Toutefois, le manque de ressources et de connaissances freine leur transformation numérique.

Parmi les solutions pour contrer ces freins, l'obtention de subventions pour réaliser des projets numériques permet de faire face au manque de certaines ressources. **L'enjeu principal demeure cependant le transfert de connaissances**, ce qui est une bonne nouvelle puisque ce domaine est au cœur du mandat de Culture Laval. **Importante courroie de transmission, le rôle de l'ADN de Culture Laval est encore trop méconnu du milieu.**

Signe que le manque de ressources est un problème pour les organismes : **la moitié d'entre eux jugent que leurs équipements numériques ne répondent pas à leurs besoins.** Ce problème est particulièrement criant chez les organismes avec de plus petits budgets d'exploitation.

Malgré la pandémie, **le recours aux multiples plateformes numériques de gestion du travail reste insuffisant.** De plus, comme dans les autres secteurs, le passage à ces plateformes s'est fait dans l'urgence et n'a donc pas nécessairement été réfléchi.

**En résumé, bien qu'il reste encore beaucoup de chemin à parcourir, la perception positive du milieu face au numérique est un atout de taille. La situation pandémique a certainement donné un coup d'accélérateur, et c'est le bon moment pour accompagner adéquatement les organismes qui veulent optimiser leur transformation numérique.**

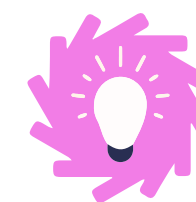
**Il y a encore un important travail à réaliser dans la transformation numérique des organisations lavalloises, et un accompagnement sera nécessaire pour qu'elles adoptent une véritable philosophie numérique.**

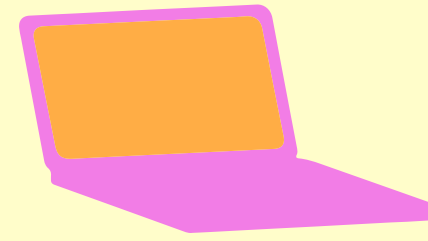
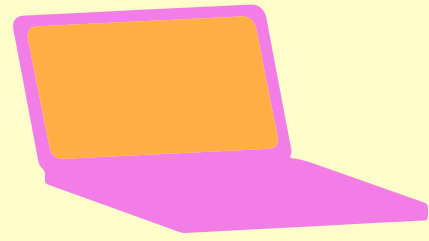
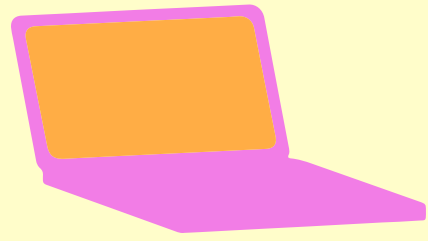
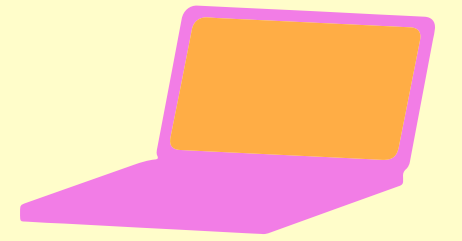
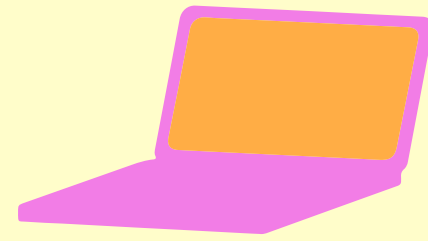
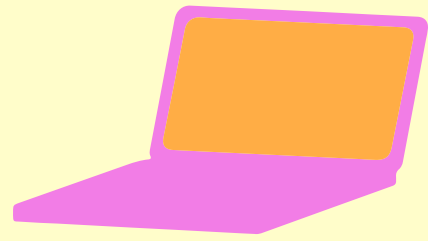
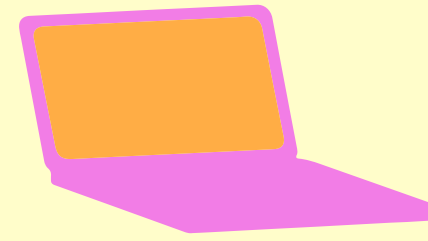
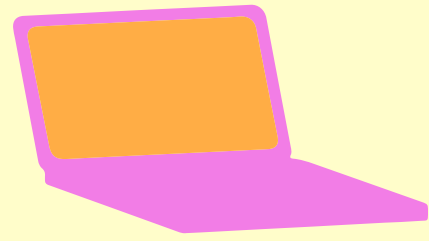
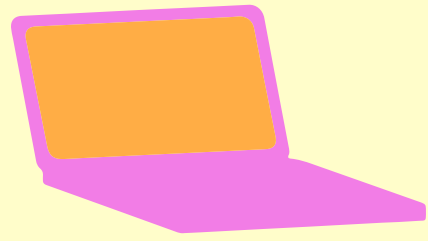
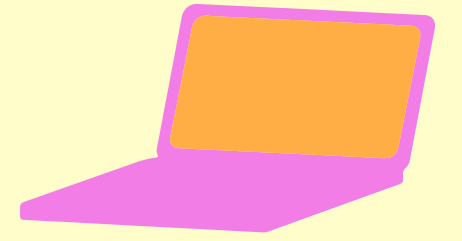
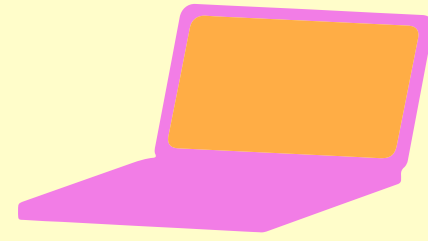
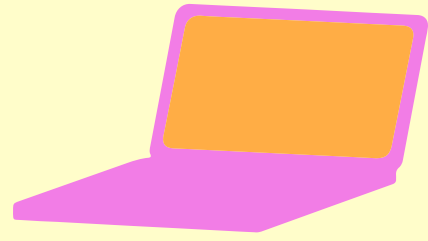
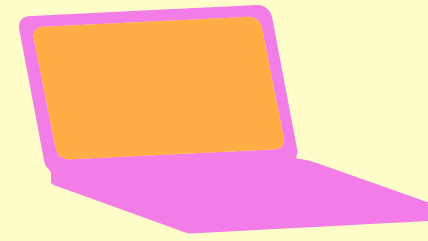
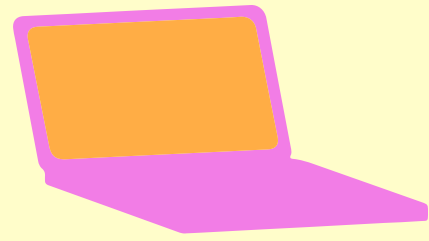
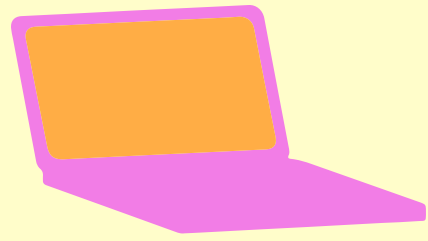
Même si la plupart des organismes sont présents en ligne par leur site web ou par le recours aux médias sociaux, cette présence est la plupart du temps insuffisamment structurée. Encore ici, l'adoption de meilleures pratiques numériques ne pourra se faire sans un accompagnement et un transfert de connaissances.

Bien que plusieurs organismes aient surtout une portée locale, il ne faut pas sous-estimer l'importance d'une présence en ligne efficace. Pour le public, il s'agit, la plupart du temps, de la première façon d'accéder à l'information portant sur une organisation ou une activité.

# Recommandations

- Mettre en place une stratégie de communication pour augmenter la reconnaissance de l'ADN de Culture Laval dans son milieu.
- Mettre en place une stratégie d'information et d'accompagnement pour augmenter le nombre d'organismes lavallois qui déposent des demandes de soutien liées à des projets numériques aux différents paliers de financement.
- Mettre en place une stratégie de formation et d'accompagnement des organisations afin d'accélérer leur transformation numérique et les inciter à inclure le numérique dans leurs réflexions stratégiques de façon transversale.
- Offrir de la formation spécifique sur les différentes plateformes numériques de gestion organisationnelle (bureautique, communication, gestion de projets, etc.) et sur les différentes méthodes de gestion numérique adaptées au secteur culturel. Autrement dit, la formation sur les outils doit être complétée par une gestion de la philosophie numérique, et vice-versa.
- Offrir de la formation sur les différentes façons d'améliorer sa présence en ligne ainsi que sur l'optimisation de sa découvrabilité.
- Bien que certains organismes plus importants puissent être déjà très avancés sur les points mentionnés ci-dessus, il ne faut pas oublier le haut niveau d'hétérogénéité chez les organismes culturels lavallois. Cette hétérogénéité constitue un important défi pour Culture Laval et complexifie ses opérations sur ces questions.





# Partie 2

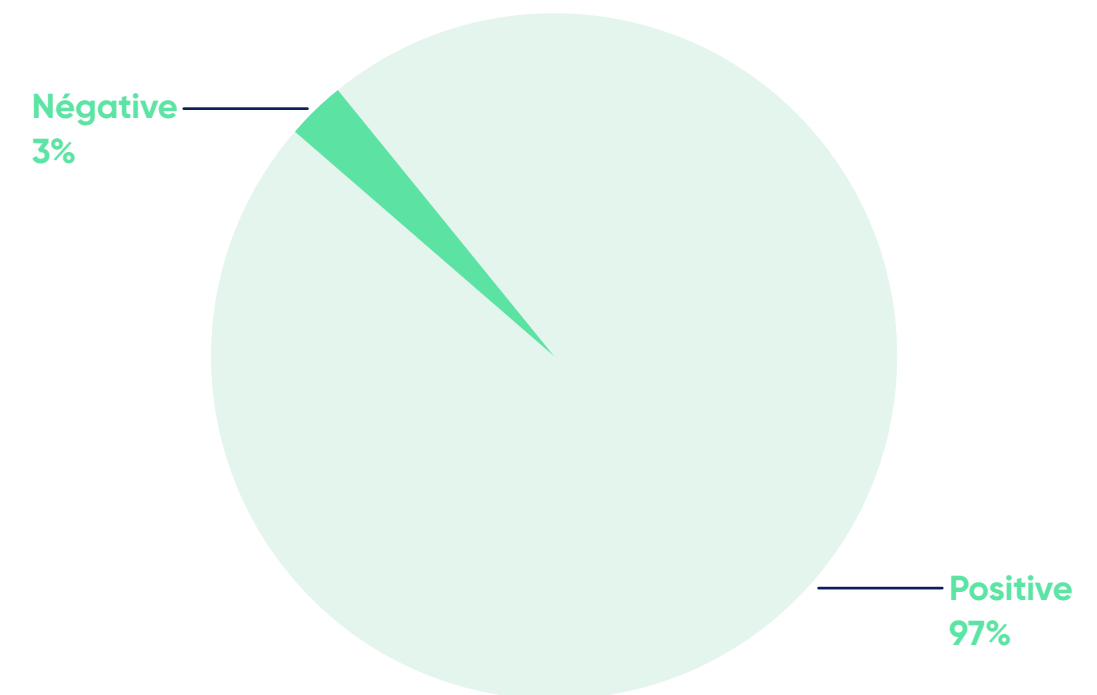
# ARTISTES

## Analyse des résultats

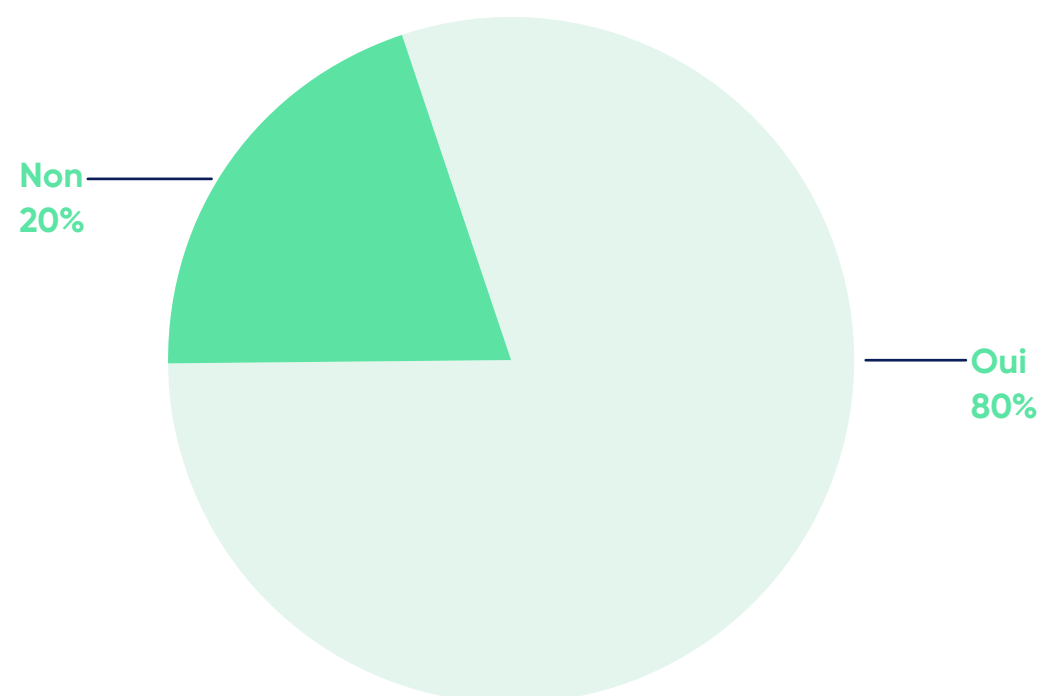
### Vision du numérique, projets et accompagnement

À la manière des organismes, **97 % des personnes répondantes dans la catégorie « Artistes » ont un point de vue positif sur le numérique.** On note une seule personne estimant que le numérique est un fardeau sans intérêt, et deux personnes pour qui le numérique est un mal nécessaire.

### Vision du numérique



## Compétences numériques



Près de 4 personnes sur 5 estiment également avoir des compétences liées au numérique, acquises de façon autodidacte pour la moitié d'entre elles.

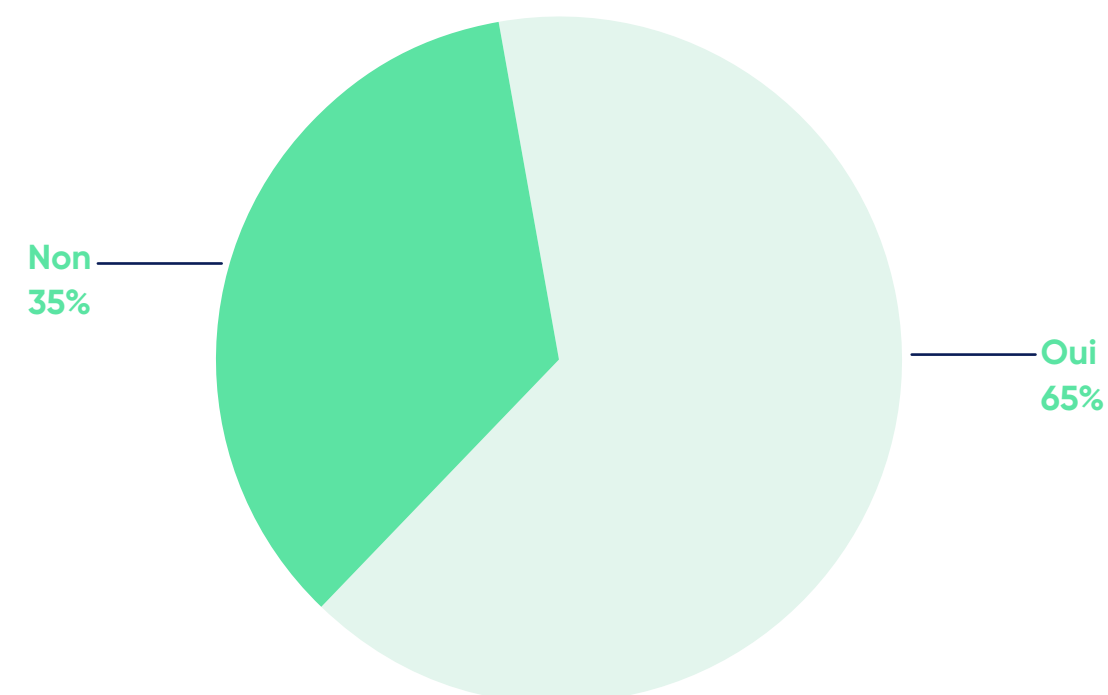
Soixante-dix-neuf pour cent des personnes répondantes mentionnent avoir un volet numérique dans leur pratique artistique. Par contre, la définition de ce volet numérique est très hétéroclite, allant de la gestion des réseaux sociaux aux pratiques en art numérique.

L'intérêt des artistes pour le numérique provient tout d'abord de la nécessité (48 %) et de la curiosité (seulement 5 % des personnes répondantes disent ne pas avoir d'intérêt pour le numérique).

**Parmi les obstacles à l'intégration du numérique, certains constats sont similaires à ceux des organismes, soit le manque de ressources financières et le manque de connaissances. Le manque d'équipements et le manque de temps suivent.**

Dans les éléments facilitateurs, les multiples facettes de l'accompagnement sont largement présentes : accompagnement et soutien-conseil (51 %), soutien technique (46 %) et formations pour développer les compétences (38 %) sont en tête.

## Participation à une formation sur le numérique



**L'importance accordée à la formation est cohérente avec ces constats, puisque 65 % des artistes répondent avoir déjà suivi une formation sur le numérique.**

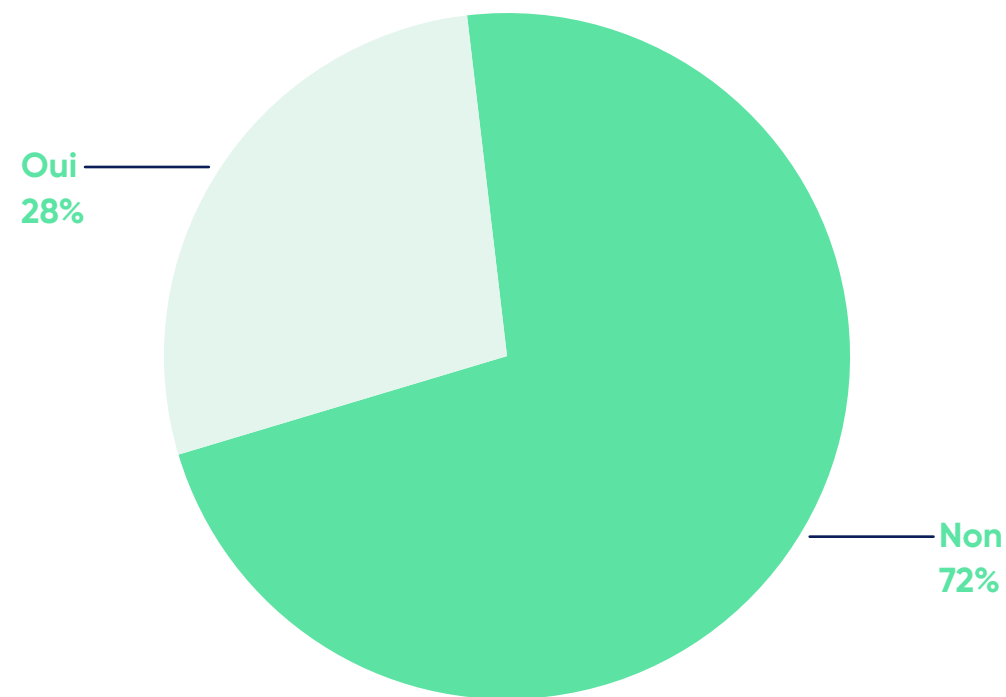
Les besoins sont également assez bien identifiés, puisque 57 % des artistes ont une idée du type de formation qui répondrait à leurs besoins.

Parmi les différents formats de formation, les préférences sont partagées de façon égale entre les formations en ligne, en présentiel et en individuel. La formule en co-apprentissage est nettement moins valorisée.

En ce qui concerne l'ADN, les résultats sont plus faibles : 72 % des artistes répondent ne pas connaître l'ADN de Culture Laval ni son mandat, et personne n'a déjà sollicité l'appui de l'ADN.

Si, pour les organismes, la reconnaissance de l'ADN était déjà une faiblesse, dans le cas des artistes, l'enjeu est encore plus important.

## Connaissance de l'ADN de Culture Laval et de son mandat

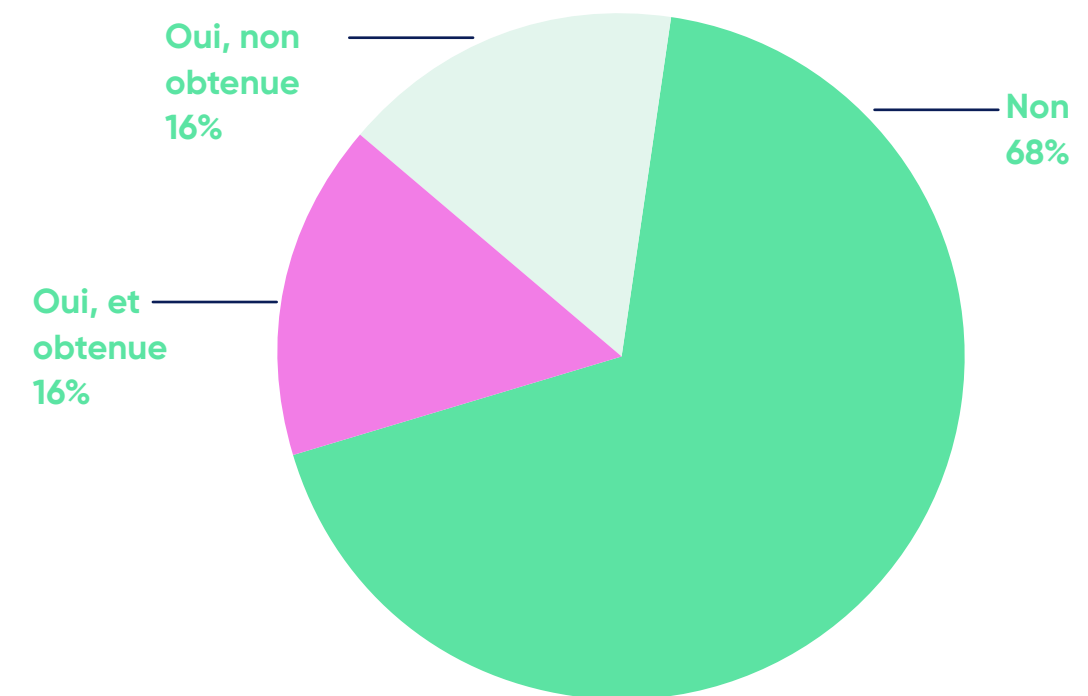


L'autre facteur facilitant, identifié comme important, est l'obtention d'une subvention en numérique : un élément identifié par 44 % des artistes.

Ceci met en évidence une incohérence, car même si l'obtention d'une telle subvention semble prioritaire, 68 % des personnes répondantes n'ont jamais déposé de demande de financement pour un projet numérique.

Parmi les 32 % qui en ont déposé, le taux de réponse positive est très élevé (soit la moitié).

## Dépôt d'une demande de subvention pour un projet numérique



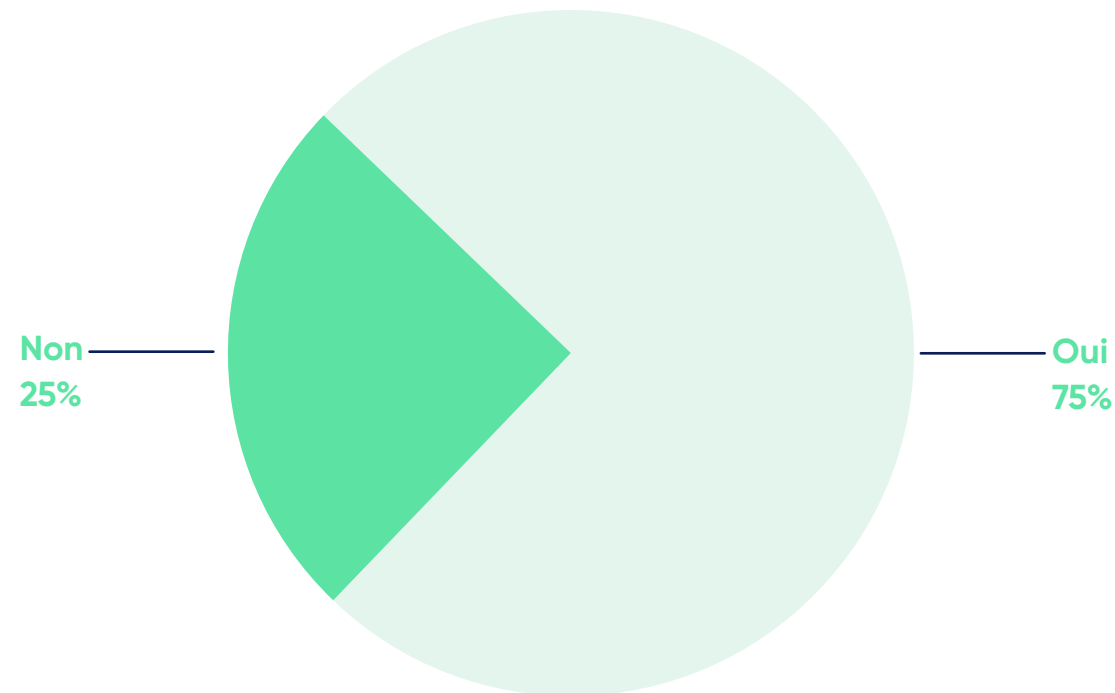
## Équipements

La très grande majorité possède un ordinateur (97 %) et un téléphone intelligent (97 %). Presque les deux tiers des personnes répondantes possèdent également une tablette.

Du côté des outils de captation numérique, l'outil le plus répandu est de loin l'appareil photo numérique (69 %), suivi de la caméra vidéo (33 %) et de l'enregistreur audio (33 %). La grande majorité ne possède toutefois pas de dispositif de diffusion en direct, ce qui n'est pas surprenant puisque les artistes, malgré le développement de l'autoproduction, ne diffusent pas souvent leurs productions sans intermédiaire.

**Signe que les artistes ont généralement l'équipement adéquat : 75 % estiment que les équipements numériques en leur possession correspondent à leurs besoins.**

### Possession d'un équipement numérique qui répond aux besoins

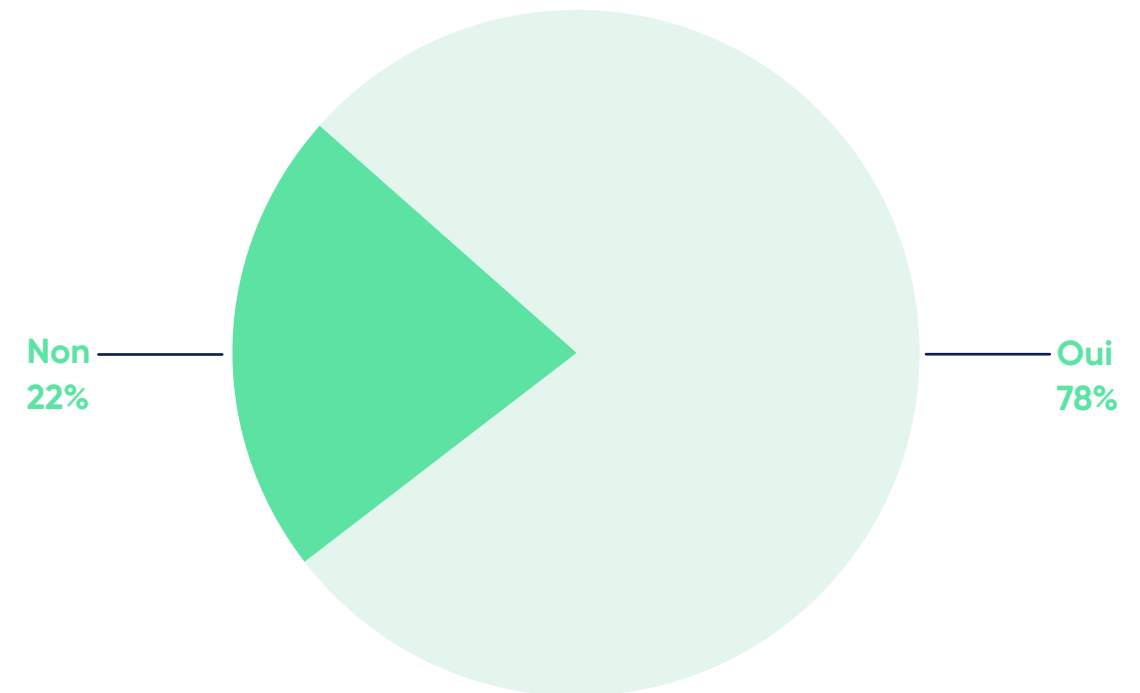


## Logiciels et plateformes

Soixante-dix-huit pour cent des personnes répondantes utilisent des logiciels de création numérique, ce qui est un taux très élevé.

Les logiciels de graphisme (30 %) et d'audio/vidéo (22 %) figurent parmi les plus courants.

### Utilisation de logiciels de création



**Les réponses révèlent aussi un manque au niveau de la gestion des droits de diffusion.**

En effet, seulement 13 % des artistes répondent utiliser des outils de gestion pour leurs droits d'auteur.

Parmi les personnes qui n'utilisent pas de tels outils, 18 % répondent ne pas partager de contenu protégé et n'y voient aucune utilité. Vingt-neuf pour cent ne s'y intéressent pas, quoique la plus grande proportion (39 %) aimerait maîtriser de tels outils.

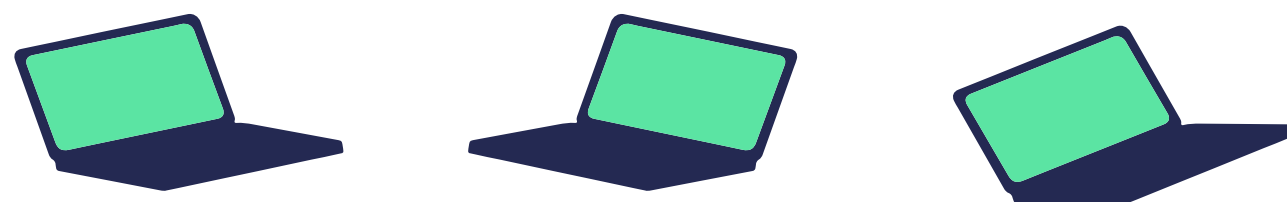
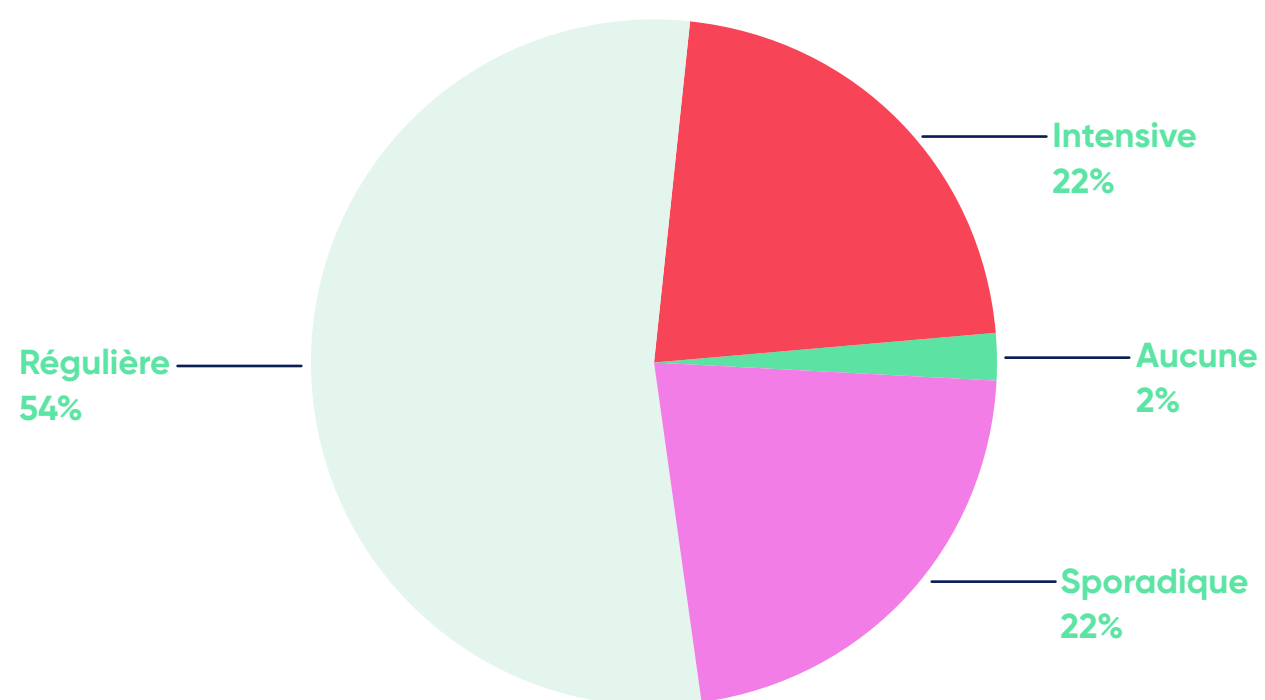
Ces chiffres sont cohérents avec la connaissance déclarée des licences Creative Commons : seulement 11 % déclarent connaître ces licences ; 47 % ne les connaissent pas ; et 42 % ne les connaissent pas, mais aimeraient en savoir plus à leur sujet.

**On peut donc constater qu'une démarche visant à améliorer les connaissances des artistes sur ces licences serait la bienvenue.**

Quatre-vingt-dix-sept pour cent des artistes affirment utiliser des outils bureautiques à des fins personnelles ou professionnelles. La fréquence d'utilisation est sporadique pour 22 %, régulière pour 54 % et intensive pour 22 % des personnes répondantes.

Dix-neuf pour cent des artistes répondent avoir une maîtrise de ces outils à un niveau débutant, 57 % à un niveau intermédiaire et 24 % à un niveau avancé. On peut donc établir de façon générale que ces outils sont relativement bien maîtrisés par le milieu.

## Utilisation de logiciels bureautiques



**Du côté des outils collaboratifs**, que ce soit des plateformes comme Google Workspace et Office 365, ou encore des systèmes de partage de contenus comme Dropbox, **les résultats ne sont pas aussi élevés, mais demeurent très bons**, surtout lorsque l'on considère que plusieurs artistes travaillent de façon autonome. Ainsi, 78 % répondent utiliser de tels outils.

**Leur niveau de maîtrise est par contre moins élevé que pour les outils bureautiques**, puisque la moitié répondent avoir un niveau qualifié de débutant et seulement 8 % peuvent prétendre à un niveau avancé. La moitié des artistes répondent utiliser ces outils sporadiquement, 32 % le font régulièrement et 11 % le font intensivement, ce qui correspond d'ailleurs à leur niveau de maîtrise.

**Il pourrait y avoir ici un certain travail à effectuer pour améliorer leur compréhension et leur utilisation de ces outils, mais les résultats n'indiquent pas de problèmes importants.**

Du côté des outils de communication, 97 % répondent utiliser ces outils tant à des fins personnelles que professionnelles.

Pour ce qui est de l'utilisation, les résultats sont assez similaires à ceux des outils bureautiques : 22 % les utilisent sporadiquement, 59 % le font régulièrement et 16 % le font intensivement. Encore là, leur niveau de maîtrise est plutôt acceptable : 34 % ont un niveau débutant, 49 % ont un niveau intermédiaire et 17 % ont un niveau avancé.

**Les personnes sondées ont également de bonnes pratiques en ce qui concerne leurs archives et leurs copies de protection de données.**

Seulement 5 % n'en font jamais, 32 % le font de façon minimale, 22 % le font de façon modérée et 41 % le font de façon avancée. Ainsi, c'est presque les deux tiers des artistes qui ont une pratique acceptable sur ces questions. Encore là, ces chiffres pourraient et devraient être améliorés, mais ce n'est pas un enjeu prioritaire.

## Présence en ligne

Concernant la présence des artistes en ligne, la situation est plus problématique.

En effet, 49 % répondent tout simplement ne pas avoir de site web.

Pour celles et ceux qui en ont un, celui-ci est considéré principalement comme une vitrine (44 %) et un lieu de promotion (42 %). Seulement 3 % possèdent une boutique en ligne.

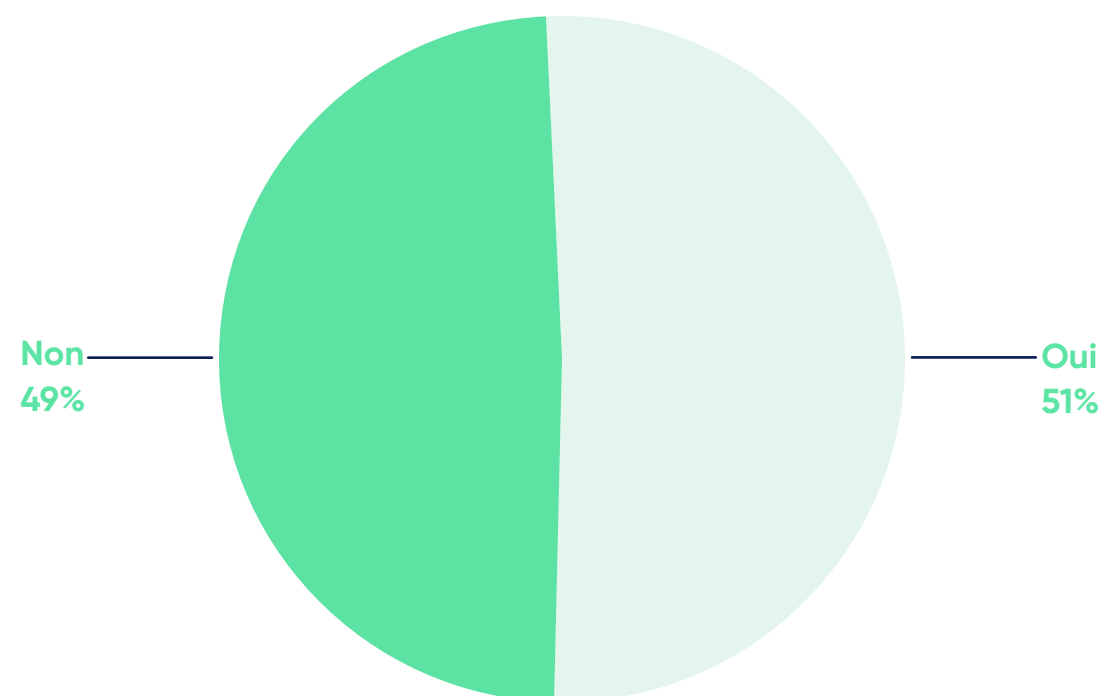
L'état des sites web est également problématique, car pour plus de la moitié des artistes (53 %), celui-ci est considéré comme insuffisant ou minimal.

De plus, 74 % des personnes sondées ne font jamais de mises à jour, et 21 % font des mises à jour minimales, ce qui laisse seulement 5 % d'artistes ayant obtenu un résultat optimal à cette question.

Les autres questions concernant les sites web révèlent également des problématiques : 58 % n'utilisent aucun outil d'analyse, 26 % le font de façon minimale, 11 % le font de façon modérée et 5 % le font de façon avancée.

Le recours à des méthodes de découvrabilité est sensiblement identique : 65 % répondent ne recourir à aucune méthode, 19 % le font de façon minimale, 3 % le font de façon modérée et 13 % le font de façon avancée.

## Possession d'un site web professionnel



Il va de soi que ces réponses doivent être modulées par certaines considérations. En effet, la réalisation d'un site web professionnel sur mesure est une dépense très importante pour les artistes et l'utilisation de plateformes gratuites comme Wix ou WordPress demande un certain niveau de littératie numérique et de compétences technologiques.

Le recours à des plateformes comme Adobe Portfolio ou Squarespace est probablement l'idéal pour la majorité des artistes, mais ces solutions sont souvent méconnues. Des mesures pourraient être prises pour améliorer la situation des artistes de la région de Laval sur ces enjeux.

Les prochaines questions concernent toujours la présence en ligne des artistes, mais sur d'autres lieux que leur site web personnel.

Wikipédia, un important outil de découvrabilité, est connu par 95 % des personnes ayant répondu au sondage. Vingt-deux pour cent y contribuent (un taux plutôt élevé) et 59 % répondent vouloir en connaître davantage à ce sujet.

Soixante-huit pour cent affirment connaître Signé Laval. Par contre, seulement le quart des personnes répondantes possèdent un compte lié au calendrier événementiel.

Il y aurait certainement un travail de communication à faire ici, puisque 62 % des artistes ayant répondu indiquent ne pas savoir qu'il était possible d'y avoir accès.

Finalement, 87 % n'utilisent pas d'infolettre, une façon pourtant simple de maintenir le lien avec leur public/clientèle.

Comme pour les organismes, la très grande majorité des artistes (95 %) affirment utiliser les réseaux sociaux, mais cette présence est loin d'être optimale. Parmi les plateformes utilisées, Facebook domine de manière importante (90 %), suivie d'Instagram (49 %), LinkedIn (41 %), YouTube (36 %) et Twitter (21 %).

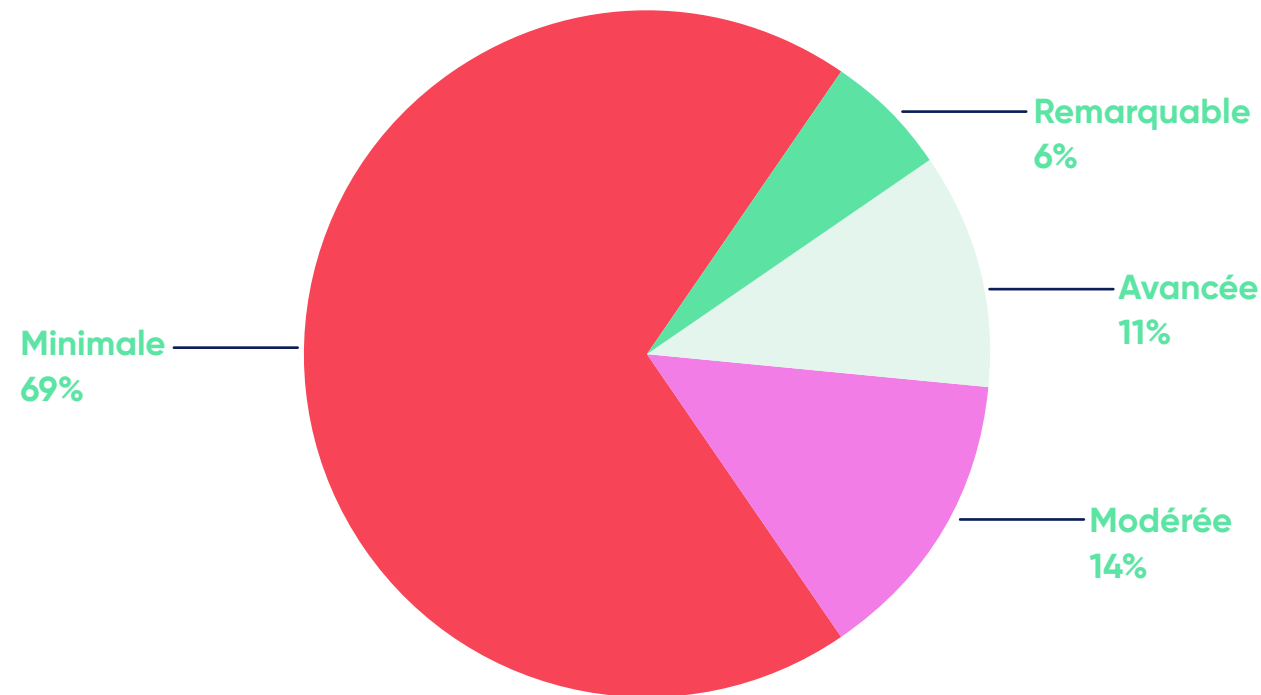
Les deux tiers des artistes déclarent utiliser un compte privé à la fois à des fins personnelles et professionnelles, alors que 17 % possèdent un compte professionnel et 9 % utilisent un compte professionnel associé à une stratégie de communication. Seulement 9 % utilisent les réseaux sociaux strictement à des fins personnelles.

En ce qui concerne leur type d'utilisation, 69 % le font de façon minimale, 14 % le font de façon modérée, 11 % le font de façon avancée et 6 % le font de façon remarquable.

Cinquante-quatre pour cent des artistes n'ont jamais recours aux outils d'analyse, 9 % le font de façon minimale, 31 % le font de façon modérée et seulement 6 % le font de façon avancée.



## Utilisation des réseaux sociaux



On peut donc conclure que même si la très grande majorité des artistes déclare avoir une présence sur les réseaux sociaux, celle-ci est très informelle et ne bénéficie pas d'une stratégie ni d'une compréhension qui leur permettraient de rayonner davantage.

Comme pour les sites web, la mise en place d'activités de formation sur ces enjeux serait certainement bénéfique pour améliorer les connaissances du milieu sur ces questions, de même que la qualité de sa présence en ligne.



# Diagnostic

## Vision du numérique, projets et accompagnement

- \* La très grande majorité des artistes ayant répondu au sondage a un point de vue positif sur le numérique.
- \* Près de 4 artistes sur 5 affirment avoir des compétences liées au numérique, et la moitié les a acquises de façon autodidacte.
- \* Près de 4 artistes sur 5 affirment avoir un aspect numérique dans leur carrière artistique. Toutefois, la définition de cet aspect est très hétéroclite, allant de l'utilisation des réseaux sociaux à la création d'œuvres en art numérique.
- \* Les principaux obstacles pour intégrer le numérique dans leurs pratiques sont le manque de ressources financières et le manque d'équipement.
- \* Parmi les éléments pouvant faciliter l'adoption du numérique figurent, en premier lieu, les multiples facettes de l'accompagnement : accompagnement et soutien-conseil (51%), soutien technique (46%) et formations pour développer les compétences (38%).
- \* L'autre facteur facilitateur identifié comme important est l'obtention d'une subvention en numérique (44%). Toutefois, plus des deux tiers des artistes ayant répondu au sondage n'ont jamais déposé de demande de subvention pour un projet numérique.
- \* Les deux tiers des personnes répondantes ont déjà suivi une formation sur le numérique.
- \* Malheureusement, près des trois quarts des artistes ayant répondu au sondage ne connaissent pas l'ADN de Culture Laval ni son mandat.

## Équipements

- \* La très grande majorité possède un ordinateur et un téléphone intelligent. Presque les deux tiers des artistes possèdent également une tablette.
- \* Du côté des outils de captation numérique, le plus répandu est de loin l'appareil photo numérique (69 %).
- \* On note que 3 artistes sur 4 estiment posséder les équipements numériques adaptés à leurs besoins.

## Logiciels et plateformes

- \* Près de 4 artistes sur 5 utilisent des logiciels de création numérique. Les logiciels de graphisme (30 %) et d'audio/vidéo (22 %) figurent parmi les plus courants.
- \* La compréhension et la gestion des droits d'auteur dans un contexte numérique sont des faiblesses identifiées : à peine plus de 10 % des artistes ayant répondu peuvent prétendre maîtriser en partie ces questions.
- \* La très grande majorité affirme utiliser des outils bureautiques à des fins personnelles et professionnelles, et ce, de façon plutôt bien maîtrisée.
- \* Près de 4 artistes sur 5 utilisent des outils collaboratifs en ligne comme Google Workspace ou Dropbox. Leur utilisation de ces outils est cependant moins avancée que celle des outils bureautiques, la moitié ayant un niveau débutant.
- \* La très grande majorité affirme utiliser des outils de communication numérique, et ce, avec un niveau de maîtrise plutôt acceptable.
- \* Les artistes affirment également avoir de bonnes pratiques en ce qui concerne leurs archives et leurs copies de protection de données.

## Présence en ligne

- \* La moitié des artistes déclarent ne pas avoir de site web. Seulement 3 % ont un site transactionnel.
- \* Pour plus de la moitié, on relève un site web dans un état minimal ou insuffisant, et 4 artistes sur 5 ne font pas de mises à jour.
- \* Quatre-vingt-quatre pour cent répondent ne pas utiliser d'outils d'analyse, ou seulement de façon minimale, et la même proportion n'a pas recours à des méthodes de découvrabilité.
- \* La très grande majorité utilise les réseaux sociaux.
- \* Facebook domine (90 %) parmi les plateformes les plus utilisées, suivie d'Instagram (49 %), LinkedIn (41 %), YouTube (36 %) et Twitter (21 %).
- \* Malgré une réelle présence sur les réseaux sociaux, celle-ci est très informelle et ne bénéficie pas d'une stratégie qui permettrait aux artistes de rayonner davantage.

# Conclusion

**Les artistes de la région de Laval qui ont répondu au sondage ont une impression très favorable envers le numérique.** La majorité l'a intégré dans ses activités artistiques, et malgré la possession d'un équipement relativement adapté, il demeure que **le manque de ressources constitue l'un des principaux freins à l'adoption du numérique.**

D'un autre côté, l'enjeu central sur lequel se pencher pour faciliter la transition numérique des artistes concerne, comme pour les organismes, **l'accompagnement et le transfert de connaissances, et l'ADN est une ressource encore trop méconnue du milieu.**

**Du côté de l'utilisation des logiciels et des différentes plateformes numériques, les résultats sont plutôt positifs.** Il y a toujours place à l'amélioration, et **la question des droits d'auteur à l'ère numérique est un élément qui mériterait plus d'attention.**

**La présence en ligne et la découvrabilité déclarées par les artistes sont, par contre, beaucoup plus problématiques.** La moitié a répondu ne pas avoir de site Internet, et pour celles et ceux qui en possèdent, leur utilisation de cette ressource est insuffisante. Cette faiblesse tend à être compensée par le recours aux réseaux sociaux, mais l'utilisation de ces outils est très informelle et ne s'inscrit pas dans une stratégie de communication.

# Recommandations

- \* Mettre en place une stratégie de communication pour augmenter la reconnaissance de l'ADN de Culture Laval dans son milieu.
- \* Mettre en place une stratégie d'information et d'accompagnement pour augmenter le nombre d'artistes qui déposent des demandes de bourse pour projets numériques au Conseil des arts et des lettres du Québec et au Conseil des arts du Canada. Le programme « Exploration et déploiement numérique » du CALQ est un bon exemple du type de programme à cibler.
- \* Informer les artistes de la région de Laval de l'existence du programme « Acquisition et mise en marché » du CALQ pour répondre aux besoins en équipements numériques et en outils promotionnels.
- \* Mettre en place une stratégie de formation destinée aux artistes sur les différentes méthodes de présence en ligne et d'optimisation de sa découvrabilité.
- \* Offrir de la formation sur le droit d'auteur à l'ère numérique et sur les possibilités de monétisation, comme le recours à des plateformes transactionnelles.

