

2020
2021

RAPPORT ANNUEL



Culture Lanaudière

Mot du président	3
La mission et les valeurs	5
Rapport de gouvernance	7
Rapport d'activités	13
Rapport numérique	22
Rapport Web	
Culture Lanaudière	28
Boutique Le4673.ca	33
La formation continue	40
Rapport des communications	42
Rapport du trésorier	53
Le personnel	54

Mot du président

Tout d'abord, je veux souhaiter la bienvenue à vous tous. Malgré un certain épuisement des rencontres virtuelles, nous tenons aujourd'hui la 43^e assemblée générale de Culture Lanaudière.

L'année 2020-2021 a été lourdement frappée par une pandémie effroyable qui a débuté par un chaos majeur au printemps 2020. Avec un Québec mis sur pause, le milieu artistique et culturel a été largement touché, nécessitant une réorganisation totale pour chacun. Si aujourd'hui se pointe une lueur d'espoir de retour à la normale, la relance requerra tout autant d'efforts. À ce chapitre, je vous invite à ne pas hésiter à demander à notre équipe toute l'aide nécessaire.

Chez Culture Lanaudière, la pandémie a aussi eu son effet marquant. Le télétravail a été pratiqué toute l'année et je salue la résilience de toute l'équipe qui a continué, avec rigueur, les accompagnements, les dossiers culturels lanaudois, les partenariats ainsi que la veille constante de l'évolution de l'année. Il a fallu aussi à notre équipe trouver le moyen de cheminer à la promotion et la défense de la culture notamment par des représentations à la concertation menée par la ministre de la Culture ainsi que la collaboration avec le bureau régional du Ministère de la Culture.

Aussi, le gala des Grands Prix Desjardins de la culture s'est tenu, sur une forme virtuelle et largement abrégée. Diffusé sur les réseaux sociaux, d'une durée de 28 minutes, le gala a eu une portée de plus de 30 000 personnes sur Facebook seulement. Bien que nous ne connaissons pas celle provenant de nos télévisions communautaires lanaudoises, j'en profite pour remercier TVRM et CTRB d'avoir accepté de diffuser le gala sur leurs ondes.

Au cœur de cette étrange année, Culture Lanaudière a déménagé. Localisé rue Beaudry à Joliette, ce nouvel espace n'a pas eu beaucoup d'achalandage depuis son ouverture. Néanmoins, nous serons heureux de vous accueillir dès que la santé publique le permettra.

Donc, une année riche en rebondissements, lourde d'incertitude, mais réussie sur le plan professionnel qui nous amène vers de nouveaux défis. À ce propos, Culture Lanaudière entreprend trois études qui permettront pour l'une, de redéfinir le portrait statistique des arts et de la culture et pour l'autre, une étude des besoins en formation continue. Pour celle-ci, l'obligation d'incorporer le numérique dans nos vies en a accéléré l'importance. Finalement, la troisième étude se fait conjointement avec Tourisme Lanaudière, soit une étude sur la structuration de l'offre en tourisme culturel lanaudois. Nous sommes heureux de ces trois dossiers qui seront pour les deux premiers des mises à jour, puisqu'ils datent du début des années 2000. Pour l'offre touristique culturelle, c'est une nouveauté vers un développement concerté, mettant de l'avant nos atouts culturels attractifs.

Comme vous pouvez le constater, Culture Lanaudière a connu une année tout aussi chamboulée que la vôtre, mais cela n'a pas empêché ni l'équipe, ni le conseil d'administration, d'aller de l'avant et de développer des outils qui, nous le croyons fermement, nous aiderons tous à franchir le pas de la relance.

Finalement, je veux remercier les administrateurs de Culture Lanaudière ainsi que le personnel pour leur engagement et leur rigueur à soutenir le développement des arts et de la culture, mais aussi pour leur résilience qui a favorisé la réussite de cette année.

Bonne assemblée générale à toutes et tous.

« Donc, une année riche en rebondissements, lourde d'incertitude, mais réussie sur le plan professionnel qui nous amène vers de **nouveaux défis.** »



Jean-Pierre Corneault
Président

La mission et les valeurs



Créé par le ministère de la Culture et des Communications du Québec, Culture Lanaudière est le seul organisme régional indépendant à but non lucratif, mandaté exclusivement aux arts et à la culture. Culture Lanaudière rassemble toute personne ou organisation venant des milieux culturels et artistiques, intéressée à promouvoir la culture sous toutes ses formes.

Mission

Notre mission est d'appuyer le développement des arts et de la culture ainsi que la professionnalisation des artistes de la région de Lanaudière.

Objectif

Participer à la définition, la relance, la reconnaissance, et la diffusion de la culture lanauoise dans toute sa richesse et sa pluralité par le biais d'activités de concertation, d'analyse, de formation et de communication.

Valeurs

1. Rigueur

Dans la prise de décisions.

2. Respect

Respect de l'autre et de ses droits sans discrimination. Pour Culture Lanaudière, le respect signifie l'écoute, la diplomatie, la discrétion et la reconnaissance de l'effort des individus ainsi que la reconnaissance de la valeur de chacun. Il en sera de même pour les organismes et les partenaires qui sont en relation avec Culture Lanaudière.

3. Responsabilité

En tant que mandataire, les administrateurs reconnaissent et assument les fonctions morales, légales, de planification, de contrôle et d'évaluation, le tout dans des compétences professionnelles se reflétant dans toutes les prestations de services.

4. Équité

Dans le cadre de sa *vision* et de sa mission, Culture Lanaudière agira de façon équitable et ce, en toute objectivité, envers sa clientèle et ses partenaires.

5. Solidarité

Compte tenu de l'intérêt commun quant à l'avancement de sa mission, le Conseil préconise la solidarité et il forme une équipe, c'est-à-dire un tout indivisible. Il agira de façon solidaire quant aux décisions et aux actions et ne parlera que d'une seule voix.

6. Transparence

Le Conseil fait en sorte qu'une culture de haute moralité se développe dans toute l'organisation, conduisant à des comportements constamment éthiques. Ce qui implique le respect de l'autre, la clarté dans les décisions tant dans le processus électoral que dans le processus d'appel d'offres, dans les attentes envers les administrateurs et du directeur général. Il évitera aussi des situations ambiguës, aura des positions claires et fera vivre ses valeurs.



Rapport de gouvernance

C'est en 2014, Culture Lanaudière a reçu son attestation en *Gouvernance stratégique*[®] et depuis, le conseil d'administration s'efforce de remplir toutes les conditions requises pour le maintien de cette attestation. Depuis ce temps, annuellement, la reddition de compte est réalisée afin d'obtenir l'attestation pour l'année en cours. En juin 2021, nous aurons cette attestation pour la 8^e année.



Ce travail requiert une rigueur et une diligence tant des administrateurs que de la direction générale. Nous nous devons de remplir deux conditions essentielles soit la tenue de trois heures de formation durant **l'année et le dépôt de quatre rapports de gouvernance dûment adoptés** par le conseil.

La formation a eu lieu le 17 novembre 2020. C'est un moment important car les règles de gouvernance doivent être rappelées à tous les administrateurs. Culture Lanaudière a, depuis son attestation, le large défi d'appliquer rigoureusement les 25 politiques administratives qui régissent l'administration de Culture Lanaudière. C'est aussi à ce moment que sont réparties les tâches concernant les quatre (4) comités de gouvernance.

Le Conseil d'administration

- Représenté par 100% d'administrateurs membres dont:
 - 50% sont issus des artistes et travailleurs culturels (individus)
 - 30% sont issus des organismes
 - 20% sont issus du milieu municipal

Il y a donc une forte concordance de représentativité entre la composition du conseil d'administration et la répartition des membres.

Liste des comités de gouvernance

- 1- Comité de mise en candidature et d'évaluation du rendement des administrateurs
- 2- Comité d'évaluation de la direction générale:
- 3- Comité de vérification des politiques
- 4- Comité d'évaluation du risque

1. Comité de mise en candidature et d'évaluation du rendement des administrateurs

Ce comité de travail a deux responsabilités. D'une part, il doit s'assurer que les candidatures aux élections soient conformes aux règlements généraux et associées aux bonnes catégories. D'autre part, il évalue le rendement des administrateurs et des réunions du conseil d'administration.

1.1 Validation des mises en candidature 2020-2021

Le comité s'est réuni le 20 juillet 2020.

Il y a 4 postes ouverts aux élections pour 2020, soit les sièges 2 et 4 dans la catégorie individuelle, le siège 6 dans la catégorie corporation et le siège 8 dans la catégorie municipalité de plus de 10 000 habitants. Cela correspond aux administrateurs suivants:

- Siège 2 : Katrine Courtemanche
- Siège 4 : Mathieu Voghel-Robert
- Siège 6 : Jean-Pierre Corneault
- Siège 8: Caroline Desbiens

Les candidatures reçues pour les 4 postes :

- Siège 2 : Katrine Courtemanche
- Siège 4 : Mathieu Voghel-Robert
- Siège 6 : Jean-Pierre Corneault
- Siège 8: Caroline Desbiens et madame Nathalie Ricard
-

Des élections se tiendront pour les sièges individuels, où deux postes seront à combler. Pour les sièges corporatifs et municipalités de moins de 10 000 habitants, les deux administrateurs sortants sont réélus par acclamation.

Selon nos règlements généraux, les administrateurs ne peuvent faire plus de quatre mandats. Ainsi, pour monsieur Jean-Pierre Corneault et madame Ghislaine Pomerleau, il s'agit de leur dernier mandat au sein du conseil d'administration.

1) Individuel

Jean-Louis Pelland

2) Individuel

Katrine Courtemanche

3) Individuel

Manon Leblanc

4) Individuel

Mathieu Voghel-Robert

5) Organisme

Jean-Pierre Corneault (réélu)

6) Organisme

Alexandre S. Provencher

7) Municipalité – 10 000 hab.

Ghislaine Pomerleau (réélue)

8) Municipalité + 10 000 hab.

Caroline Desbiens

9) Administrateur coopté

Michel Arcand

10) Administrateur sans droit de vote

Andrée Saint-Georges



1.2 Rendement des administrateurs

Pour une septième année, le comité s'est penché sur le rendement des administrateurs. Exceptionnellement, cette année deux indicateurs ont été retenus soit le taux de présence et le nombre de variés. Il n'y a pas eu d'évaluation à chacune des réunions autrement que verbale. En effet, toutes les rencontres se sont tenues sur support virtuel rendant plus compliquée la saisie de cette donnée.

A. Le taux de présence :

- Le calendrier des réunions est déposé en début d'année. Généralement les rencontres se tiennent le dernier jeudi du mois. Nous avons eu 7 rencontres en 2020-2021.

	2020-04-17	2020-07-07	2020-09-30	2020-11-17	2021-01-21	2021-02-18	2021-03-18	Total présences	Total	%
Arcand Michel	1	1	1	1	1	1	1	7	7	100%
Pelland Jean-Louis	1	1	1	1	1	1	1	7	7	100%
Corneault Jean-Pierre	1	1	1	1	1	1	1	7	7	100%
Desbiens Caroline	1	1	1	0	1	1	1	6	7	86%
Courtemanche Katrine	1	1	1	0	1	1	0	5	7	71%
Pomerleau Ghislaine	1	1	1	0	1	1	1	6	7	86%
Leblanc Manon	1	1	1	1	1	1	1	7	7	100%
Provencher Alexandre	0	1	1	0	1	1	0	4	7	57%
Saint-Georges Andrée	1	1	1	1	1	1	1	7	7	100%
Voghel-Robert Mathieu	1	1	1	1	1	1	1	7	7	100%
Total présences	9	10	10	6	10	10	8			
Total des administrateurs	10	10	10	10	10	10	10			
% de présence	90%	100%	100%	60%	100%	100%	80%			

B. Le nombre de variés à l'ordre du jour

Le nombre de variés inscrits à l'ordre du jour des réunions sert d'indicateur quant à la préparation des administrateurs. En 2020-2021, sur les 93 items traités dans les 7 réunions, seuls deux variés ont été enregistrés. Cela confirme que les administrateurs connaissaient les dossiers qui seraient discutés et disposaient de la documentation requise suffisamment d'avance pour prendre une décision éclairée.

2. Comité d'évaluation de la direction générale

Le comité d'évaluation de la direction générale n'a pas encore tenu sa rencontre annuelle. Cependant, à chacune des rencontres, les administrateurs ont souligné les efforts maintenant les activités de Culture Lanaudière pendant la période de la COVID-19, permettant à l'organisme de poursuivre ses activités et rendre ses services. Toute l'équipe a été félicitée par les administrateurs.

3. Comité de vérification des politiques

Les membres ont été invités à relire les 25 politiques administratives en vigueur ainsi que les règlements généraux.

Politiques 1, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16 17, 19, 21, 22, 23 et 25: Aucune correction

Politique 3 : Les valeurs : Ajouter au préambule - Cette politique agit dans une perspective régionale donc sur l'ensemble de Lanaudière. Enlever la valeur numéro 7.

Politique 4 : Les clientèles – Mettre le titre au pluriel : Les clientèles et les relations avec elles.

Ajouter à 5.1 les services suivants : Prêt de salle, accompagnement, lettre d'appui et appel d'offres. Enlever les points 5,6 et 7.

Au point 9 : Ajouter le G14 parmi les partenaires régionaux.

Politique 5 : Le coût de cotisation

Pour 2022/2023 et 2023/2024 : Augmentation du coût de cotisation de 10% (avant taxes).

Politique 14 : Les comités opérationnels : au point 3 : Enlever le Conseil national des pôles régionaux d'innovation et le Conseil québécois des ressources humaines.

Politique 18 : Les pratiques financières : Au point 3.10, inscrire de trois à cinq ans.

Ajouter le point 6.8 : les paiements peuvent aussi se faire par virement bancaire pourvu que cette liste soit ajoutée comme la liste des chèques au Conseil d'administration.

À 21.2, ajouter virement bancaire

Politique 20 : La protection des personnes – : À 1.0 b), ajouter 4 types de personnes, et mettre fournisseurs, clients et toute partie prenante.

Politique 25 : Le 4673 : Enlever le point C aux objectifs à 1.3

4. Comité d'évaluation des risques

Le comité de gestion du risque ne s'est pas encore réuni. Cependant, le déménagement dans des locaux neufs permet de réduire plusieurs risques et étant donné qu'il n'y a pas de gicleurs dans le local, des extincteurs ont été installés, conformément aux recommandations antérieures.

La seconde mesure de sécurité mise en place est le travail de cyber sécurité contre les rançongiciels.

5. Le membership

Au 31 mars 2020, Culture Lanaudière comptait 187 membres. Pendant l'année 2020-2021, les effets de la pandémie se sont fait sentir. En effet, bien qu'une hausse du nombre de membres se soit manifestée, il reste une différence avec les adhésions habituelles. Cependant, c'est en fin d'année 2020-2021 que l'on remarque une remontée du membership, tendance qui se maintient depuis le début avril 2021.

Pour la campagne 2021-2022, nous avons ajouté des facilités de paiement où les membres pouvaient payer directement avec leur carte de crédit, par virement bancaire ou par chèque directement en cliquant sur les liens dans le courriel. Le virement bancaire a été le plus utilisé pour payer les renouvellements en 2021.

Rapport d'activités

L'année 2020-2021, bien qu'ayant nécessité une réorganisation dans le mode de travail, a été riche sur tous les plans. D'abord, une relocalisation de nos bureaux en plein cœur de la pandémie aura permis une installation plus qu'adéquate malgré que nous n'ayons pu étrenner nos nouveaux espaces. Néanmoins, le télétravail a mené à terme tous les objectifs visés, voire plus encore.

Il me fait plaisir de vous présenter le rapport d'activités de l'année 2020-2021, où vous retrouverez les nombreuses actions réalisées par une équipe résiliente et surtout très motivée.

L'habitude des rencontres d'équipe a été maintenue hebdomadairement où la mise en commun des dossiers a été faite malgré la distance. Les préoccupations liées à la mise en place des projets, le suivi et l'ouverture de dossiers, l'apprentissage dans l'univers numérique, la performance de la boutique en ligne et les l'optimisation des communications ont été partagées et maintes solutions apportées. Cela a eu pour résultat final de conclure une année percutante et ouverte sur un avenir plus réconfortant pour les arts et la culture.



La concertation et la représentation

Pour faciliter la concertation culturelle dans Lanaudière, il y a eu tout d'abord les rencontres du **réseau Lanaudière Ma Muse**. Regroupant 11 musées de la région, l'impératif était de se concerter en vue de faire face à l'été 2020 qui permettait un certain achalandage. Selon les besoins qui ont été exprimés, un accompagnement individuel a par la suite été réalisé.

Par la suite, considérant le contexte pandémique, la concertation a été davantage pour Culture Lanaudière qui s'est joint à plusieurs groupes, souhaitant trouver les éclaircies qui pourraient aider le milieu artistique et culturel à traverser l'épais brouillard du printemps 2020.

Culture Lanaudière participe depuis plusieurs années à deux organisations régionales, soit le **G14** et **Philanthropie Lanaudière**. Pour le G14, la réunion de 12 organismes régionaux vivant les mêmes problématiques a favorisé la connaissance générale du contexte, mais aussi a permis de faire connaître celui de la culture, fortement frappée par La COVID-19. Quant à Philanthropie Lanaudière, pour nos organismes culturels, malgré l'absence de levée de fonds pour eux, d'autres moyens ont pu leur permettre un support financier, notamment le programme de Mécénat Placement Culture.



Au niveau pan régional, Culture Lanaudière a collaboré avec le bureau régional du ministère de la Culture pour l'administration du **Fonds régional d'urgence en culture** (FRUC) où des sommes considérables ont été remises aux organismes culturels en état de précarité.

Sur le plan national, Culture Lanaudière, via le **Regroupement des Conseils Régionaux de la Culture du Québec** (RCRCQ) a participé à de nombreuses rencontres du conseil d'administration, certes, mais aussi, à des ateliers de co-développement ainsi qu'une participation active en préparation des rencontres avec la ministre de la Culture, Madame Nathalie Roy. Ces informations, directement reliées au milieu culturel, se sont avérées majeures tout au long de ces derniers mois.

Finalement, la participation de Culture Lanaudière au **Réseau des ADN** a facilité l'introduction de l'univers numérique tant au niveau de notre organisation qu'en termes de propositions et partage de ressources en soutien à nos intervenants culturels. La diligence de notre agente numérique a permis une efficacité pour ce volet.

C'est à partir de toutes ces informations que Culture Lanaudière a pu apporter son aide, tant sur la connaissance des conditions sanitaires que sur les différents programmes qui pouvaient soutenir le milieu. Cette veille, via la concertation, a été positive.

Les collaborations

En 2020-2021, Culture Lanaudière a collaboré avec plusieurs instances nationales, régionales et locales. Cette collaboration a aussi apporté son lot d'informations tout en étant un facteur aidant pour les autres organisations vivant des problématiques similaires.

Sur le plan local, Culture Lanaudière a assisté à la consultation publique menée par la **Ville de Saint-Charles-Borromée** relativement à leur développement culturel. De plus, des discussions avec le **Carrefour Jeunesse Emploi Joliette d'Autray** ont permis de mieux faire connaître Culture Lanaudière à cet organisme et certaines actions se pointent pour 2021-2022 en vue d'inclure la réinsertion des jeunes via la culture. Finalement, avec la télévision communautaire CTBR, des artistes lanaudois verront des capsules, mettant en valeur leur talent, se créer et se diffuser sur ce réseau.

Sur le plan régional, un travail touchant surtout l'organisation a été fait avec la **Table des partenaires de développement social de Lanaudière (TPDSL)**. Favoriser la culture parmi le développement communautaire des collectivités est aussi une forme nouvelle de mieux faire rayonner les arts et la culture.



Aussi, en juin 2020 s'annonçait le lancement de la marque lanaudoise « Osez grand vivez grand » offrant une signature concertée pour la région. Initié par la **Table des préfets, Lanaudière économique et Tourisme Lanaudière**, ce projet a permis la création d'un manifeste rassembleur qui vient créer un effet levier sur le sentiment d'appartenance à la région. Culture Lanaudière a participé aux divers groupes-

témoins mis en place et, via la boutique en ligne, Le4673.ca, est l'unique dépositaire des chandails promotionnels de la marque. De plus, Culture Lanaudière entreprend une vaste opération de modernisation de sa signature qui aura puisé son inspiration dans les propositions de la marque régionale.

En octobre 2020, Culture Lanaudière participait à la rencontre annuelle de la Table des Préfets de Lanaudière où étaient présentées les priorités régionales. Cette collaboration permet au

secteur culturel d'une part d'être présent dans le développement régional et d'autre part, d'identifier aux divers partenaires l'importance des arts et de la culture comme 4^e pilier du développement durable.

Sur le plan national, une collaboration avec le **Conseil des arts et des lettres du Québec** (CALQ) aura permis deux rencontres explicatives à nos artistes et organismes relativement aux nouveaux programmes du CALQ ou encore à leur bonification.

Parallèlement, Culture Lanaudière a collaboré avec **Culture pour tous**, organisme initiateur des Journées de la culture, en participant activement à leur groupe-témoin en vue de l'édition de 2021.

Finalement, la participation à l'**Observatoire de la Culture et des Communications du Québec** a été tenue notamment à leur comité des partenaires ainsi qu'à la présidence du comité des instances locales et municipales.

Ces collaborations permettent aussi une meilleure connaissance de l'univers artistique et culturel où Culture Lanaudière côtoie d'autres organismes culturels, certes, mais aussi de secteurs connexes.



Les accompagnements

Politiques culturelles

Deux dossiers majeurs ont été réalisés au cours de l'année 2020-2021. Il s'agit de deux politiques culturelles, l'une avec la **Ville de Saint-Lin-Laurentides** et l'autre avec la **municipalité de Mandeville**. Leur volonté d'inscrire la culture dans leur développement et surtout la vision qu'ils ont de leur territoire respectif est des plus stimulantes. Pour Culture Lanaudière, il s'agit de la sixième expérience de réalisation d'une politique culturelle. Par ailleurs, deux autres accompagnements visant des politiques culturelles sont actifs soit pour la municipalité de Saint-Jean-de-Matha et la MRC D'Autray. Selon toute vraisemblance, l'intérêt de réaliser une politique culturelle se manifeste dans plusieurs municipalités, ce qui s'avère être une excellente nouvelle pour la région.

Accompagnements individuels

Durant l'année 2020-2021, Culture Lanaudière a tenu **174 séances d'accompagnement individuel**. Que ce soit par appel téléphonique, courriel ou encore par ZOOM, 71 artistes et organismes culturels se sont prévalus de ce service. Il y a eu un appel de projets dans le cadre de l'entente territoriale qui a provoqué plusieurs demandes, mais aussi des suivis pour l'obtention de bourses ou encore d'organisation corporative.

Les demandes d'accompagnements sur le territoire se répartissent comme suit : Matawinie vient en tête avec 19 personnes pour 42 interventions. C'est dans Montcalm où nous avons eu le moins de demandes. Cependant, 9 personnes pour un total de 23 interventions sont de provenance inconnue, donc il est possible qu'ayant eu cette information nous aurions un tableau réparti un peu différemment.

MRC	Nombre d'artistes et organismes par MRC	Total des interventions
Joliette	13	19
D'Autray	8	19
Des Moulins	15	28
L'Assomption	6	42
Matawinie	19	42
Montcalm	1	1
MRC inconnue	9	23
Hors région		
TOTAL	71	174

Les dossiers et les projets

Outre les suivis réguliers de dossiers, six nouveautés se sont ajoutées. Pour Culture Lanaudière, ces derniers s'avèrent très positifs tant pour notre organisation que pour la région.

Hexagone

Dans un premier temps, Culture Lanaudière a récupéré, après entente avec la Table des préfets de Lanaudière, le portail Hexagone. Celui-ci laissé relativement à l'abandon demandait une certaine modernisation et surtout une façon de procéder aux mises à jour. Ce portail contient des informations concernant nos artistes, nos organismes et un immense répertoire patrimonial. Culture Lanaudière dispose de trois années pour la mise en place finale.

Cyber sécurité

Parallèlement, Culture Lanaudière a entrepris la vaste opération de protection contre la rançongiciel. En effet, aucune organisation n'est à l'abri de ce fait malveillant et il importe d'être en mesure de riposter en installant un système de cyber sécurité. Dans l'ensemble des conseils régionaux de la culture, Lanaudière est le premier à installer une telle mesure de protection.

Collaborations avec Laurentides et Laval

Tout au long de l'année 2020-2021, Culture Lanaudière a collaboré, avec Laurentides et Laval, à un majeur. Le premier est « **Ton WIKI c'est parti** », vaste opération de mise en ligne de nos artistes ou organisations culturelles via des ateliers de travail. Cet exercice se terminera par un grand rendez-vous national en septembre 2021. Ce projet multi régions a été facilité par une contribution du Ministère de la Culture et des Communications et la large implication des trois agentes de développement numérique.

Parallèlement, avec le RCRCQ, Culture Lanaudière participe au grand **projet de découvrabilité**, initié par Culture Laval. Les derniers mois ont été consacrés à mettre en place ce vaste projet qui s'étendra sur deux années.

Nouvelle signature

Aussi, en 2020-2021, Culture Lanaudière a posé les premières pierres en vue de revoir entièrement sa signature, inspirée de la marque lanaudoise « Osez grand vivez grand ». Avec la prolifération des réseaux sociaux, l'importance de l'image, la boutique Le4673.ca et les nombreux outils de communication tels les infolettres et les sites Internet, ce projet s'est imposé par lui-même.

Trois études majeures

Aussi, au cours de l'hiver 2021, Culture Lanaudière a finalisé trois demandes de projets qui viendront éclairer le contexte culturel notamment en vue de la relance d'après COVID-19. Il s'agit d'une part de la réalisation du **portrait socio-économique des arts et de la culture dans Lanaudière**; cette mise à jour sera importante d'autant plus que la dernière repose sur les statistiques de 1996. Cette étude sera réalisée par la firme SOM, en 2021-2022, avec la participation financière de Service Québec. Elle s'avère majeure compte tenu du contexte de relance qui nous préoccupe.

D'autre part, une mise à jour de **l'étude des besoins en formation** sera aussi tenue. Réalisée par la consultante Line Côté, et grâce à la participation financière de Compétence Culture. Cette étude sera aussi pertinente pour rejoindre les besoins des artistes et des organismes culturels, besoins identifiés par le biais de sept groupes-témoins et sondages.

Troisièmement, avec la participation de Tourisme Lanaudière, la région aura, pour une première fois, une **structuration de l'offre touristique culturelle**. Cet objectif favorisera une place de choix pour la culture dans le prochain plan de développement touristique, mais aussi des options de développement pour nos organismes en mesure d'être associés au milieu touristique.

Balado

Finalement, Culture Lanaudière a obtenu un financement du Ministère de la Culture et des Communications pour réaliser un **projet de balado** qui vise la jonction du talent des auteurs lanaudois et nos remarquables sites patrimoniaux. Suite à un partenariat développé avec la Bibliothèque de Saint-Alphonse-Rodriguez et plusieurs municipalités ou MRC, ce projet verra le jour en 2021-2022.



Les Grands prix Desjardins de la culture

La 29^e édition a été marquée par une diffusion virtuelle. En effet, à cause de la COVID-19, le gala a été restreint à cinq prix, permettant à nos commanditaires habituels provenant du milieu culturel de voir venir la prochaine saison. Au printemps 2020, le contexte se prêtait mal à demander une aide financière pour constituer les bourses habituelles.

Ainsi, en juillet 2020, le premier tournage a été fait avec Yvon Ponton, dans les locaux de la salle Rolland-Brunelle. En novembre, c'est celui avec Thérèse Parisien qui a été réalisé dans les studios de Synop6. La musique originale a été composée par Ludovic Bonnier.



Finalement, le gala a été diffusé sur les réseaux sociaux, notamment Facebook et You Tube ainsi que par les deux télévisions communautaires de Lanaudière soit TVRM et CTRB. Nous remercions les commanditaires pour cette diffusion soit : les deux télés communautaires ainsi que le Centre culturel Desjardins et Synop6. De plus, il importe de remercier les commanditaires des bourses remises en 2020. Il s'agit de l'ensemble de la députation de l'Assemblée nationale et celle de la Chambre des Communes, Télé-Québec, Le Centre régional universitaire de Lanaudière, le CALQ, la caisse d'économie solidaire et Desjardins Lanaudière.



Les lauréats de l'édition 2020 :

Projet exceptionnel par un organisme culturel

Le Festival des arts de Mascouche

Projet exceptionnel par un artiste individuel

Jeannine Gagné

Projet exceptionnel en éducation, émergence ou jeune public

Olivier Lamarre et Valérie Bizier

Projet exceptionnel par un ambassadeur hors région

Le Théâtre Advienne que Pourra

Prix du CALQ – Artiste de l'année dans la région de Lanaudière

Jean-Paul Daoust

Comme nous pouvons le constater, Culture Lanaudière a mis en place plusieurs volets qui seront des plus utiles dans l'exercice de la relance. La période de pandémie a exigé des nouvelles façons de faire, mais a surtout créé de nouvelles idées afin que les arts et la culture puissent reprendre pied pour l'année à venir. En disposant de ces outils, que ce soit les services offerts, la formation, les projets innovants ou encore les études à venir, Culture Lanaudière pourra aider nos intervenants sur le territoire, et ce à notre plus grand plaisir.

Rapport numérique

Concertation

Dans le cadre du volet concertation du mandat de notre agente de développement numérique (ADN), ce sont de nombreuses implications qui en ponctuent le quotidien. Dans le contexte particulier de la dernière année, la concertation du milieu a été primordiale. L'apport du numérique ayant été crucial au bon fonctionnement des échanges, c'est sur plusieurs comités, et ce à divers niveaux, que notre agente a siégé. D'autre part, quelques démarches ont été faites dans une optique de partenariats intersectoriels notamment avec le Living Lab Lanaudière propulsé par le CDÉJ, La Boîte à Startup de Berthierville et le Pôle régional d'innovation de Lanaudière.



Voici le résumé de ses implications 2020-2021 :

Participation au RADN

- Rencontre nationale virtuelle 1 – Mai 2020
- Rencontre nationale virtuelle 2 – Octobre 2020
- Participation aux rencontres du chantier Autoroute/liaison – En continu
- Participation au comité communication du RADN – En continu
- Participation au comité formation des ADN – En continu

Participation régionale

- Comité culturel du Centre de services scolaire des Samares – soutien numérique

- Regroupement des sociétés d'histoire de Lanaudière – accompagnement numérique – formations
- Comité MBAM – Maison Rosalie-Cadron
- Comité du Festival Grande Tribu – Support pour la programmation numérique
- Comité Lanaudière ma muse – expertise numérique en prévision de la relance
- Comité des salles de spectacle de Lanaudière - expertise numérique en prévision de la relance
- Participation table de concertation tourisme culturel – Tourisme Lanaudière
- Jury municipalité de Joliette projets culturels – Évaluation de la faisabilité numérique
- Jury Maison et Jardins Antoine-Lacombe - Évaluation de la faisabilité numérique

Veille

Une fois de plus cette année, la veille numérique réalisée a permis de demeurer en contact constant avec nos membres. Nous avons tenté de les tenir bien aux faits des différentes initiatives numériques et aussi de faire briller leurs réalisations. Pendant le premier confinement, le répertoire dynamique #CultureChezNousQc qui a été élaboré dans un effort collectif par les agents de développement culturel numérique a été très utile à cette portion du mandat. C'est plus d'une quarantaine de publications Facebook et tout autant de parutions dans l'infolettre hebdomadaire de Culture Lanaudière qui ont porté sur le numérique. La section « Ère numérique » de notre site internet a aussi été alimentée notamment avec l'ajout de quatre nouveaux articles de blogue.

- L'univers de la baladodiffusion
- Projets numériques – piste de financement
- 3L Culture numérique. Ma culture, ma communauté
- Ton wiki, c'est parti !



FORMATIONS 2020-2021

FORMATION

DIFFUSION VIDÉO EN DIRECT SUR LE WEB

26 ET 27 AOÛT
13 H 30 À 15 H 30

OFFERTE EN LIGNE VIA LA
PLATEFORME ZOOM

Formations

La portion formation a occupé une grande place également. Conjointement avec notre équipe, elle a participé activement à l'analyse des besoins tout comme à la conception de la programmation. Elle a aussi contribué à la transformation des formations présentielles en format virtuel et adapté l'offre selon les demandes qui ont émané au courant de l'année. Une grande partie de nos formations avaient un angle numérique.

Voici notre programmation 2020-2021 :

Groupe

- Augmenter ses ventes et conversions sur le Web
- Diffusion vidéo en direct sur le Web
- Classe de maître – Exploration de la télé présence
- Instagram et ses outils
- Médiation culturelle et développement des publics à l'ère numérique
- Photographie d'œuvres d'art (2D et 3D) avec un appareil mobile
- Les métadonnées en musique et leur découvrabilité
- Classe de maître – développement d'une œuvre numérique
- Podcast: fonctionnement et bonnes pratiques
- Les pratiques collaboratives et les outils numériques dans un contexte de travail à distance
- Contenu sur les réseaux sociaux – Créez du contenu qui a un réel impact

- Gestion des outils numériques / réseaux sociaux
- Cyber sécurité

- Les multiples. Laisser sa trace à l'ère numérique

Individuelle

- Référencement Naturel : SEO (Niveau 1)
- Référencement Naturel : SEO (Niveau 2)
- Création de capsules vidéo
- Développement de stratégies de marketing

- Accompagnement refonte site internet (Wordpress)
- Optimisation marketing pour Facebook
- Création et post-production audiovisuel



Projets

Cyber sécurité

À l'interne, l'un des projets le plus importants se rattachait à la cyber sécurité. Cette bonification de nos pratiques a permis à l'ensemble de l'équipe de se conscientiser aux risques et d'adopter des comportements réfléchis et sécuritaires. Nous avons eu la chance d'être accompagnés par l'une des conceptrices, Anne-Sophie Letellier, de l'outil « Cyber sain et sauf ».

Plusieurs étapes ont été nécessaires pour s'assurer de protéger et de trouver les moyens pour sécuriser toutes les données que nous possédons. En voici un résumé :

- Analyse des données sensibles de notre organisme
- Identification du niveau de risque
- Établissement de nos priorités
- Instauration d'un gestionnaire de mots de passe
- Développement d'un protocole d'accès
- Établissement d'un protocole pour sécuriser les réseaux de l'organisme
- Définition de meilleures pratiques pour sécuriser la navigation des employé.e.s ainsi que leur connexion Wi-Fi à leur domicile
- Prévision de la marche à suivre en cas de départ d'un.e employé.e

Accompagnement numérique

Lors de cette deuxième année de mandat, la demande en soutien numérique de tout acabit a plus que doublé. C'est un total de quarante-cinq interventions par courriel, téléphone et vidéoconférence. Certains accompagnements ont connu plusieurs aller-retour, certains prenaient la forme de mini formations et d'autres étaient plus succincts. C'est pourquoi ce service demeure l'une des priorités. Ci-dessous, nous énumérons la nature des questions de nos membres au cours de l'année :

- Recherches de financement
- Aide à la rédaction et révision de demande de subventions
- Organisation du travail à distance
- Utilisation des plates-formes de vidéoconférence
- Conception de livres numériques
- Inspirations de projets numériques
- Adaptation de projets en version virtuelle
- Diffusion en direct sur le web
- Création de balados
- Analyse des besoins numériques
- Recherches de partenariats/collaboration intersectoriels
- Développement d'un fonds d'archives
- Développement de pratiques collaboratives à l'aide d'outils numériques
- Recherches de formations numériques

3L culture numérique

Le projet 3L en collaboration avec Culture Laval et Culture Laurentides a aussi été partie prenante de mon mandat. Bien que chaque ADN soit impliqué dans l'ensemble des étapes du projet, la portion des communications est sous la responsabilité de Culture Lanaudière. Ainsi, la coordination des infolettres et des communiqués de presse, la rédaction et la mise à jour du site internet officiel, l'animation des réseaux sociaux en lien avec les ateliers ainsi que la supervision en ce qui a trait à la conception du visuel dédié au projet ont été mes principales tâches. C'est plus de 200 heures et une cinquantaine de réunions, qui ont été consacrées, et ce dans la dernière année, à 3L Culture numérique.



Chantier autoroute/liaison

La participation de notre agente à ce chantier national s'est poursuivie lors de cette 2^e année de mandat. Leur principale activité a été le lancement de notre outil de diagnostic de maturité numérique du milieu culturel. Plusieurs étapes ont constitué l'élaboration de cet outil qui fait tranquillement sa place et qui, nous le souhaitons, deviendra l'instrument de prédilection de notre réseau. Son équipe a dédié beaucoup de temps à la rédaction, à l'évaluation, à l'altération par des experts, à la modification, à la bonification, mais également à la conception d'une marche à suivre pour l'utilisation du diagnostic. Nous l'avons, ensuite, testé sur nos organismes respectifs pour finalement le lancer officiellement en collaboration avec 0/1 - Hub numérique Estrie.

En conclusion, l'approche numérique dans Lanaudière a connu une croissance importante. La pandémie, ayant accéléré l'obligation de ce virage, a propulsé le nombre de demandes en matière de création, de production et de diffusion via le WEB. Sans équivoque, les divers travaux réalisés au cours de l'année 2020-2021 ont mis une base solide pour nos intervenants artistiques et culturels et les besoins demeurent grandissants. En effet, l'après COVID-19 entraînera la poursuite de l'utilisation de cette approche, au bénéfice de tous.

Évaluation Web

Culture Lanaudière

Le rapport WEB pour Culture Lanaudière présente deux éléments soit l'achalandage sur Facebook, principal vecteur sur nos réseaux sociaux, ainsi que celle sur notre site Internet. Les tableaux qui suivent donnent les principales activités percutantes, inscrites à la journée. Ces informations nous permettent d'évaluer les stratégies de publications et de valider les éléments qui provoquent un achalandage tant sur Facebook que notre site.

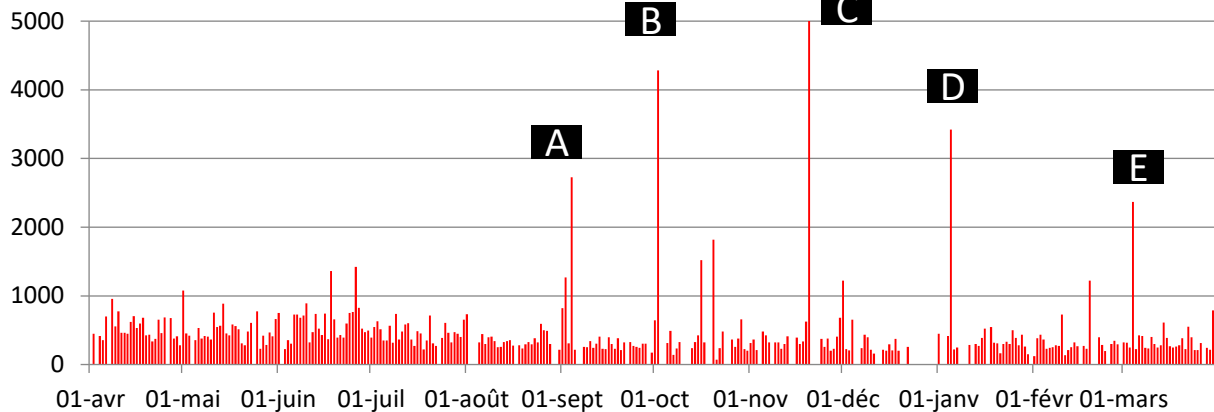
Facebook

Nombre d'abonnés	
Au 1er avril 2020:	3 595
Au 31 mars 2021:	3 953

En 2020-2021, nous remarquons une hausse de 10 % d'abonnés sur la plateforme Facebook. Ce résultat peut s'expliquer par le fait qu'il y a eu plusieurs publications concernant les Grands prix Desjardins qui ont eu une grande portée ainsi que plusieurs publications payantes notamment en regard du sondage de satisfaction, de la vidéo des Grands Prix Desjardins 2020 et du panier cadeau de Noël. On peut aussi constater que 2 publications des Grands Prix Desjardins 2020 et 2 publications d'appels d'offres se retrouvent dans le top 5 des publications ayant eu le plus de portée durant la période 2020-2021.

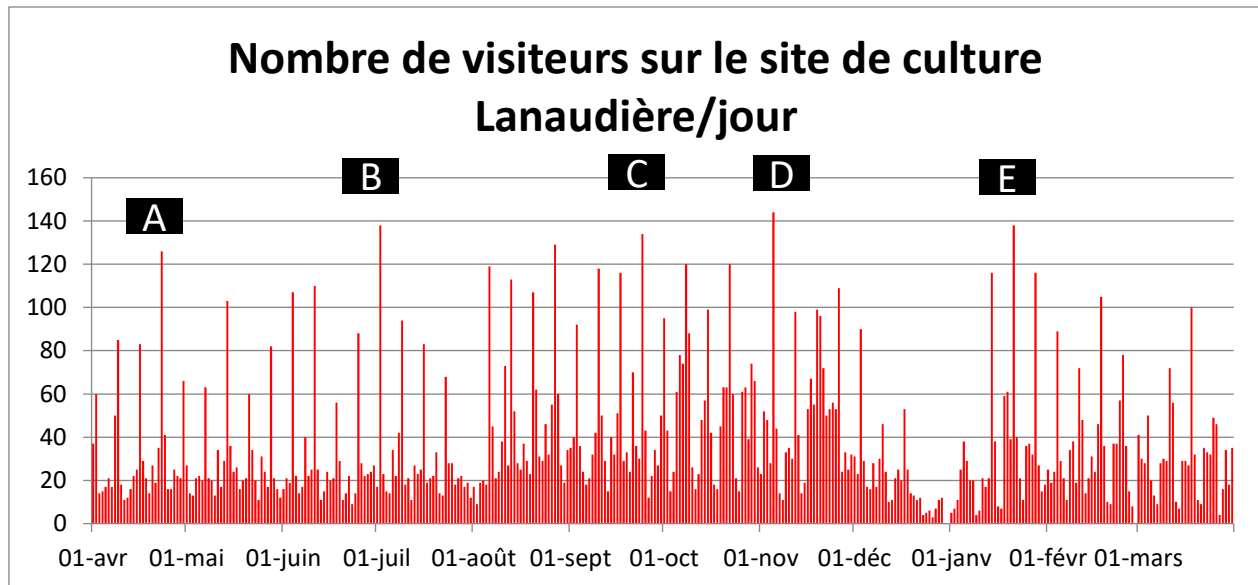


La portée des publications Facebook/jour



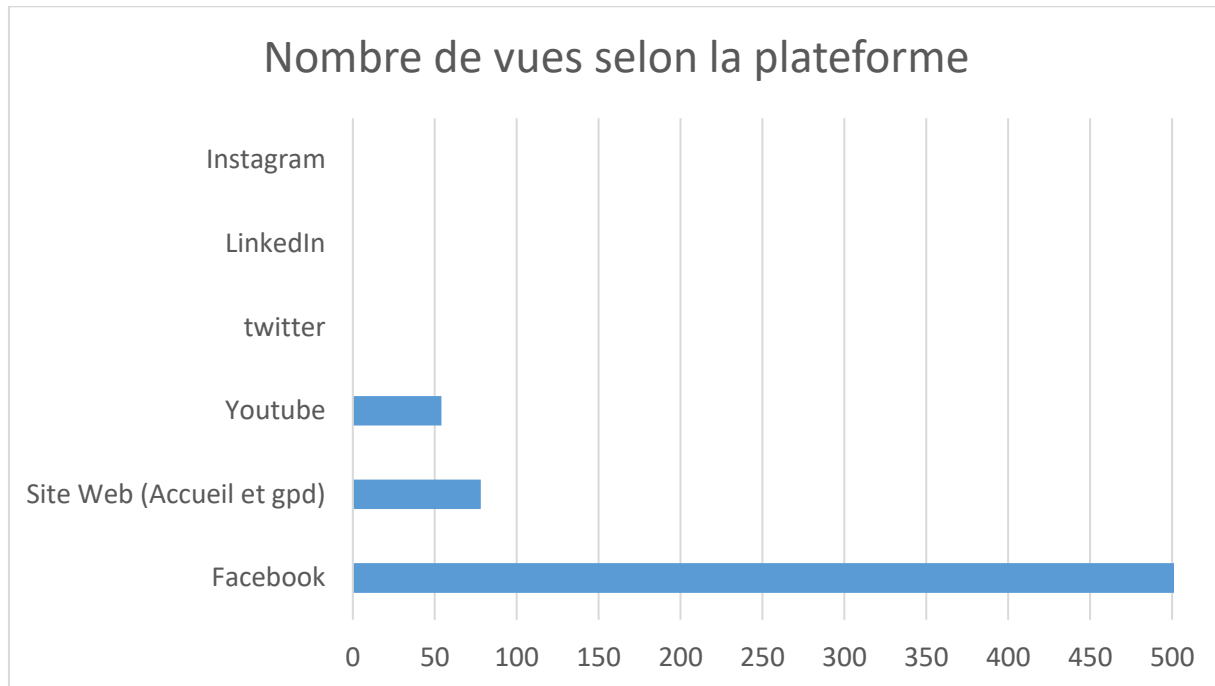
	Type	Date	Portée	Sujet
A	Appel d'offre	4 septembre 2020	2 726	La Ville de Joliette lance un appel de candidatures aux artistes et aux artisans... Cette publication représente 24% de la portée pour septembre.
B	Grands Prix Desjardins 2020	2 octobre 2020	4 283	GPD 2.0 🏆 Le Gala des Grands Prix Desjardins de la culture de Lanaudière approche à grands pas... Ce publication représente 31% de la portée pour octobre.
C	Grands Prix Desjardins 2020	20 novembre 2020	30 261	GPD 2.0 🏆 Merci à nos partenaires; Voyez ou revoyez le gala virtuel des Grands Prix Desjardins de la culture de Lanaudière 2020! Ce publication représente à elle seule 80 % de la portée pour novembre.
D	Appel d'offre	5 janvier 2021	3 423	APPEL D'OFFRES La Maison Antoine-Lacombe est à la recherche d'artistes en arts visuels pour une exposition extérieure qui aura lieu du 13 février au 14 mars 2021. Ce publication représente à lui seul 32 % de la portée pour janvier.
E	Publication Payant Sondage de Culture Lanaudière	4 mars 2021	2 366	SONDAGE 🗣️ Nous avons besoin de votre opinion ! 🗣️ Ce publication représente à lui seul 20 % de la portée pour mars.

Site Web



	Date	Visiteurs	Facteurs d'influence
A	23 avril	126	Le 23 avril, 11 visiteurs sont venus via Facebook par le publication « La Ville de Joliette vous permet d'assister à des prestations culturelles en direct, sur leur page Facebook. ». Une infolettre a été envoyée cette journée portant sur des idées pour divertir ainsi qu'un guide sur la baladodiffusion ayant eu un bon taux de clics de 7,1 % et un taux d'ouverture de 30,6 %.
B	2 juillet	138	Il y a eu 22 visiteurs qui sont venus via Facebook grâce à la publication : Ce soir c'est le retour des Jeudis 5 à 7 au Musée d'art de Joliette ! ce qui a amené le 16% du trafic des visiteurs sur le site cette journée-là sur l'agenda culturelle. L'infolettre du 2 juillet a été envoyée cette journée celle-ci a permis d'amener 122 visiteurs sur le site en juillet.
C	24 septembre	134	Le 24 septembre, l'infolettre a amené 124 visiteurs (9% du trafic du mois); les sujets les plus cliqués étant les appels d'offres et les événements.
D	5 novembre	144	Le 5 novembre était publiée une infolettre portant sur les GPD 2020 avec un taux d'ouverture de 32%. Un publication sur le FRUQ sur Facebook a amené près de 16% des visites pour le 5 novembre.
E	21 janvier	138	Le 21 janvier, une infolettre d'un bon taux d'ouverture de 35,7 % et d'un bon taux de clics de 9,5 % a été publiée cette journée. Un bon % des clics étant dirigé sur les appels d'offres et les événements de l'agenda culturelle. Sur Facebook, la nouvelle programmation des formations était annoncée, ce qui a amené 15 % des visiteurs sur les formations sur le site Web de Culture Lanaudière.

Grands Prix Desjardins de la culture 2020



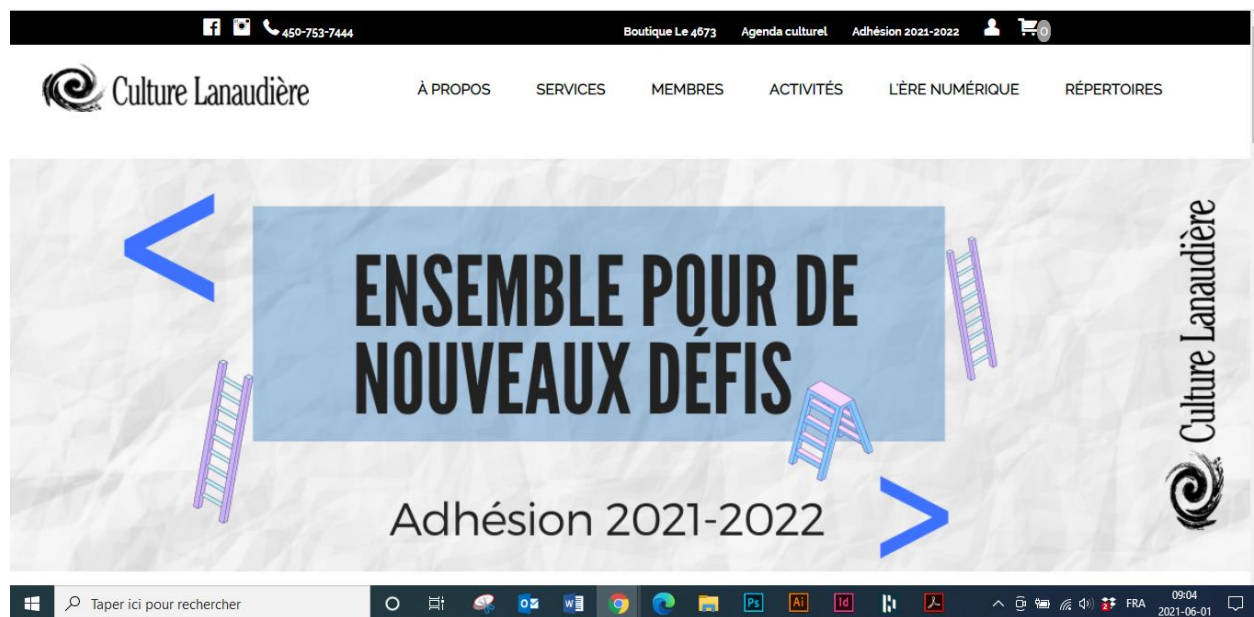
Facebook a eu près de 4 000 vues pour les GPD 2020 ! Le site Web passant en 2^e place et YouTube en 3^e. Les GPD 2020 ont aussi été diffusés à 2 reprises dans la programmation des deux télévisions communautaires soit TVRM et CTRB.

Conclusions

- C'est au mois d'octobre qu'il y a eu le plus de visiteurs sur le site Web (1 659) durant cette période. C'était la période des Grands Prix Desjardins. Avec une portée de 30 261, on peut dire qu'il y a eu une vaste parution de notre événement.
- C'est à la mi-février et mars 2021 qu'il y a un pic du nombre d'adhésions via le site Internet.
- Une hausse de 10 % d'abonnés à Facebook et près de 11 % de hausse pour Instagram. On remarque que Facebook amène en moyenne 20% des visiteurs sur le site par mois comme pour 2019-2020. 2 publications des GPD et 2 publications d'appels d'offres se retrouvent dans le top 5 de toutes les publications ayant le plus de portée durant cette période.
- Pour Cyber Impact, le taux d'ouverture moyen pour cette période est de 36 % (30% est considéré comme étant un bon taux) et le taux de clics de 8,81 % (2% est considéré

comme étant un bon taux); ils sont largement en haut de la moyenne considérée « bonne ». Aussi, il y a un pic de visiteurs sur le site Web de Culture après chaque envoi, le jeudi, de l'infolettre comme pour chacune des périodes. Il y a eu une baisse de 3 % d'abonnés à l'infolettre durant cette période ce qui est dû au fait qu'il y a eu un ménage de vieilles adresses courriel ou de courriels erronés dans le groupe Infolettre.

- Ajout de l'automatisation des infolettres de Culture Lanaudière sur l'administration du site Web ainsi que le recadrage des photos des événements et compression automatique des différentes photos des événements, membres et formations.
- Ajout de la section des virements bancaires et des courriels automatisés des renouvellements avec facilité de paiement sans passer par le site Web s'il n'y a pas eu de modifications de coordonnées.
- Ajout de la création de factures pour les formations individuelles et pour les inscriptions aux formations de groupe à tarif membre pour des membres d'autres conseils de la culture.



Site Web de Culture Lanaudière.

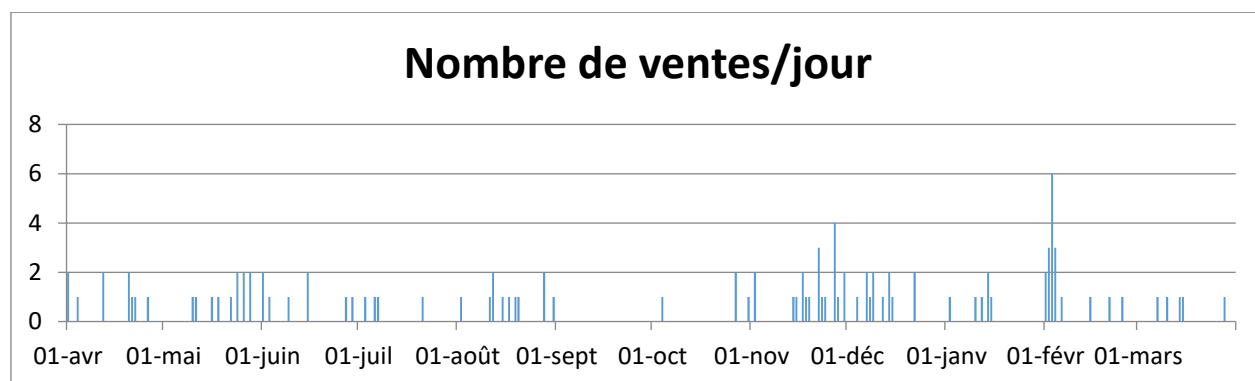
Évaluation Web

Boutique Le4673.ca

Pour l'année 2020-2021, la boutique Le 4673.ca, a connu une croissance très intéressante. Le nombre de ventes a augmenté considérablement, la portée sur les réseaux sociaux ainsi que l'infolettre ont connu aussi une croissance illustrant une performance soutenue. À sa troisième année, la boutique continue de croître et les ventes s'étendent non seulement sur le territoire canadien, mais pour un panier d'autant plus élevé par l'achat d'œuvres en arts visuels qui se sont démarquées cette année.

Ventes

	Nombre de ventes
Au 1er avril :	152
Au 31 mars :	261



En 2020-2021, il y a eu une hausse de 72% des ventes comparativement aux périodes 2019-2020.

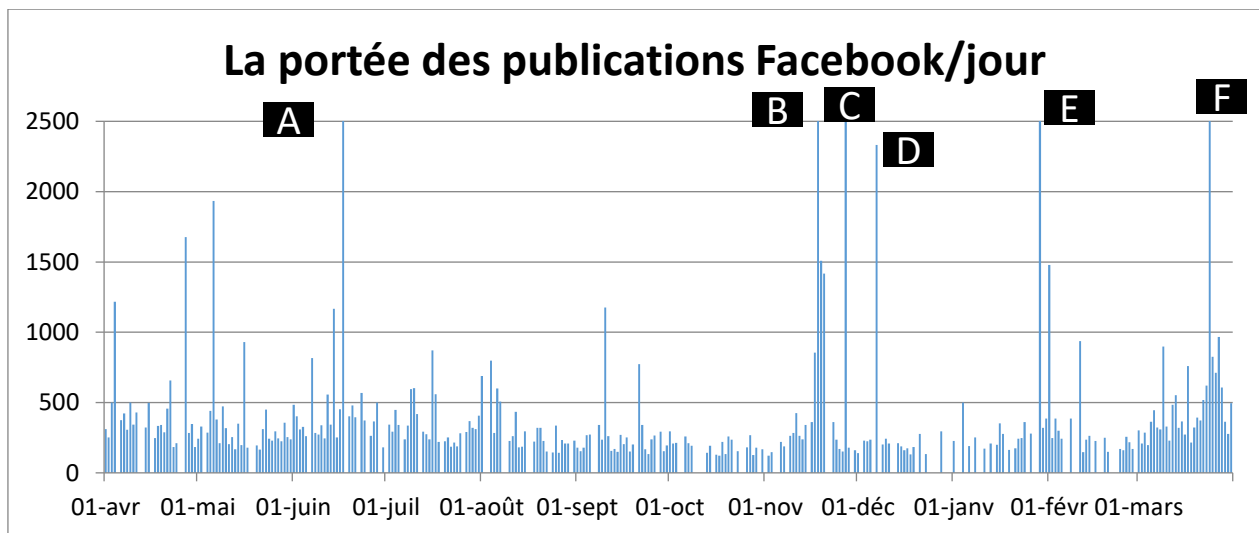
On remarque que c'est fin novembre-début décembre ainsi qu'en février qu'il y a le plus de ventes sur Le 4673, ce qui est normal puisqu'il y avait présence du 4673 dans les campagnes Ads, Mon Joliette (près de 193 visiteurs) en décembre, dans les différentes publications payantes sur Facebook et les 3 Vagues de concours qui ont amené beaucoup de trafic sur le site Web (juin : près de 70, novembre : 280 visiteurs, mars : 482 visiteurs).

Facebook

Nombre d'abonnés	
Au 1er avril :	2601
Au 31 mars :	3135

En 2020-2021, pour Facebook, on remarque une hausse de 20,5 % d'abonnés. Ce résultat peut s'expliquer par le fait qu'il y a eu plusieurs Vagues de concours et plusieurs publications payantes pour la campagne de Noël et de Saint-Valentin. On

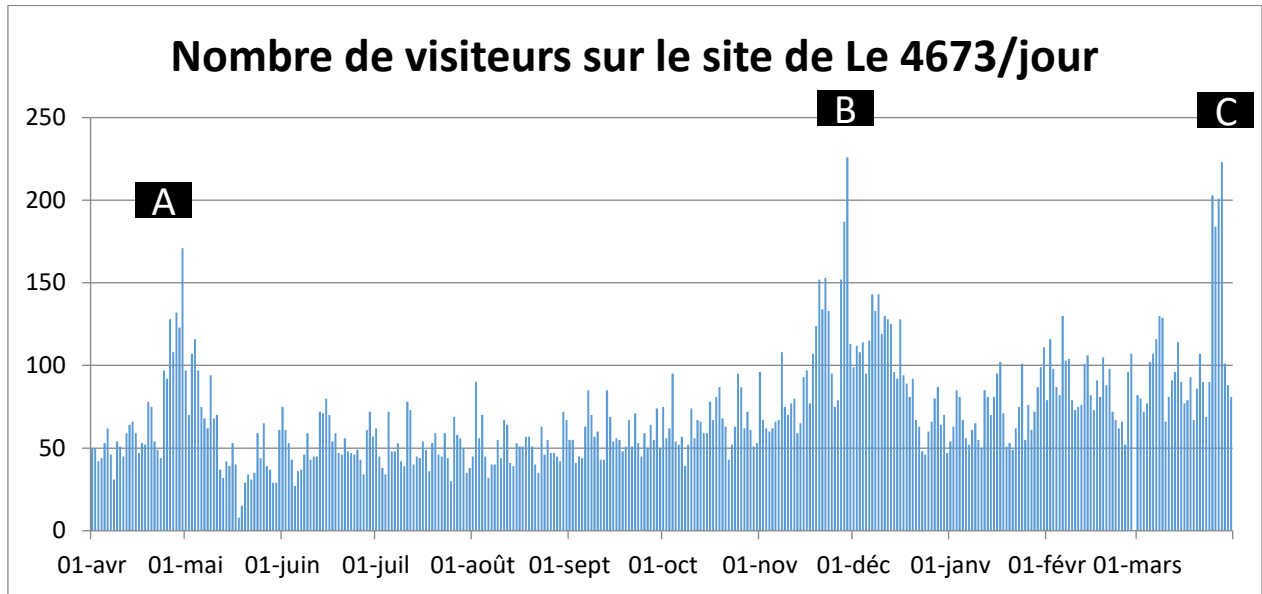
peut aussi constater que les Vagues de concours et les publications payantes ont plus de portée, ce qui est normal puisque le nombre de personnes atteintes représente un plus grand pourcentage lorsqu'une publication est payante. Ce sont les arts visuels, la littérature et les concours qui touchent le plus de personnes. La portée des Vagues de concours pour la période représente 39% de la portée au grand total qui est de près de 172 000 personnes atteintes sur Facebook en 2020-2021.



	Type	Date	Portée	Sujet
A	Vague de concours	17 juin 2020	8 886	*** VAGUE DE CONCOURS *** Concours SAFARI Cette publication représente 47 % de la portée pour juin.
B	Vague de concours	18 novembre 2020	23 477	*** VAGUE DE CONCOURS *** du 18 novembre Cette publication représente 63 % de la portée pour novembre.
C	Livraison gratuite du vendredi fou	27 novembre 2020	5 680	Cette année, on encourage une entreprise locale et les artistes d'ici en choisissant le4673.ca. Cette publication représente 15 % de la portée pour novembre.
D	Concours	7 décembre 2020	2 332	🎄🎁 CONCOURS DE NOËL 🎁🎄 Cette publication représente 42 % de la portée pour décembre.

E	Campagne St-Valentin	29 janvier 2021	3 300	Ces œuvres lanaudoises feront les meilleures idées-cadeaux pour la Saint-Valentin ! 72 interactions avec la publication
F	Vague de concours	24 mars 2021	34 077	*** VAGUE DE CONCOURS *** du 24 mars Cette publication représente 72 % de la portée pour mars.

Site Web



	Date	Visiteurs	Facteurs d'influence
A	30 avril 2020	171	Le 30 avril, la publication « <i>Pour voir notre collection fête des Mères</i> » ainsi que la publication payante de la fête des mères ont engendré plus de 75 visiteurs.
B	29 novembre 2020	226	Du 27 au 29 novembre : Le weekend du vendredi-fou était lancé sur Facebook qui a eu une portée de 5 680 ainsi qu'une infolettre spéciale du vendredi fou avec un taux d'ouverture de 40%.
C	28 mars 2021	233	Du 25 au 28 mars, c'était la vague de concours sur Facebook qui performait le plus. Pour cette période de 3 jours, Vague de concours a amené près de 482 visiteurs via Facebook !

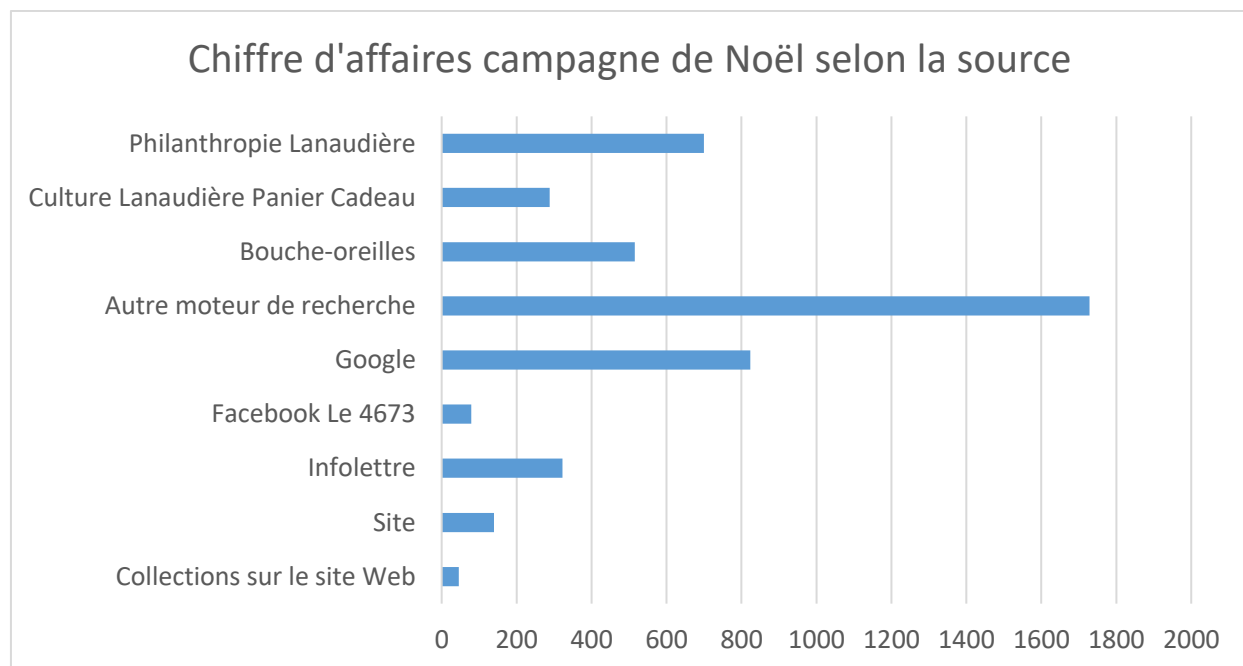
Campagne de la fête des Mères

La campagne ADS, pour la fête des Mères, a amené 520 visiteurs sur Le 4673. Ce qu'on peut remarquer, c'est par le bouche à oreilles et via le réseau des artistes (sites Web, réseaux sociaux, etc.) que les ventes se font généralement.



Campagne de Noël

La campagne de Noël s'étendant du 2 novembre au 18 décembre 2020 a été grandement bénéfique. Plus de 4 600 \$ en vente (taxes non incluses, mais transport inclus) pour cette période. Cette campagne représente 20% des ventes par rapport à l'année 2019-2020. Près de 55 % des ventes ont été faites via les sites référents dont les recherches Google ou autres moteurs de recherche; ce qui fait qu'on se positionne très bien dans les moteurs de recherche. Sur Facebook, la provenance du chiffre d'affaires est de 2% et 7% du chiffre d'affaires qui vient des infolettres.



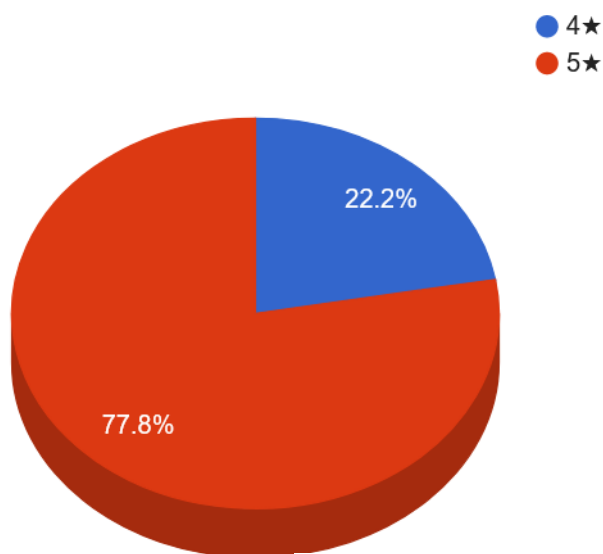
Campagne de la Saint-Valentin

Les publications le plus vues sur Facebook de cette campagne étant « Ces œuvres lanaudoises feront les meilleures idées-cadeaux pour la Saint-Valentin ! » avec une portée de 3 300 et 72 interactions !.

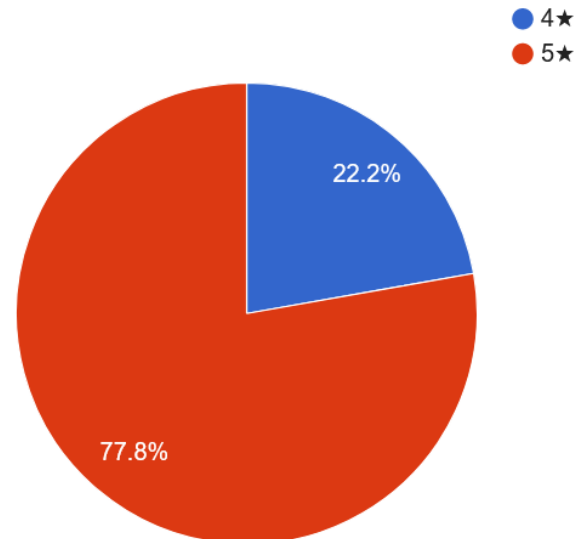
Sondage de satisfaction de la clientèle

Nous demandons aux clients de répondre à un sondage de satisfaction. Au total, 18 répondants pour 2020-2021.

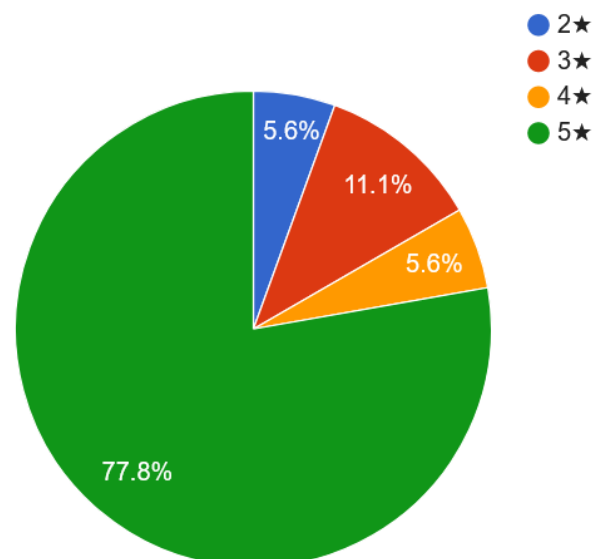
Le degré de facilité à naviguer sur Le 4673 ?



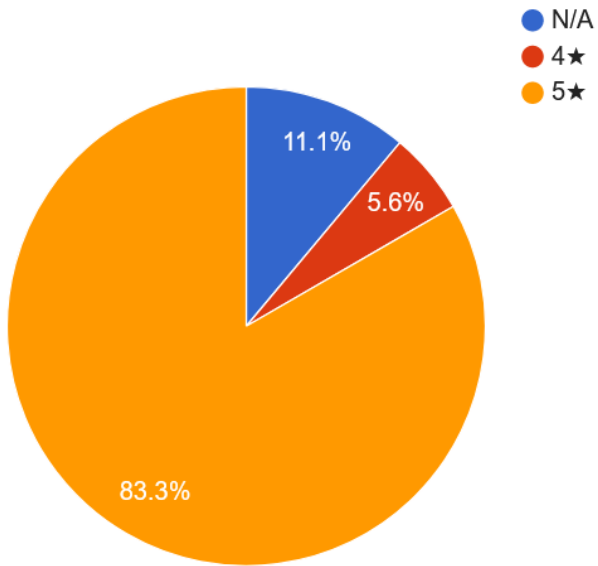
Le degré de facilité à trouver ce que vous cherchiez ?



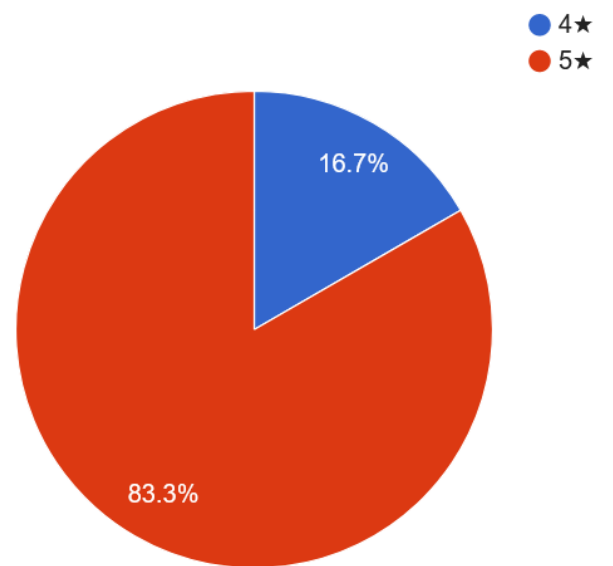
Le degré de facilité pour procéder au paiement ?



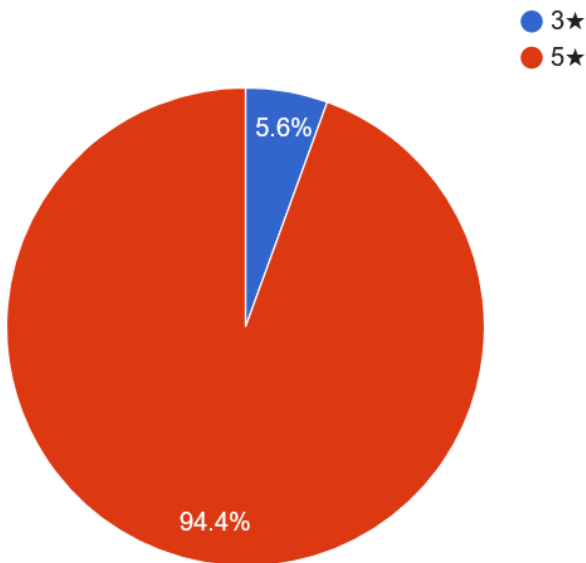
La qualité de l'emballage ?



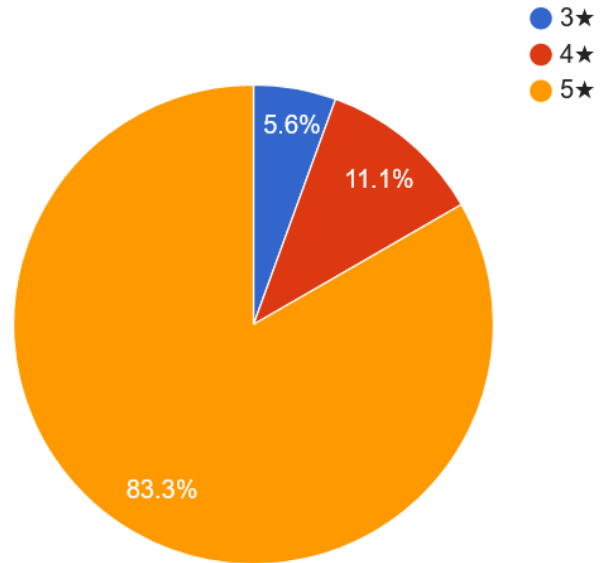
La qualité des articles commandés ?



Le délai de livraison ?



Recommanderiez-vous cette boutique à un ami ?



Conclusions

- Période marquée par la COVID-19 qui a favorisé l'achat en ligne
- Augmentation croissante du chiffre d'affaire depuis sa création en 2018
- Augmentation majeure du panier d'achat passant de 52\$ la première année à 87\$ la seconde année pour finalement atteindre 118,42 \$ en 2020-21
- Hausse de 6 % en inventaire total
- Hausse de 12 % du nombre de vendeurs sur Le 4673
- C'est au mois de mars 2021 qu'il y a eu le plus de visiteurs sur le site Web (3 272) durant cette période.
- Hausse de 79 % du nombre de visiteurs en 2020-21 par rapport à 2019-20.

- Une hausse de 20,5 % d'abonnés à Facebook et près de 7 % de hausse pour Instagram ! On remarque que Facebook amène en moyenne 16% des visiteurs sur le site par mois. 3 Vagues de concours se retrouvent dans le top 5 de toutes les publications ayant le plus de portée durant cette période.

- Pour Cyber Impact, le taux d'ouverture moyen pour cette période est de 39,9 % (30% étant considéré comme un bon taux) et le taux de clics de 5,24 (2% étant considéré comme un bon taux); ils sont largement en haut de la moyenne considérée « bonne ». Il y a eu une hausse de près de 12,7 % d'abonnés à l'infolettre durant cette période.

- Tous les produits du 4673 se retrouvent sur le Panier bleu et sur Facebook. Les mises à jour des produits se font automatiquement sur ces plateformes.

- Sur le site Web du 4673, les villes ont été ajoutées dans le pied de page et dans la section Contact pour un meilleur référencement sur Google lorsqu'un usager est en dehors de Joliette.

- Nouvelle section Vivez Lanaudière pour les chandails de la marque de Lanaudière. Les collections ont été remplacées par les sections à thématiques Coups de cœur, palmarès, fêtes et nouveautés

- Bonne satisfaction générale lors du magasinage en ligne et de la livraison des commandes pour les clients comme nous le démontre le sondage de satisfaction pour la période 2020-2021.

La formation continue



Le programme de formation continue groupe existe depuis 21 ans. De plus, depuis en novembre 2018, nous avons eu une entente avec Emploi Québec pour un programme de formation individuelle.

La clientèle, pour les deux types de formations, se décline aussi de la manière suivante :

1. Les travailleurs autonomes au statut d'artiste professionnel;
2. Les artistes en voie de professionnalisation (relève) ;
3. Les travailleurs salariés d'organismes culturels (contractuels, temps partiel, temps plein) ;

Pour la programmation 2020-2021, nous avons ciblé des formations qui répondent aux besoins actuels de la main-d'œuvre culturelle Lanaudoise, adaptée au contexte pandémique. Néanmoins, la formation a beaucoup été influencée par la nécessité d'apprentissage sur le numérique qui a pris une grande place dans le quotidien de notre clientèle, tant pour les formations de groupe que des formations individuelles.

De plus, les classes d'experts sont demeurées très en demande encore cette année puisqu'elles viennent compléter le développement artistique de nos artistes et leur donnent une valeur ajoutée importante dans leur démarche.

Les grands enjeux de formation continue sont identifiés par le Conseil des partenaires du marché du travail et Compétence culture, pour être par la suite relayés en région. Ces enjeux sont :

1. La mise en marché, le développement de marché, des clientèles et des publics;
2. Le développement des connaissances liées à la mondialisation (outr-frontière);
3. Les nouvelles technologies comme outil de gestion ou de création;
4. Le développement des compétences disciplinaires (via les classes de maîtres);
5. La gestion de carrière et gestion des organismes culturels.

Le tableau suivant illustre les activités tenues en 2020-2021. Par rapport aux années antérieures, le nombre de formations, le nombre de sessions est resté stable. Cependant, le nombre de participants a connu une légère baisse, notamment au printemps 2020 où l'arrivée fulgurante de la crise pandémique a nécessité soit le report soit l'annulation de certaines formations.

Tableau A – Résultats MFOR- groupe	Groupe
Nombre d'activités réalisées	20
Nombre de sessions (si différent du nombre d'activités)	2
Nombre de participants	140
Tableau B – Résultats MFOR- individuel	Individuel
Nombre d'activités réalisées	16
Nombre de participants	21

Finalement, Culture Lanaudière a profité d'une formation portant sur la cyber sécurité. Notons qu'une étude des besoins en matière de formation a été entreprise en avril 2021, laquelle permettra de cibler de manière plus précise les besoins actuels en matière de formation continue de groupe et individuelle.



Rapport des communications

Notre agente des communications a été largement active au cours de la dernière année. Menant une double tâche, c'est-à-dire, les communications pour Culture Lanaudière et celles de la boutique en ligne Le4673.ca, elle a multiplié les efforts afin de créer une dynamique d'informations, mais aussi de stratégie de marketing.

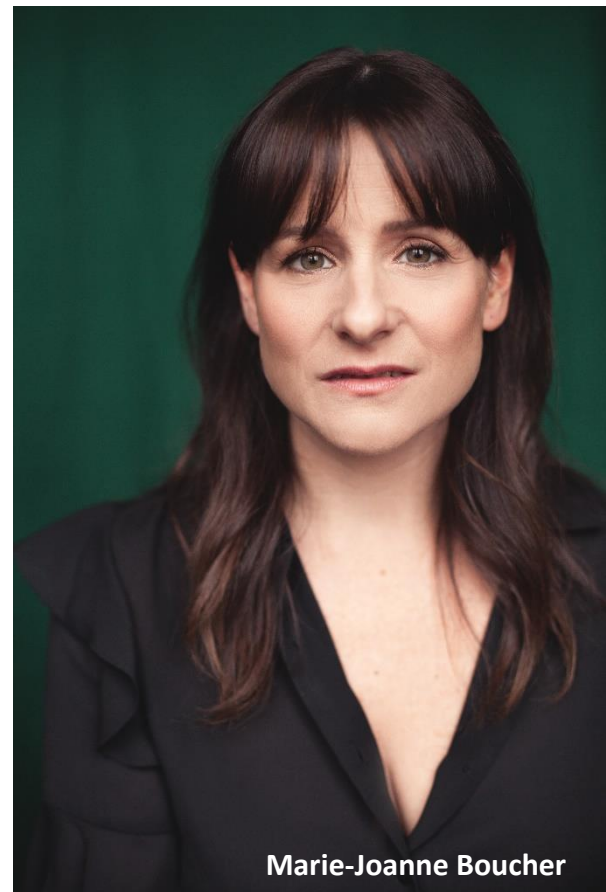
Malgré une petite pause durant les vacances des fêtes, il y a eu la publication hebdomadaire de deux infolettres spécialisées de même que des publications journalières sur les deux Facebook reliés à Instagram et Twitter qui ont permis de mieux faire connaître nos services d'une part, et d'autres part, l'immense qualité des œuvres de notre boutique Le4673.ca.

Plusieurs campagnes de promotion pour Le4673.ca ont été tenues notamment pour les grands événements annuels (Noël, Saint-Valentin, fête des Mères, fête des Pères, campagne estivale, etc.). Trois campagnes ont été faites via l'organisation « Vague de concours », où une clientèle de jeunes familles se retrouve sur Facebook, ont été faites.

Nous avons utilisé aussi la radio 103,5 ainsi que le journal numérique Mon Joliette, principalement pour les promotions liées à la boutique. **Marie-Joanne Boucher** a été, pour la troisième année, la porte-parole du 4673.ca, apportant son énergie pour encourager l'achat local des œuvres d'artistes lanaudois.

Les réseaux sociaux apportent leur lot de commentaires, questions, préoccupations, tous étant répondus personnellement. Au cours de l'année, il n'y a eu aucun commentaire négatif.

Si les campagnes promotionnelles sont davantage tournées vers la boutique, les communiqués de presse mettaient en



Marie-Joanne Boucher

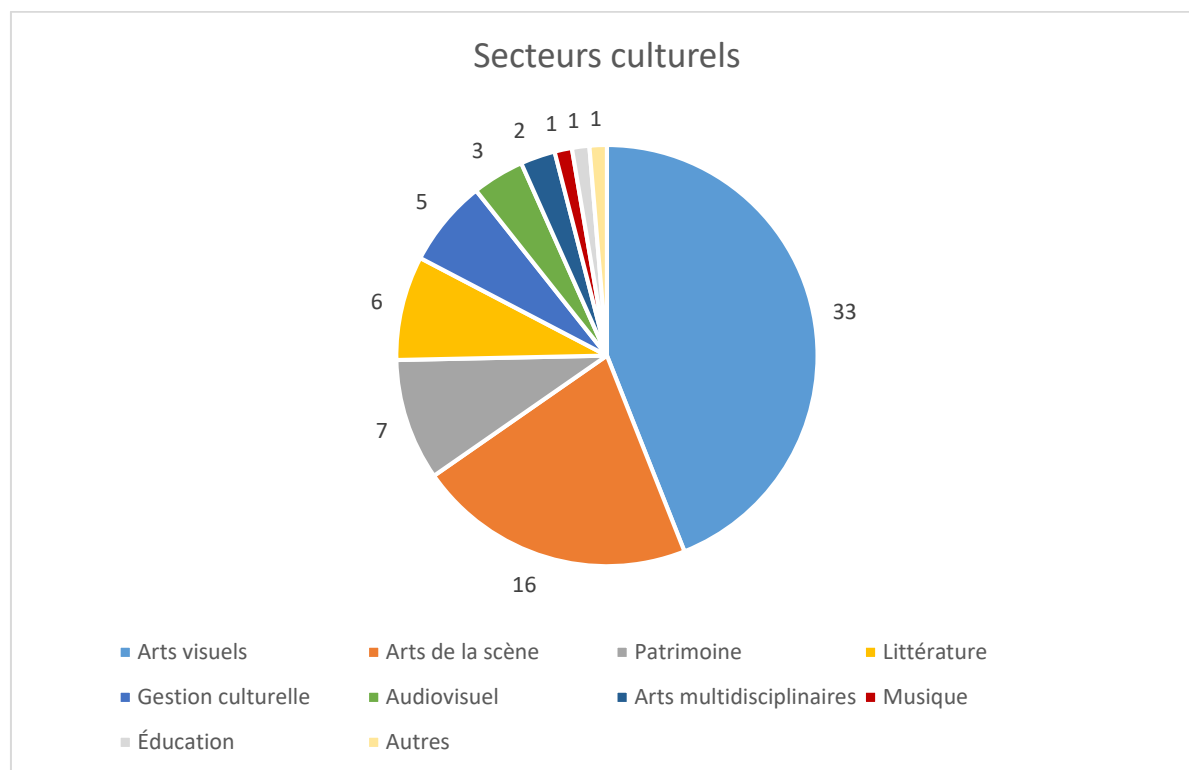
lumière les actions de Culture Lanaudière. Ceux-ci ont porté sur l'appel et les résultats des projets via l'entente territoriale, les Grands Prix Desjardins 2020 version virtuelle, les préparatifs du 3^e anniversaire de la boutique ainsi que le partenariat avec La Table des Préfets de Lanaudière, Lanaudière économique et Tourisme Lanaudière en regard de la vente exclusive de leur chandail promotionnel.

Il importe de mentionner que tout le travail de visuel tant sur les deux sites Internet, les réseaux sociaux ainsi que les infolettres sont réalisés à l'interne.

Résultats du sondage de satisfaction 2020-2021

Nous avons eu **75 répondants** au sondage qui a été annoncé auprès des abonnés de l'infolettre hebdomadaire, des membres de Culture Lanaudière grâce à une infolettre spéciale ainsi qu'auprès des abonnés de la page Facebook grâce à une publication payante (publicité).

1. Quel est le secteur qui représente le mieux votre champ d'expertise ou celui de votre organisme?



Nous pouvons constater que 44% des répondants sont issus des arts visuels, 21,3% des arts de la scène, 9,3% du patrimoine et 8% du secteur littéraire.

2. Quel est le plus grand défi que vous rencontrez dans votre pratique ?

Nous avons relevé les défis les plus souvent nommés :

Le financement - financement instable, difficulté à obtenir de l'aide financière, admissibilité à des programmes, remplir des demandes de bourses/subventions, manque de budgets...

La diffusion – diffusion des œuvres, trouver des lieux de diffusion, diffusion vers d'autres régions, exposer dans des lieux reconnus, distribution des livres...

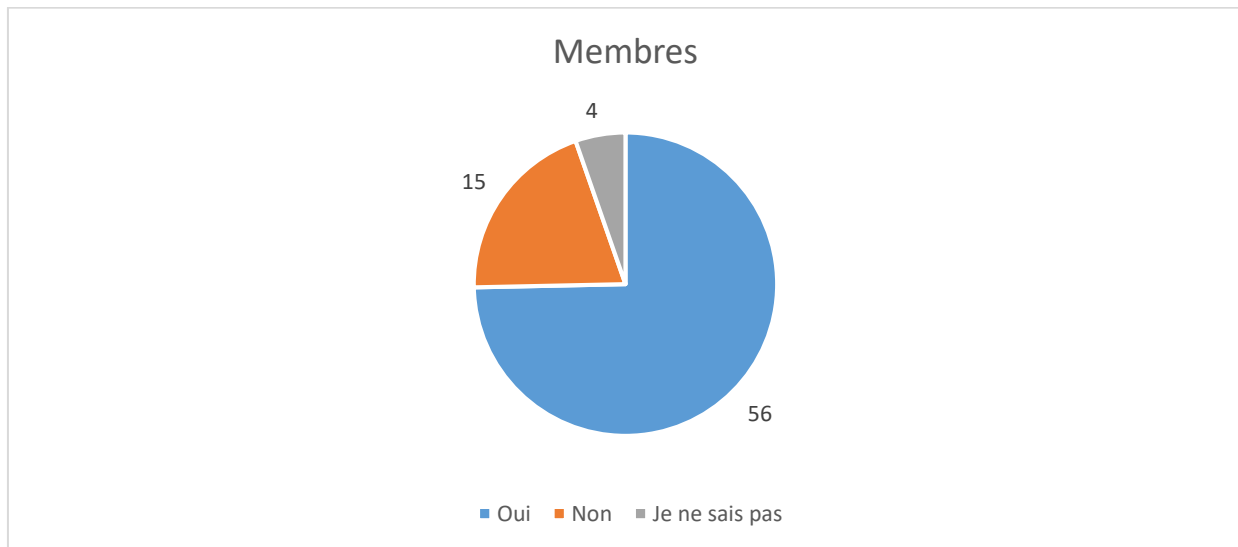
La promotion - visibilité, développement des publics, communications/réseaux sociaux...

Le contexte de la Covid-19 - isolement, solitude, motivation, s'adapter et survivre aux mesures sanitaires, exposer durant le contexte de la pandémie, fermeture des salles, organiser des événements virtuels, conserver l'intérêt du public...

La vente – vente en ligne, point de vente, fréquentation des visiteurs, établir le juste prix, calculer le prix de revient...

La gestion du temps – manque de temps, porter plusieurs chapeaux, concilier travail et création...

3. Êtes-vous actuellement membre de Culture Lanaudière pour 2021-2022?



Nous pouvons constater qu'environ 75% des répondants sont membres chez Culture Lanaudière.

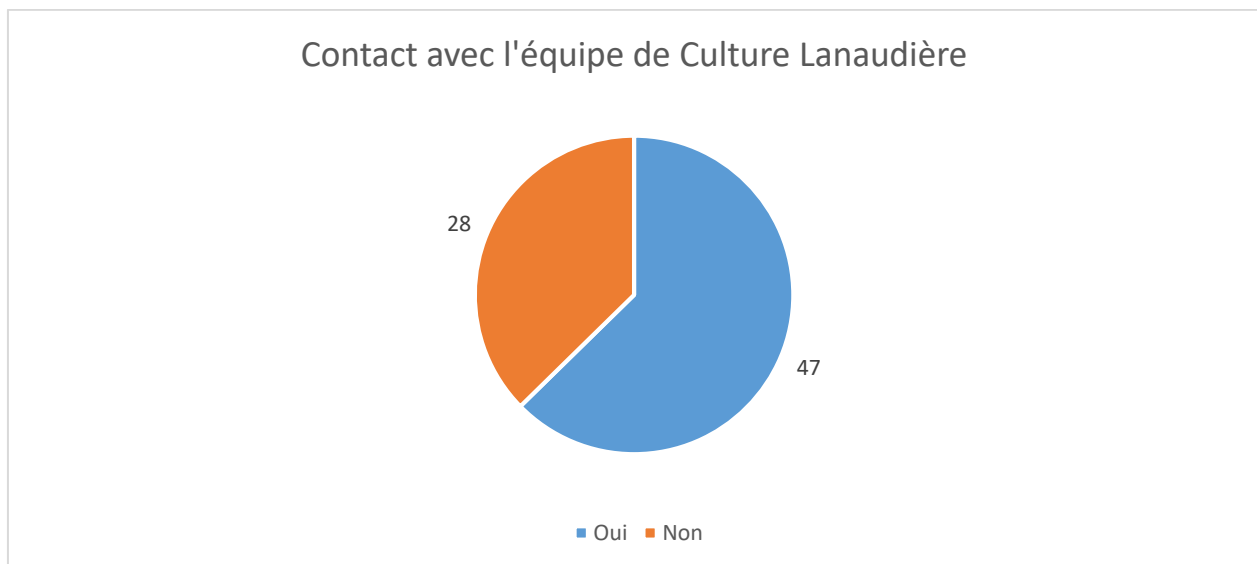
4. Parmi les options suivantes, veuillez sélectionner celles qui décrivent le mieux les raisons pour lesquelles vous êtes ou seriez intéressé à devenir membre de Culture Lanaudière.

Voici les réponses qui se sont le plus démarquées :

- Parce que les enjeux culturels de Lanaudière m'intéressent : (65,3%)
- Pour recevoir de l'information sur les activités de Culture Lanaudière : (56%)
- Pour les occasions de réseautage : (45,3%)
- Pour participer à une activité ou profiter d'un tarif avantageux sur une formation : (45,3%)
- Pour l'accompagnement dans les demandes de subventions : (38,7%)
- Pour pouvoir publier et consulter les annonces sur les plateformes de Culture Lanaudière : (37,3%)
- Par obligation professionnelle : (13,3%)

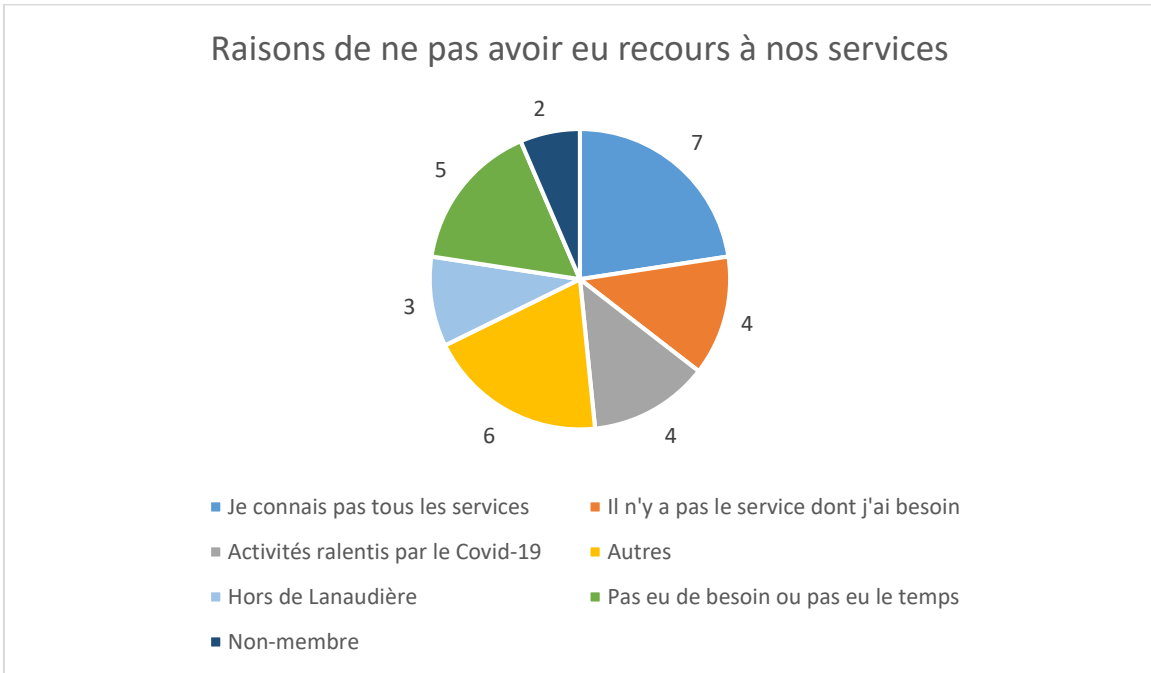
Les répondants pouvaient sélectionner plus d'une réponse et certains ont indiqué leur raison personnelle. On peut constater que **plus de la moitié** des répondants sont intéressés à être membres pour être informé des nouvelles du milieu culturel.

5. Au cours de la dernière année, avez-vous communiqué avec l'un des professionnels de l'équipe de Culture Lanaudière ?



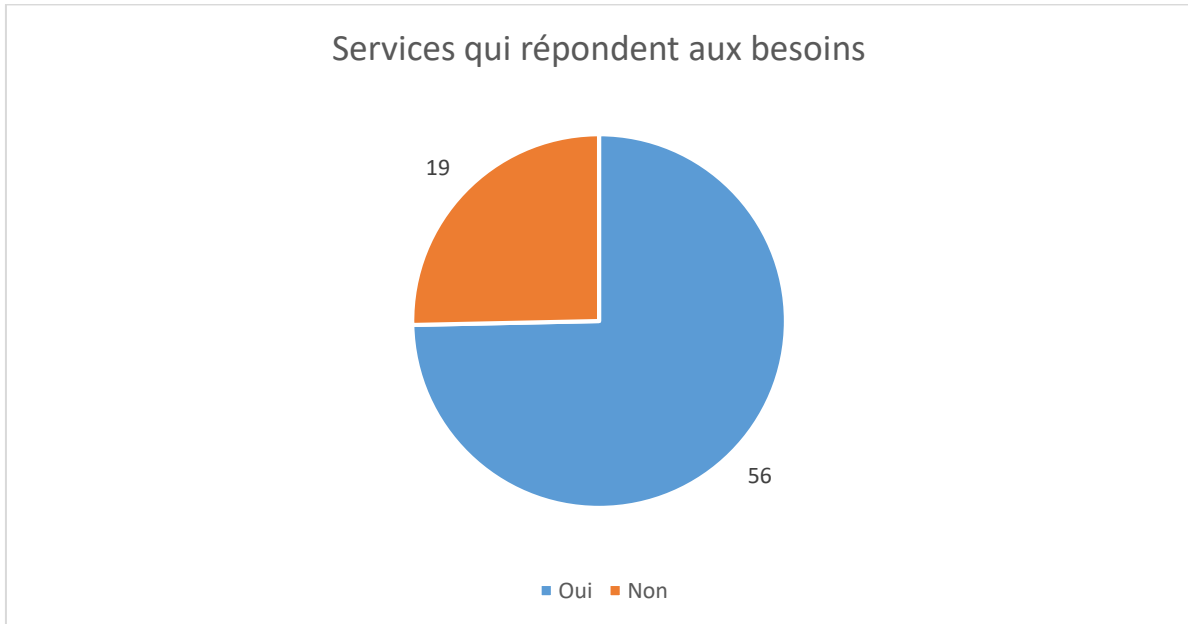
Nous pouvons constater que **plus de 62%** des répondants affirment avoir contacté l'équipe de Culture Lanaudière au cours de la dernière année.

6. Si c'est le cas, pourquoi vous n'avez pas eu recours aux services de Culture Lanaudière durant les dernières années ?



Nous pouvons constater que 7 des 28 répondants n'ayant pas eu recours à nos services ne nous ont pas contactés, car ils ne connaissent pas tous les services de Culture Lanaudière. De plus, 5 autres répondants n'ont pas eu recours à nos services puisqu'ils étaient hors de la région ou non membres. Il est important de souligner que 5 répondants n'ont simplement pas eu le besoin ou le temps pour nous contacter et que 4 répondants ont vu leurs activités ralentir dû à la Covid-19, ce qui explique pourquoi ils n'ont peut-être pas eu recours à nos services.

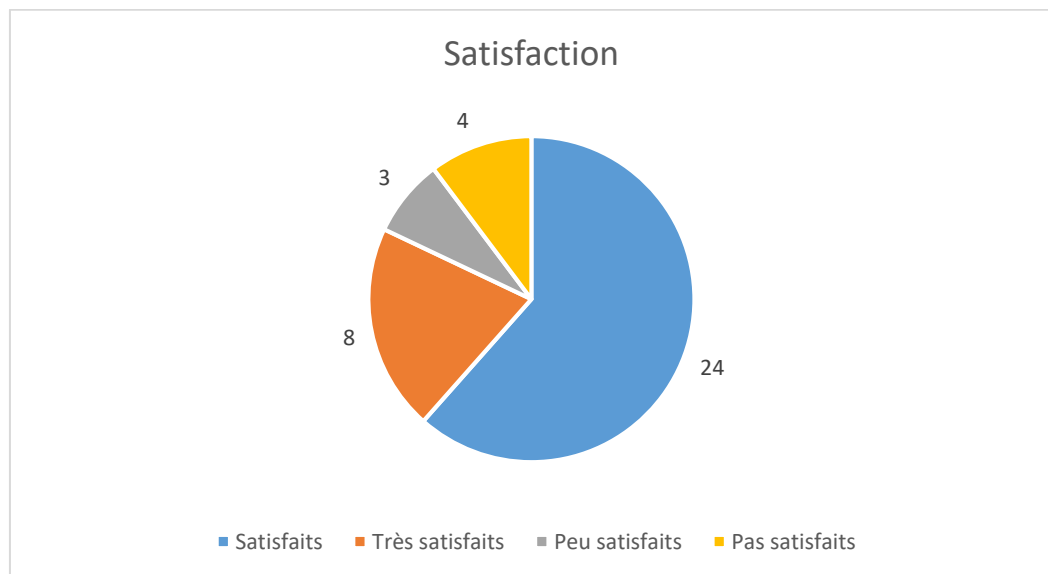
7. Est-ce que les services de Culture Lanaudière répondent bien à vos besoins ? (Faites-nous part de votre opinion détaillée à la fin de ce sondage.)



Nous pouvons remarquer que près des trois quarts des répondants (74,7%) affirment que les services offerts par Culture Lanaudière répondent à leurs besoins.

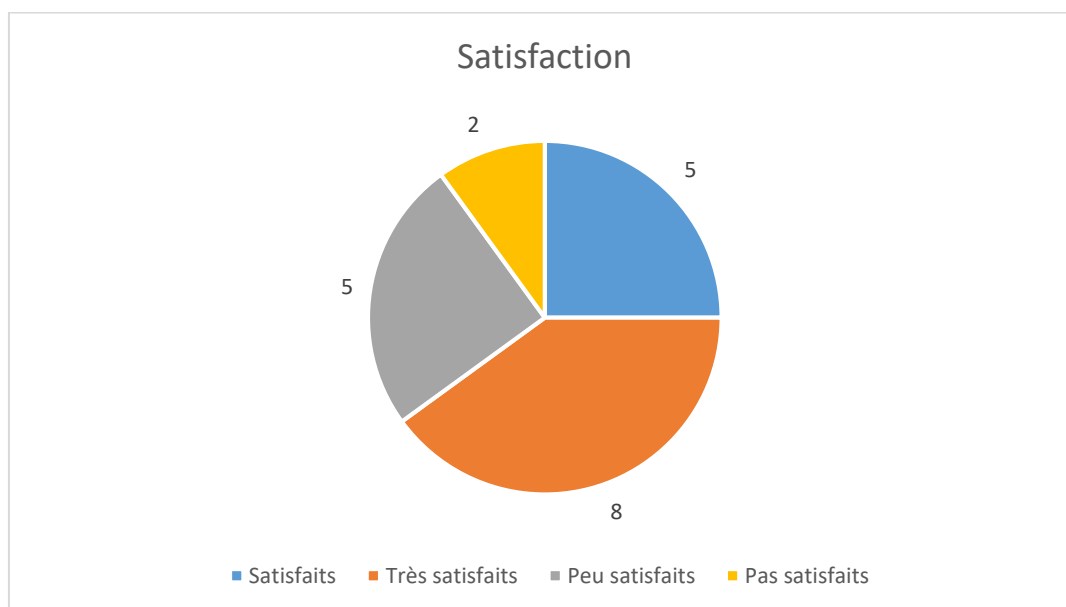
8. Veuillez indiquer votre niveau de satisfaction sur les services suivants :

- a. L'accompagnement et les renseignements reçus pour divers programmes de bourses.



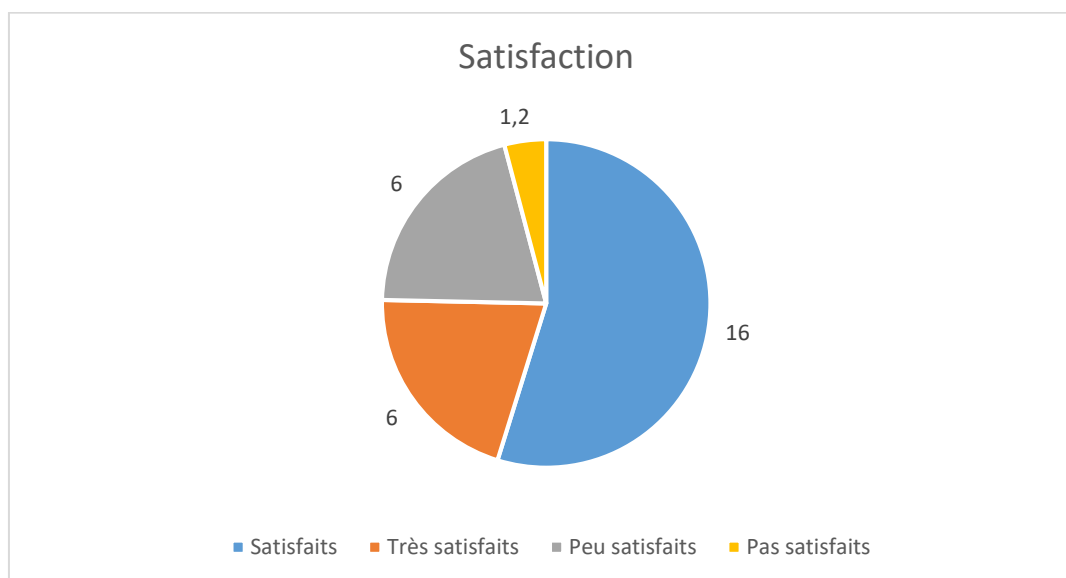
Des 39 répondants ayant eu recours à nos services, 32 se disent très satisfaits ou satisfaits du service d'accompagnement.

b. L'accompagnement pour le développement culturel numérique.



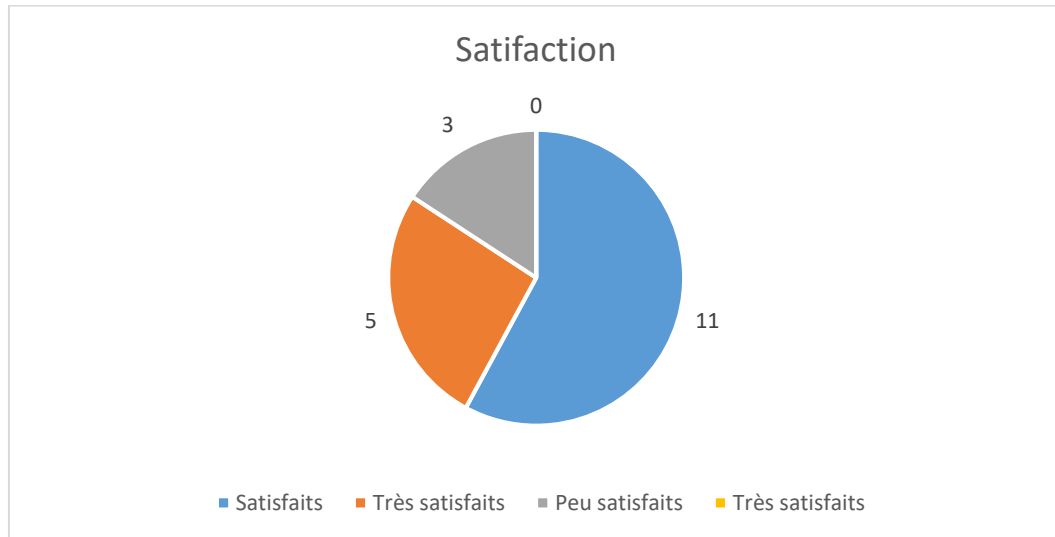
Nous pouvons constater que 13 des 20 personnes à qui cette question s'appliquait se disent très satisfaites du service de développement culturel numérique.

c. Les formations de groupe offertes dans le programme annuel.



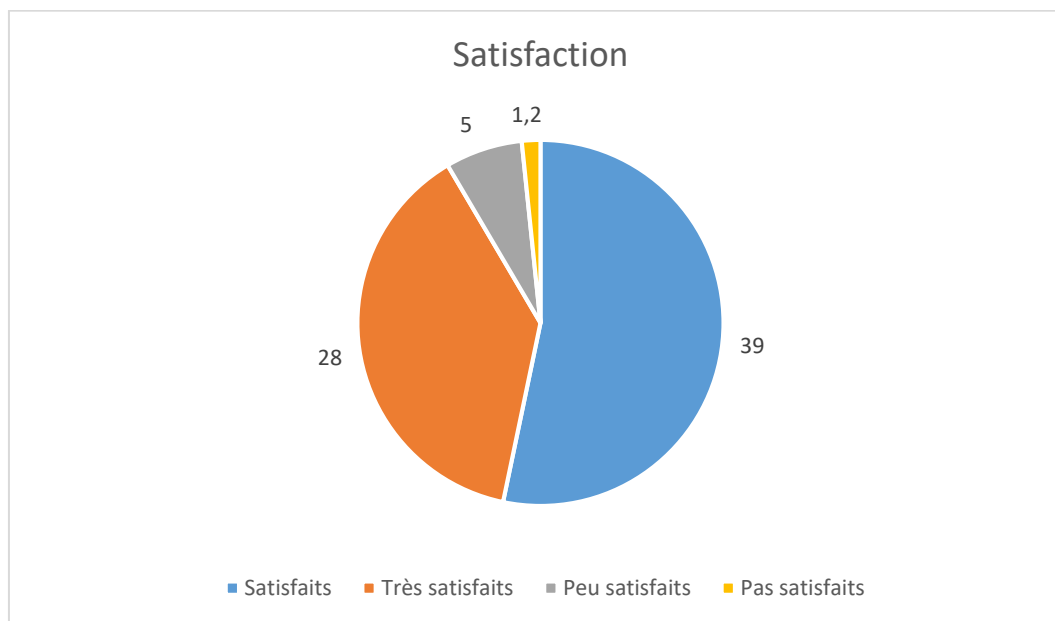
Des 29 répondants à cette question, 22 (76%) se déclarent très satisfaits ou satisfaits de la formation de groupe.

d. Les formations individuelles disponibles pour un besoin spécifique.



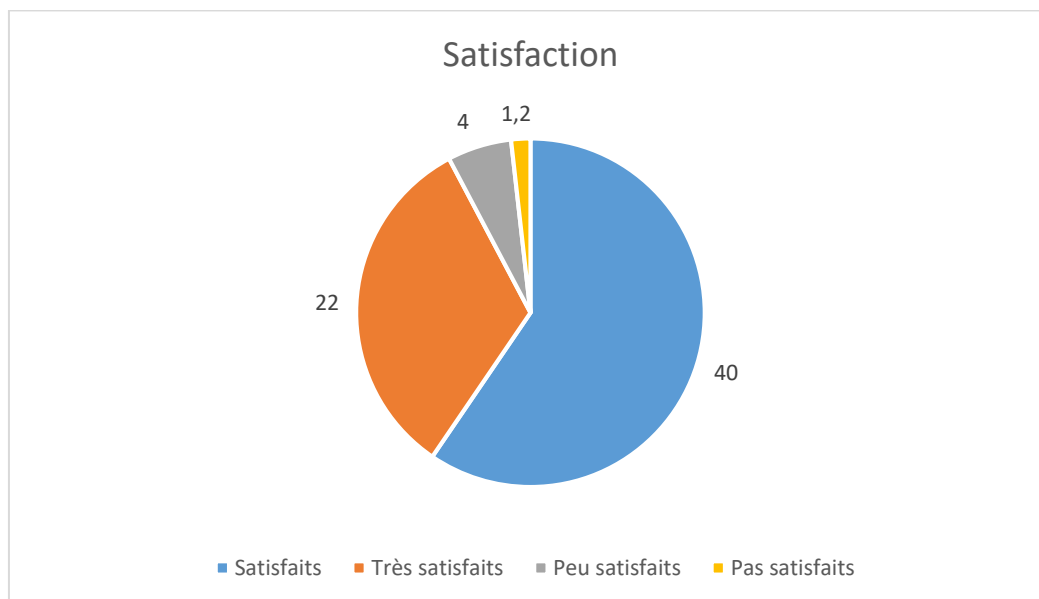
Des 19 répondants à cette question, 16 (85%) ont déclaré être très satisfaits ou satisfaits de la formation individuelle.

e. Le contenu et les visuels de l'infolettre de Culture Lanaudière.



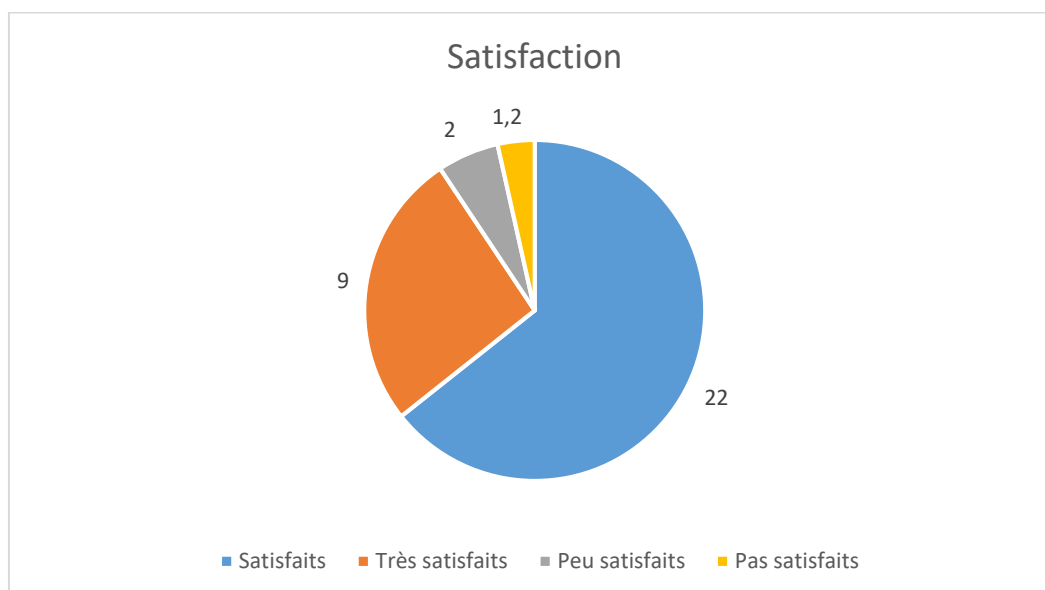
Sur l'ensemble des répondants, 90% se disent satisfaits du contenu et des visuels de l'infolettre de Culture Lanaudière.

f. Les informations et la facilité de naviguer sur le site Internet de Culture Lanaudière.



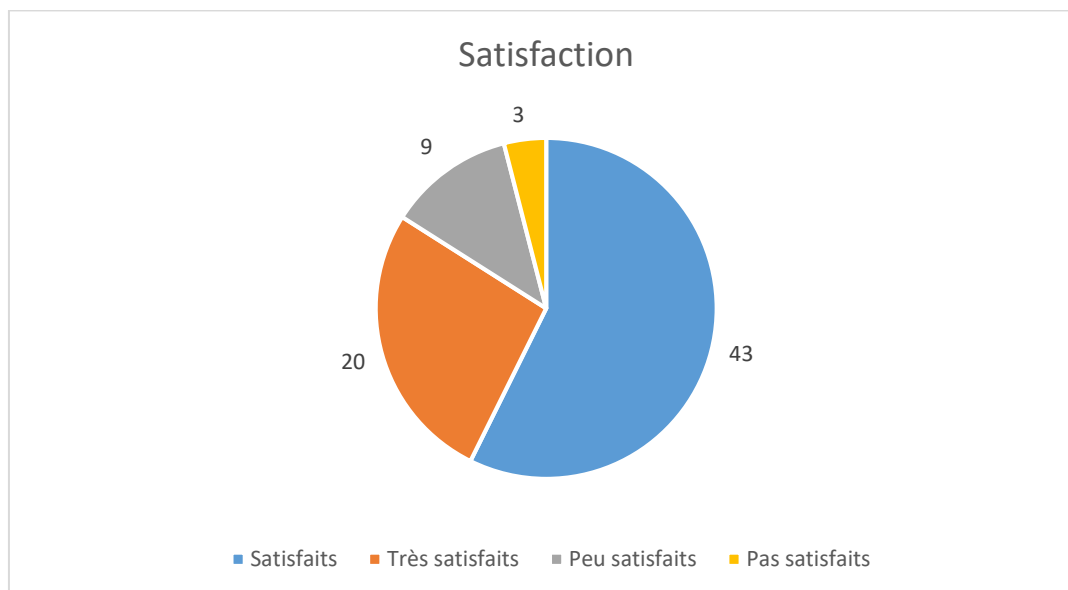
Des 68 répondants à cette question, 91% se déclarent satisfaits des informations et de la facilité de naviguer sur le site Internet de Culture Lanaudière.

g. La pertinence et la fréquence des publications sur la page Facebook de Culture Lanaudière.



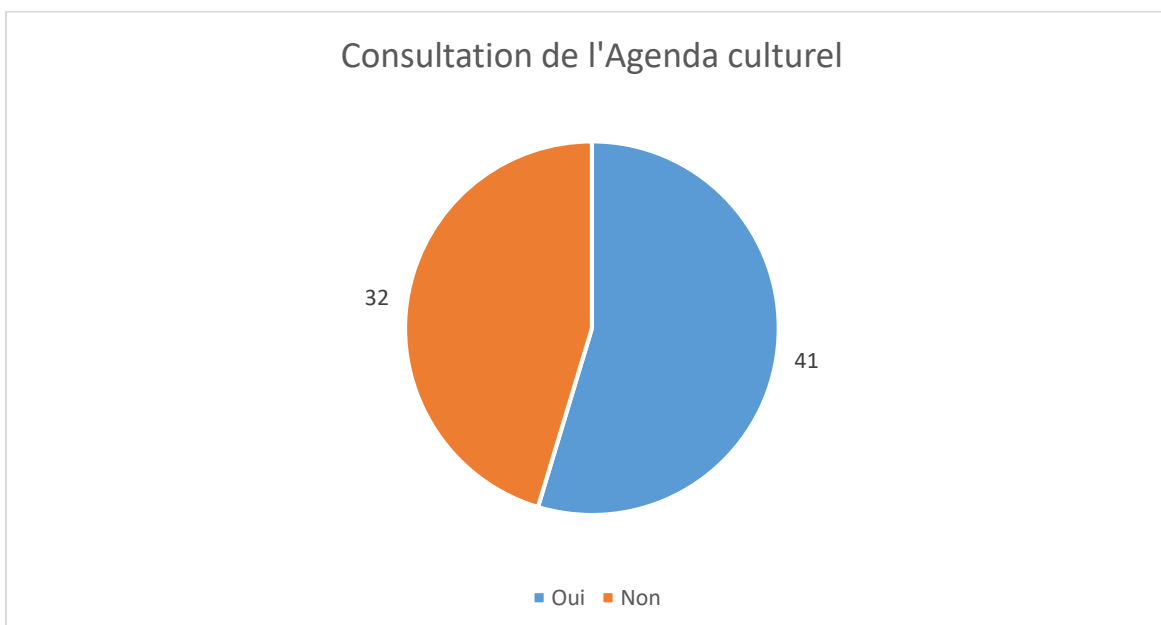
Nous pouvons constater que la moitié des 75 répondants n'ont pas répondu à la question puisqu'ils ne consultent pas les publications Facebook de Culture Lanaudière.

h. Quel est votre niveau de satisfaction sur l'ensemble des services offerts par Culture Lanaudière.



Des 58 répondants, 80% se déclarent satisfaits de l'ensemble des services offerts par Culture Lanaudière.

9. Consultez-vous l'agenda culturel sur le site Internet de Culture Lanaudière?



56% des répondants consultent l'agenda culturel sur le site Internet de Culture Lanaudière.

10. Dans l'infolettre hebdomadaire de Culture Lanaudière, quelle(s) section(s) vous intéresse le plus ?

Voici les réponses qui se sont le plus démarquées :

- 80% des répondants mentionnent les actualités culturelles de la région
- 59% des répondants soulignent les événements à venir
- 52% retiennent les appels d'offres
- 48% des répondants mentionnent les annonces faites par Culture Lanaudière

11. Sur une échelle de 1 à 5, à quel point êtes-vous d'accord avec les affirmations ci-dessous ?

- a. 98% des répondants sont d'accord pour dire que Culture Lanaudière informe ses membres de manière régulière, pertinente et constructive sur des sujets d'importance pour eux.
- b. 92% des répondants constatent que les stratégies et actions de communication de Culture Lanaudière contribuent au rayonnement des arts et de la culture au sein de la région.
- c. 90% des répondants mentionnent que les activités de représentation menées par Culture Lanaudière contribuent positivement et de manière tangible à l'avancement des arts, de la culture et des communications dans la région.
- d. 87% des répondants soulignent que Culture Lanaudière défend adéquatement les intérêts du milieu des arts et de la culture auprès des instances municipales, régionales et nationales.
- e. 87% des répondants disent que Culture Lanaudière accompagne efficacement ses membres et les partenaires du milieu dans leurs démarches de développement.
- f. 72% des répondants pensent que Culture Lanaudière apporte un soutien concret et important aux initiatives régionales de développement culturel.
- g. 90% des répondants mentionnent que Culture Lanaudière écoute ses membres de manière active et propose des activités et services en fonction de leurs besoins.
- h. 91% des répondants soulignent que dans le contexte de la COVID-19, Culture Lanaudière a su s'adapter adéquatement.

Selon ce sondage mené à l'hiver 2021, il apparaît que le taux de satisfaction de notre clientèle est positif. Culture Lanaudière est heureux de le constater et s'engage à maintenir les actions et activités qui conviennent à ses membres, intervenants culturels et partenaires dans le développement des arts et de la culture sur le territoire.

Rapport du trésorier

D'entrée de jeu, je voudrais dire que je suis heureux de vous remettre un rapport financier tel qu'il vous sera présenté par notre vérificateur externe.

L'année 2020-2021 a été une année importante sur divers plans : un déménagement, une réorganisation du travail et une crise pandémique sans égal. Ce défi a été relevé avec brio.

Ainsi, l'année qui vient de se terminer permet d'entrevoir une situation financière très positive. Grâce à des revenus autonomes et une bonification de la subvention annuelle, Culture Lanaudière a pu réaliser l'ensemble de ses mandats tout en dégagant un surplus d'opérations considérable. Nous terminons l'année avec un surplus de 59 423\$, nous amenant maintenant avec un surplus accumulé de 72 148\$. Le Conseil d'administration de Culture Lanaudière est heureux du fait que les Vérificateurs, Boisvert et Chartrand, par le dépôt de leurs états financiers vérifiés, n'ont émis aucune réserve.

L'apport des revenus autonomes, l'aide du Gouvernement fédéral ainsi que les bonifications apportées par le ministère de la Culture ont été des moyens fort percutants pour l'ensemble de la situation financière. À ce propos, je remercie les deux paliers de gouvernements ainsi que le personnel de Culture Lanaudière pour toutes ces opportunités saisies.

Je suis heureux de constater la santé financière de Culture Lanaudière ce qui permettra de poursuivre nos objectifs rattachés directement à notre mission.

Merci,



Michel Arcand

Michel Arcand
Trésorier

Le personnel

Permanent temps complet

Andrée Saint-Georges

Direction générale

Catherine Gaudet (*en congé de maternité depuis juin 2020*)

Agente de développement et coordonnatrice à la formation

Guillaume Payette-Brisson

Agent WEB

Audrey-Ann Gingras

Agente aux communications

Maude Desjardins

Agente développement numérique

Et remplaçante à la coordination en formation continue

Ressource externe

Jane Winter

Comptabilité

