

**Rapport sur l'étude de besoins
et sondage d'impacts 2013-2014
du service de formation continue**

CONSEIL DE LA CULTURE DES LAURENTIDES

présenté

au Conseil de la culture des Laurentides

Représenté par

Madame Mélanie Gosselin, Directrice générale

Madame Manon Mercier, Coordonnatrice à la formation

et à Emploi-Québec Laurentides

Représenté par

Mme Mélanie Périard

Conseillère en partenariat régional

Par

Madame Cybèle Rioux

Présidente

Alizé ressources humaines

31 mars 2014

Réalisation :

Le rapport de l'étude de besoins est une réalisation du Conseil de la culture des Laurentides en partenariat avec Emploi-Québec Laurentides

Direction et supervision du projet : Mélanie Gosselin, Directrice générale

Coordination du projet : Manon Mercier, Coordonnatrice à la formation

Analyse des données et expertise-conseil : Cybèle Rioux, Présidente, Alizé ressources humaines

Révision des textes : Christine Heuschen, Agente au soutien administratif et service à la clientèle

Équipe de test (questionnaire) :

- ▶ France Clermont, artiste – arts de la scène, arts visuels, communications, lettres et métiers d'art
- ▶ Joey Copeman, artiste – arts de la scène
- ▶ Karine Gariépy, Agente de développement, Conseil de la culture des Laurentides
- ▶ Christine Heuschen, Agente au soutien administratif et service à la clientèle, Conseil de la culture des Laurentides

Groupe de consultation :

Participants :

- ▶ Martin Champagne, Directeur général, Praxis art actuel, artiste – arts visuels et enseignant
- ▶ Joey Copeman, artiste – arts de la scène
- ▶ Walter Covanti, artiste – arts visuels
- ▶ Alain DeRoque, artiste – arts visuels, arts de la scène
- ▶ Benoit Desjardins, artiste – arts de la scène et travailleur culturel
- ▶ Pierre Emmanuel Dru, artiste – arts de la scène, arts visuels, enseignants
- ▶ Alessandro Gamacchio, artiste – métiers d'art
- ▶ Céline Landry, artiste – arts visuels
- ▶ Michel Payer, artiste – arts de la scène, lettres, patrimoine
- ▶ Chantal Schmitz, artiste – arts visuels et métiers d'art
- ▶ Lyne St-Jacques, Directrice générale, Musée régional d'Argenteuil
- ▶ Sylvie Tisserand, artiste – arts visuels

Répondants ne pouvant être présent au groupe de consultation et qui ont répondu par écrit :

- ▶ Christine Filion, Coordonnatrice aux projets et responsable de la logisitique, Ici par les arts
- ▶ Marie-Diane Lalande, artiste – arts de la scène, arts visuels
- ▶ Christelle Renoux, Responsable des communications, Musée d'art contemporain des Laurentides
- ▶ Julie Richard, Chef de division culture et communautaire, Ville de Lorraine

Conseil de la culture des Laurentides, mars 2014

223, rue Saint-Georges, bureau 400, Saint-Jérôme, Québec, J7Z 5A1

www.culturelaurentides.com

TABLE DES MATIÈRES

Liste des tableaux	3
Introduction	4
Méthodologie et clientèles visées par l'étude	5
Principaux constats	6
Résultats du sondage	9
Portrait des répondants	9
Besoins de développement	13
Impact des formations reçues	18
Recommandations	20
Conclusion	23
Glossaire	24

Annexe 1 – Questionnaire et réponses du sondage web

Annexe 2 – Rapport des discussions du groupe témoin

Note :

1. L'emploi du masculin est inclusif et neutre et vise à alléger le texte; il inclut autant le masculin que le féminin selon le contexte.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 - Statut professionnel	9
Tableau 2 - Domaine d'activité	9
Tableau 3 - Âge des répondants.....	10
Tableau 4 - Revenu annuel brut artistique ou culturel et part des revenus	11
Tableau 5 - MRC de résidence.....	12
Tableau 6 - Durée de formation souhaitable	13
Tableau 7 - Format des formations	13
Tableau 8 - Objectifs visés en suivant une formation	14
Tableau 9 - Formations auxquelles le répondant participerait	15
Tableau 10 - Principales contraintes limitant la participation aux formations	16
Tableau 11 - Satisfaction des participants.....	18
Tableau 12 - Impacts perçus suite aux formations suivies avec le CCL	19

INTRODUCTION

Depuis 1998, le Service de formation du Conseil de la culture des Laurentides (CCL), avec le concours d'Emploi-Québec Laurentides, contribue activement au développement de la main d'œuvre culturelle dans les Laurentides. Grâce à cette collaboration, le CCL a pu organiser des centaines de formations, permettant à des milliers d'artistes et de travailleurs culturels de développer leurs compétences et ainsi d'améliorer leur situation professionnelle.

Le Service de formation continue du CCL vise à favoriser l'acquisition de nouvelles compétences, à consolider l'emploi culturel dans la région et à augmenter l'autonomie financière des participants. Ceci auprès d'une clientèle extrêmement diversifiée, que ce soit par le domaine d'activité, l'étendue du territoire ou ses grandes disparités régionales.

Le CCL voulait réaliser une enquête sur les besoins de formation auprès de l'ensemble de ses clients, actuels ou potentiels, afin de valider, prioriser et bonifier son offre auprès d'eux. Conformément à sa mission, l'objectif principal de la démarche visait à fournir un portrait détaillé de la situation et des besoins de formation de ses clientèles. Cernant leurs besoins et potentiels de développement, l'étude a tenu compte de leurs différents territoires, statuts et secteurs d'activités.

À terme, l'initiative contribuera à appuyer la croissance et le développement des carrières des artistes et des travailleurs culturels sur le territoire. Elle aidera à rehausser l'attractivité des activités du service de formation et permettra la consolidation des carrières artistiques et culturelles.

Les résultats du sondage web ont été présentés en trois sections : une première partie donnant le portrait des répondants, la seconde présentant les impacts des formations reçues et la dernière portant sur les besoins de développement. Les résultats de la rencontre du groupe témoin ont été inclus dans les constats et recommandations. Les résultats complets des deux enquêtes sont présentés de façon plus précise en annexe.

Ce projet a été réalisé grâce à l'aide financière d'Emploi-Québec Laurentides.

MÉTHODOLOGIE ET CLIENTÈLES VISÉES PAR L'ÉTUDE

ÉTUDE QUANTITATIVE – INTERNET

L'invitation à participer au sondage internet a été envoyée par courriel en décembre 2013 à 1739 personnes provenant des listes du CCL. Parmi elles, 1107 avaient déjà suivi au moins une formation avec le CCL et recevaient un sondage contenant des questions supplémentaires pour saisir les impacts des formations reçues. La durée moyenne pour compléter le sondage a été de 17 minutes 50 secondes. Sur les 1739 envois, 765 ont été ouverts par les destinataires (taux d'ouverture : 44%). De plus, des appels téléphoniques ont été faits en mars 2014 auprès d'une cinquantaine de personnes pour rejoindre des répondants n'ayant pas d'adresse courriel dans les listes du CCL.

En tout, 235 personnes ont répondu au sondage (taux de réponse : 29%), dont 175 ont terminé l'exercice. Ces taux sont excellents pour ce type de sondage. Parmi ces 235, 140 ont déjà reçu au moins une formation du CCL, contre 95 pour ceux qui n'en ont jamais suivi. Le nombre relativement élevé de répondants démontre un bel engagement de la clientèle membre et non membre envers le CCL et assure une bonne représentativité des répondants. Sauf indication contraire, les questions sont de type « plusieurs réponses possibles ».

ÉTUDE QUALITATIVE – GROUPE TÉMOIN

Un groupe témoin de douze participants a été rencontré le 10 mars 2014, pour une durée d'environ 3 heures. Les participants ont été sélectionnés parmi les répondants au sondage web qui s'étaient portés volontaires. La sélection a été faite en fonction de la disponibilité des participants, en s'assurant d'une bonne diversité en ce qui a trait à l'âge, le sexe, le lieu de résidence, le statut professionnel et le domaine artistique ou culturel. Dix d'entre eux avaient déjà suivi de la formation du CCL.

Plusieurs questions ont été élaborées en collaboration avec Manon Mercier, Coordonnatrice à la formation du CCL et cinq d'entre elles ont été retenues. La rencontre commençait par une mise en contexte destinée, entre autres, à inciter les participants à sortir des sentiers battus. Par exemple, le financement étant une problématique tellement présente dans le milieu de la culture et le CCL agissant déjà énormément sur ce dossier, les participants ont été invités à être créatifs et se concentrer autant que possible sur les autres thèmes.

Le processus débutait par un rapide tour de table pour obtenir les premières impressions, suivi d'une discussion libre sur le thème, relancée ou modérée au besoin par l'animatrice.

Voir les deux questionnaires et les résumés des réponses en annexe.

PRINCIPAUX CONSTATS

PORTRAIT DES ARTISTES ET TRAVAILLEURS CULTURELS

- Le répondant type est une artiste professionnelle du domaine des arts visuels à mi-carrière. Dans la cinquantaine, elle est titulaire d'un diplôme universitaire dans un domaine artistique.
- Sa pratique lui apporte peu de revenus et ce montant constitue moins du quart de ses revenus totaux. Elle a suivi une première formation du CCL avant 2005.
- Le travailleur culturel en organisme a un profil plutôt similaire à celui de l'artiste.
- Le travailleur culturel employé par une municipalité est également une femme, qui gagne plus de 48 000 \$ et n'a pas d'autre source de revenus.

APPRÉCIATION ET IMPACTS DES FORMATIONS REÇUES

- Le tableau 11 sur la satisfaction des participants (page 18) et de nombreux commentaires du sondage montrent que les formations du CCL sont bien ciblées, encore plus si on considère l'étendue du territoire et la variété des clientèles.
- L'artiste et le travailleur culturel apprécient grandement les formations du CCL pour les compétences des formateurs, la durée, les coûts abordables et la capacité d'appliquer les notions apprises.
- L'analyse montre que les participants ne semblent pas toujours identifier ou profiter amplement des occasions de réseautage suscitées par les formations.
- On dénote une bonne satisfaction face aux coûts des formations, mais à cause de leur situation financière précaire, les répondants expriment une préoccupation fréquente dans les commentaires à ce sujet.
- Les participants ne semblent pas toujours en mesure d'identifier les impacts des formations reçues. Ils perçoivent peu le lien entre les formations reçues et l'obtention de financement, même si ce lien existe selon les impacts observés et les commentaires du sondage. Les réponses du groupe témoin confirment qu'il s'agit surtout d'une gêne de l'artiste face à l'aspect commercialisation de son art plutôt que l'impact en soi.
- D'un autre côté, en recoupant les données, on observe qu'une bonne part des travailleurs culturels en organisme ont vu une augmentation du soutien obtenu comme impact des formations suivies.

DÉFIS ET OBJECTIFS

- L'enquête montre que les artistes et travailleurs culturels ont à concilier beaucoup de rôles. Pratiquant parfois plusieurs disciplines artistiques, ils doivent gérer à la fois leur carrière, leurs clientèles et un emploi complémentaire. De plus, les revenus artistiques sont le plus souvent variables et insuffisants pour en vivre.
- Le groupe témoin comme le sondage confirment que les défis majeurs auxquels ils doivent faire face, sont la promotion, la diffusion, le financement et la vente. Les participants semblent plus ou moins connaître les ressources qui peuvent les aider à être mieux connus et à développer de nouveaux marchés.
- L'étude révèle également qu'ils sont généralement peu à l'aise avec la promotion des services de leur organisme ou la commercialisation de leur travail, par exemple, la diffusion, l'identification de la valeur marchande de leur travail ou le développement de nouveaux publics.
- Les répondants ont conscience en grande partie de ces défis et ont comme objectifs principaux de formation d'augmenter la qualité de leurs réalisations professionnelles et leurs revenus, entre autres en développant de nouveaux marchés. Les formations répondant à ces objectifs, ainsi que celles permettant de développer les communications et les nouvelles technologies sont celles qui les intéressent davantage. Le financement est un second choix important.
- Les participants au groupe témoin et les auteurs de commentaires du sondage ont exprimé percevoir un manque d'intérêt de la part du public et des décideurs face aux arts et à la culture.
- Finalement, les participants au sondage comme au groupe témoin ont dit souhaiter qu'on développe une plus grande sensibilisation du public, des diffuseurs et des municipalités, afin qu'ils mettent plus en valeur les talents régionaux. Ils voudraient aussi plus de concertation entre les différents acteurs de leur domaine artistique, de collaboration entre les artistes, etc.

PARADOXES

- Le sondage révèle que l'artiste n'est pas toujours prêt à investir en temps et argent pour se développer ou obtenir de l'aide de ressources externes. Or, le niveau de revenu des artistes constitue un des principaux obstacles à leur développement professionnel.
- Malgré leur situation financière précaire, les répondants choisissent plus ou moins les formations axées sur le financement et souhaitent davantage de formations permettant d'augmenter la qualité de leurs réalisations professionnelles.
- Malgré un contexte économique encourageant l'entrepreneuriat dans plusieurs secteurs professionnels, l'artiste se définit plutôt comme un artisan et se voit peu en tant qu'entrepreneur et encore moins comme un « vendeur » de son œuvre ou de ses habiletés artistiques, et ce, même s'il voudrait en vivre.
- La promotion et le développement de nouveaux marchés représentent des défis majeurs selon la section « commentaires » du sondage et ceux émis par le groupe témoin. Cette situation se reflète peu dans les choix de réponses préétablis du sondage.

- Artistes et travailleurs culturels souhaitent plus de collaboration et de réseautage, tout en n'identifiant pas toujours les opportunités existantes, en s'impliquant peu comme bénévole et en participant peu aux activités de réseautage.

COHÉRENCES ET FORCES

- Les objectifs des participants lors du choix d'une formation et les impacts perçus suite aux formations reçues sont cohérents entre eux selon les réponses au sondage. On en conclut que les participants aux formations obtiennent les impacts qu'ils espéraient.
- La majorité est consciente de ses besoins de développement et de l'importance de la formation pour y répondre, particulièrement ceux qui ont déjà suivi une formation au CCL et les participants au groupe témoin.
- Sans bien définir la forme qu'elle pourrait prendre, les participants ont identifié une meilleure collaboration comme objectif de développement : concertation régionale, locale, municipale, ainsi que dans les groupes, entre artistes, avec les diffuseurs...
- Le nombre de répondants, leurs commentaires nombreux, détaillés et positifs, ainsi que les taux de satisfaction très élevés (seulement 7 % ont sélectionné des insatisfactions et 98 % recommanderaient les formations du CCL) démontrent un grand engagement de la clientèle envers le CCL.
- Le travail du CCL est reconnu à sa juste valeur et les répondants ont à cœur qu'il continue à développer son offre de formation et ses services.
- Créatifs, ouverts sur le monde, les répondants voient le CCL comme le canal idéal pour développer de nouveaux services et des formations innovatrices : par exemple un service de bilan de carrière, du support au mentorat, du réseautage avec des décideurs, etc.

RÉSULTATS DU SONDAGE

PORTRAIT DES RÉPONDANTS

Tableau 1 - STATUT PROFESSIONNEL

	n = 235	2005 *
Artiste professionnel (selon la loi) ¹	56 %	60 %
Travailleur culturel – organisme culturel ou municipalité	19 %	24 %
Enseignant dans un domaine artistique ou culturel	17 %	
Artiste amateur (loisirs)	12 %	
Artiste de la relève	11 %	16 %
Autre	14 %	

Tableau 2 - DOMAINE D'ACTIVITÉ

	n = 235	2005 *
Arts visuels	59 %	63 %
Arts de la scène	23 %	7 %
Métiers d'art	16 %	6 %
Littérature	12 %	4 %
Communications	9 %	2 %
Patrimoine et muséologie	8 %	3 %
Arts médiatiques (cinéma vidéo)	8 %	1 %
Nouvelles technologies	3 %	
Ne s'applique pas (ex. employé par une MRC)	6 %	
Autre	8 %	

**Note : les résultats de 2005 pour les tableaux 1 et 2 étaient de type « une seule réponse possible »*

Les artistes professionnels représentent plus de la moitié des répondants. Ils sont suivis de loin par les travailleurs culturels et les enseignants. Les travailleurs culturels sont environ la moitié à travailler pour

¹ Voir les définitions dans le glossaire à la fin du document

une municipalité et l'autre moitié pour un organisme culturel. Ces derniers sont souvent également des artistes professionnels. Les artistes amateurs et de la relève sont relativement peu nombreux. La relève semble aussi en baisse par rapport à 2005. Ceci reflète la difficulté à les identifier et à les rejoindre plutôt qu'une baisse de leur nombre.

Les arts visuels dominent le classement, suivis de loin par les arts de la scène et les métiers d'arts. Ces derniers sont toutefois environ trois fois plus élevés qu'en 2005. On remarque la forte progression des arts médiatiques (cinéma vidéo), dont la proportion a été multipliée par dix depuis la dernière enquête.

DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

Sur les 175 répondants, 78 % sont des femmes, et 59 % ont indiqué détenir comme plus haut niveau de formation un diplôme universitaire. 18 % détiennent un diplôme collégial, et 15 % ont indiqué avoir une formation spécialisée ou être autodidactes. Les principaux domaines de formation sont les arts à 57 % et les sciences sociales à 15 %. En 2005, le plus haut diplôme obtenu était universitaire dans 50 % des cas et collégial dans 18 % des cas, ce qui indique une évolution vers une plus grande diplomation universitaire.

Tableau 3 - ÂGE DES RÉPONDANTS

	n = 175
Moins de 35 ans	8 %
35 à 44 ans	18 %
45 à 54 ans	24 %
55 à 64 ans	33 %
65 ans et plus	16 %

Note : un seul choix possible

Les jeunes sont peu représentés, et plus de la moitié des répondants sont âgés de 45 à 64 ans, ce qui est compatible avec les autres réponses indiquant qu'il s'agit souvent d'artistes à mi-carrière.

BÉNÉVOLAT

15 % des répondants ont dit être membres d'un conseil d'administration et environ le même pourcentage effectue un autre type de bénévolat.

Tableau 4 - REVENU ANNUEL BRUT ARTISTIQUE/CULTUREL ET PART DES REVENUS

n = 175	Nombre de répondants	Proportion	Le quart ou moins	Environ 50 % + environ 75 %	La totalité ou presque
Moins de 8 000 \$	89	51 %	84 %	7 %	9 %
8 000 à 15 999 \$	21	12 %	24 %	52 %	24 %
16 000 à 23 999 \$	21	12 %	38 %	24 %	38 %
24 000 à 35 999 \$	13	7 %	8 %	23 %	69 %
36 000 à 47 999 \$	12	7 %	0 %	0 %	100 %
48 000 \$ et plus	14	8 %	7 %	7 %	86 %

Note : un seul choix possible

On remarque que plus de la moitié des répondants tirent moins de 8 000 \$ de leur pratique professionnelle, et les trois quarts sont sous les 24 000 \$ (environ 2 % de plus par rapport à 2005). Seule exception : les travailleurs culturels en municipalité, dont la moitié gagne 48 000 \$ et plus.

PRÉCARITÉ

La majorité des artistes et des travailleurs culturels en organismes doit donc se tourner vers une autre source de revenus pour vivre. Ceci est confirmé par les répondants : ceux qui gagnent moins de 8 000 \$ indiquent que ce revenu constitue le quart ou moins de leurs revenus annuels. En tout, 54 % des répondants (toutes catégories) indiquent que le revenu artistique ou culturel représente le quart ou moins de leurs revenus globaux, tandis que 31 % répondent qu'il s'agit de la totalité ou presque de leurs revenus. Il y a donc peu de situations intermédiaires (15 %) : la pratique artistique génère soit une part mineure de leurs revenus, soit la totalité ou presque. Les autres sources de revenus se détaillent ainsi :

- 27 % aucun autre revenu;
- 26 % un emploi non culturel;
- 48 % d'autres sources, telles qu'une pension ou le régime des rentes (15 %), la sécurité du revenu (8 %) et l'assurance-emploi (4 %).

On remarque qu'en 2005, seulement 40 % déclaraient des sources de revenus non artistiques ou culturels, contre 73 % cette année. La crise économique de 2009, le désengagement graduel des instances publiques dans le financement des arts et une augmentation du nombre d'artistes sont des explications plausibles à ce phénomène.

En général, les artistes en arts visuels et en littérature gagnent moins que leurs confrères en métiers d'arts, en communications, en arts médiatiques et en arts de la scène. 68 % des artistes en arts visuels gagnent moins de 16 000 \$ par an. En même temps, 16 % des artistes du même domaine gagnent 48 000 \$ et plus. Seuls les gens en métiers d'art ont une meilleure moyenne avec 19 %.

DATE DE LA PREMIÈRE FORMATION REÇUE AU CCL :

Plus du tiers ont commencé à recevoir des formations avant 2005 (38 %), et un autre tiers a commencé dans la période de 2011 à 2013 (35 %). Les périodes 2008 à 2010 et 2005 à 2007 n'ont été mentionnées que par 15 % et 13 % des répondants.

NOUVEAUX INSCRITS EN 2013-2014

Durant l'année financière 2013-2014, malgré une réduction du financement, le service de formation a été très actif avec une plus grande stratégie promotionnelle, incluant les médias sociaux, des rencontres de réseautage et des partenariats. Durant cette même année, le CCL a organisé plus de formations d'introduction. Ces dernières étaient suivies de formations plus élaborées sur le même thème et étaient complétées par de l'accompagnement individuel. Cependant, avec l'enveloppe budgétaire 2013-2014, le CCL a organisé moins d'activités de formation que les années précédentes, engendrant ainsi un nombre total de participants moins élevé qu'en 2013.

Tableau 5 - MRC DE RÉSIDENCE

	n = 175	Population
La Rivière-du-Nord	26 %	21 %
Les Laurentides	19 %	8 %
Thérèse-de-Blainville	15 %	27 %
Les Pays-d'en-Haut	14 %	6 %
Deux-Montagnes	10 %	18 %
Antoine-Labelle	5 %	6 %
Argenteuil	5 %	6 %
Mirabel	1 %	8 %
Hors Laurentides	4 %	NA
Sous-groupe : St-Jérôme	17 %	12 %

Note : un seul choix possible

Les MRC du nord sont plus représentées par rapport à leur poids démographique, contrairement aux MRC situées au sud de Saint-Jérôme. Ceci s'explique en grande partie par l'accès plus facile aux services culturels offerts dans le grand Montréal aux régions limitrophes.

BESOINS DE DÉVELOPPEMENT

Tableau 6 - DURÉE DE FORMATION SOUHAITABLE

	n = 195
Journée complète	54 %
Demi-journée ou soirée (3 à 4 heures)	51 %
Conférence (1 à 2 heures)	35 %
S'étalant sur plusieurs semaines (ex. une fois par semaine ou par mois)	27 %
Deux jours	25 %
Autre (veuillez préciser) :	7 %

Les commentaires confirment la situation perçue sur le terrain, soit que la plupart des répondants manquent de temps et préfèrent des formations courtes et ponctuelles.

Tableau 7 - FORMAT DES FORMATIONS

	n = 195
Atelier pratique (mélange théorie et pratique)	63 %
Classe de maître (1 maître avec petit groupe)	61 %
« Coaching » (aide individuelle)	44 %
Mixte (ex. formation théorique de groupe, suivie d'un accompagnement individuel)	38 %
Groupe de codéveloppement (rencontre d'échanges et d'apprentissage entre pairs)	29 %
Formation à distance (ex. capsule web, usage de Skype, etc.)	26 %
Formation d'introduction (type survol de la matière)	21 %
Formation en entreprise	10 %
Autre (veuillez préciser) :	4 %

L'atelier pratique et la classe de maître dominent les préférences avec plus de 60 % chacun. On remarque que les trois premiers choix sont des formations pratiques, confirmant la préférence pour des notions immédiatement applicables dans le travail. Ceci est confirmé dans le détail des réponses : 87 % des répondants ont indiqué au moins un choix parmi ces trois types de formation pratique.

Ils apprécient également les classes de maître qui les aident à se remettre en question, à progresser dans leur art et à se développer comme créateurs.

Globalement, la plupart des formations soutiennent l'intérêt d'au moins le quart des répondants sauf pour les formations d'introduction et en entreprise. Les formations à distance (via internet) suscitent un intérêt mitigé : plusieurs artistes n'ont pas la haute vitesse et privilégient la relation interpersonnelle avec le groupe et le formateur. Également, plusieurs éprouvent certaines difficultés à utiliser l'informatique, ou en ont une connaissance très limitée.

Tableau 8 - OBJECTIFS VISÉS EN SUIVANT UNE FORMATION

	n = 195	
<i>Les répondants pouvaient indiquer jusqu'à 5 objectifs, par ordre d'importance.</i>	dans au moins un des choix	en 1er choix
Augmenter la QUALITÉ de mes réalisations professionnelles	69 %	35 %
Augmenter les revenus (de ma pratique ou pour mon organisme)	59 %	16 %
Développer de nouveaux marchés, clientèles et publics	59 %	12 %
Mieux gérer ma carrière, mes affaires ou mon organisation	53 %	15 %
Développer de nouveaux produits	42 %	5 %
Augmenter la QUANTITÉ de mes réalisations professionnelles	32 %	3 %
Faciliter le démarrage d'un nouveau projet	28 %	4 %
Réaliser une première production de niveau professionnel	15 %	5 %
Autre (svp, précisez)	7 %	5 %

La catégorie « augmenter la qualité des réalisations professionnelles » est choisie par près de 70 % des répondants, suivie de près par celle « augmenter les revenus ». La catégorie est toutefois deux fois moins citée *en premier choix* que l'augmentation de la qualité. Cette recherche de l'amélioration de la qualité des œuvres se reflète dans les commentaires de l'annexe 1, mais pas nécessairement dans les résultats du tableau 9 page 15 (formations auxquelles le répondant participerait), où le perfectionnement artistique arrive en 6^e place.

Développer de nouveaux marchés et gérer la carrière/l'organisation sont également des objectifs visés par plus de la moitié des répondants. Ces objectifs ont un impact important sur les revenus de l'artiste.

En revanche, le démarrage d'un nouveau projet et la réalisation d'une première production sont moins prioritaires, ce qui est logique pour des artistes en mi-carrière. Ces réponses sont cohérentes avec les impacts perçus des formations (voir le tableau 12 page 19) et avec les commentaires des autres questions. Il y a également corrélation avec le fait que seulement 11 % des artistes font partie de la relève professionnelle.

Tableau 9 - FORMATIONS AUXQUELLES LE RÉPONDANT PARTICIPERAIT

	n = 195	Intérêt	Sans intérêt
1- Promotion et développement		67 %	14 %
2- Communications		59 %	17 %
3- Logiciels, nouvelles technologies - SVP, précisez		55 %	22 %
4- Se présenter, se définir		54 %	25 %
5- Financement		53 %	23 %
6- Perfectionnement artistique - SVP, précisez		48 %	28 %
7- Occasions de faire des projets ou de savoir s'en occuper		46 %	26 %
8- Aspects juridiques et légaux		45 %	27 %

** Les données représentent le total des colonnes « Sûrement » et « Peut-être »*

L'intérêt premier porte sur la promotion et le développement du marché pour l'artiste ou le travailleur culturel. Le financement n'arrive qu'en 5^e place malgré son importance et le statut précaire de nombreux artistes et travailleurs culturels.

FORMATIONS EN NOUVELLES TECHNOLOGIES

Au point 3, on demandait de préciser les logiciels et nouvelles technologies souhaités. Sur les 89 suggestions faites par les participants, 45 % indiquaient un ou plusieurs logiciels, 38 % les médias sociaux, 35 % des outils internet ou l'usage d'internet. Plus précisément, le logiciel de dessin et retouche d'images Photoshop compte 25 % des mentions. D'autres logiciels de dessin et de modélisation 3D, et l'intérêt pour la photo numérique sont également cités.

La diffusion et la commercialisation par le web attirent également les participants. Les médias sociaux, dont Facebook, Twitter et LinkedIn, sont fréquemment indiqués. Viennent ensuite les outils de diffusion web : monter un site web, faire connaître ses œuvres via le web, créer un blogue, utiliser des outils comme des infolettres (Mail Chimp), Pinterest, Instagram, etc.

Le montage vidéo numérique et le traitement de la musique suscitent un bon intérêt (20 % des mentions). La gestion d'entreprise et les outils de collaboration en ligne apparaissent, mais de façon plus faible (7 %).

Parmi les tendances émergentes, soulignons que 3 % ont parlé du besoin d'en savoir plus sur la diffusion avec des appareils mobiles. L'impression 3D, la création de livres numériques, les outils de collaboration à distance sont également mentionnés.

PERFECTIONNEMENT ARTISTIQUE SOUHAITÉ

Au point 6 du tableau 9, page 15, il était également demandé de préciser le perfectionnement artistique souhaité :

<i>Compilation des thèmes des commentaires, évaluation empirique</i>	n = 112
Arts visuels	46 %
Arts de la scène	29 %
Métiers d'art	14 %
Écriture	7 %
Technologies	3 %

Rappelons que le perfectionnement artistique arrivait en 6^e place au tableau 9 page 15, ce qui est surprenant compte tenu du nombre et de la précision des commentaires sur ce thème. Les artistes savent ce qu'ils veulent comme perfectionnement artistique et en font des suggestions précises. Parmi celles-ci, près de la moitié concernent les arts visuels, avec beaucoup de suggestions sur le perfectionnement en peinture, gravure, dessin et photographie. Un peu moins du tiers des mentions touchent les arts de la scène, la majorité visant un perfectionnement de la voix (narration, diction, etc.) et la maîtrise d'instruments de musique.

Tableau 10 - PRINCIPALES CONTRAINTES LIMITANT LA PARTICIPATION AUX FORMATIONS

	n = 190
Manque de temps	46 %
Manque d'argent	36 %
Les formations ne correspondent pas à mes besoins	35 %
Difficile de m'absenter de mon lieu de travail	22 %
Les formations se donnent trop loin de chez moi	17 %
Manque de flexibilité dans les périodes de formation	13 %
Je ne ressens pas le besoin de suivre des formations	12 %
Manque d'information sur les formations offertes	5 %
Autre (veuillez préciser)	12 %

Les manques de temps et d'argent arrivent premiers. Le manque d'argent reflète plus la situation précaire des participants qu'une critique du coût, celui-ci étant un élément de satisfaction selon 64 % (voir tableau 11, page 18).

Le troisième point « Les formations ne correspondent pas à mes besoins » est un peu plus surprenant considérant les réponses aux questions précédentes (taux de satisfaction et de recommandation élevés) et à l'intérêt suscité par les formations.

Le faible nombre de personnes critiquant l'accès physique aux formations est rassurant, compte tenu de l'étendue du territoire couvert par le CCL.

PRINCIPAUX DÉFIS

<i>Compilation des thèmes des commentaires, évaluation empirique</i>	n = 138
Promotion, diffusion, financement et vente	49 %
Qualité et la capacité de production	20 %
Gestion (carrière ou organisme)	15 %
Réseautage	7 %

Les artistes et travailleurs culturels estiment que près de la moitié de leurs défis sont liés à la promotion, à la diffusion, au financement et à la vente des fruits de leur travail artistique ou culturel. Même si un de leurs premiers objectifs était l'augmentation de la qualité de leurs réalisations, ces réponses sont cohérentes avec le tableau 9, page 15, où le premier type de formation qui les intéresse porte sur la promotion et le développement.

Toutefois, ils sont peu nombreux à citer la gestion alors que ce type de contenu les intéresserait à plus de 50 % selon le tableau 8 des objectifs de formation en page 14.

IMPACT DES FORMATIONS REÇUES

Note : cette section était visible seulement par les participants ayant déjà suivi de la formation avec le CCL.

Tableau 11 - SATISFACTION DES PARTICIPANTS

	n = 103
Compétences des formateurs	72 %
Durée des formations	65 %
Coût (frais d'inscription)	64 %
Capacité d'appliquer les notions apprises	62 %
Diversité de l'offre de formation	60 %
Emplacement géographique	56 %
Réseautage (contacts)	44 %

Note : Les niveaux satisfait ou très satisfait ont été combinés

Nous n'avons pas conservé les taux d'insatisfaction parce qu'ils étaient extrêmement faibles, tous sous 8 %, représentant un total global de sept personnes sur 103. Le reste des réponses était indiqué comme « NA » (non applicable).

Parmi ceux qui ont exprimé des insatisfactions ou des suggestions d'amélioration en commentaire, 39 % ont mentionné des éléments de contenu (le niveau, l'application ou la variété), 22 % le coût et 22 % le lieu / l'accès au lieu (distance). D'autres suggestions d'amélioration portent sur le désir d'une durée plus longue et sur des contenus ou formats de formations spécifiques tels que des formations en cinéma ou en gestion d'organisme.

À la question « Recommanderiez-vous à d'autres personnes de suivre les formations du CCL? », **98 % ont répondu oui** ce qui est un taux de satisfaction exceptionnel. Ces deux points confirment que les formations sont très bien ciblées, considérant l'étendue du territoire et la variété des clientèles.

Voici un sommaire des principales raisons mentionnées pour lesquelles les personnes formées recommanderaient les formations du CCL. À noter que sept des 84 commentaires parlaient en termes élogieux de l'organisme. Ce grand nombre de réponses et ces mentions spontanées sont également des indices que le travail du CCL est très apprécié par les répondants.

<i>Compilation des thèmes des commentaires, évaluation empirique</i>	n = 84
Contenu (pertinence, qualité, variété)	42 %
Développement de l'artiste (aide à la carrière, mentions globales)	25 %
Formateurs (qualité, professionnalisme)	19 %
Réseautage	10 %
Autres	4 %

Tableau 12 - IMPACTS PERÇUS SUITE AUX FORMATIONS SUIVIES AVEC LE CCL

	n = 103	Augmenté	Inchangé	NA
L'intérêt pour la discipline artistique		30 %	19 %	43 %
Le temps consacré à la pratique		22 %	22 %	46 %
Les contrats ou les opportunités		17 %	29 %	47 %
La clientèle ou l'audience		16 %	27 %	46 %
Le financement public		9 %	17 %	66 %
Le financement privé		4 %	22 %	64 %

Note : la colonne « Diminué » a été retirée, tous les résultats étant de 3 % ou moins.

Le principal impact perçu est l'augmentation de l'intérêt pour la discipline artistique, suivi par le temps consacré, les opportunités et la clientèle. On note des taux élevés de « Inchangé » et de « NA », ce qui semble montrer que les impacts sont plus ou moins perçus par les participants, particulièrement en ce qui a trait au financement, qu'il soit public ou privé. Les travailleurs culturels en organisme ont toutefois noté un impact plus important des formations sur le financement de leur organisme.

Dans un prochain sondage, il serait utile de reformuler cette question et d'y ajouter « Améliorer la qualité de la production », qui a été cité six fois dans les commentaires.

Note : fin de la section visible seulement par les participants ayant déjà suivi de la formation avec le CCL.

RECOMMANDATIONS

1. INTÉGRATION

Continuer à bonifier l'offre d'outils et de contenus de formation pour aider l'artiste à intégrer et valoriser ses multiples rôles, comme ceux d'entrepreneur, de gestionnaire de projet, de responsable du développement de ses revenus, etc. Déjà bien couverts par le CCL, les besoins principaux dégagés par l'enquête sont :

- mieux vendre ses œuvres, connaître sa valeur marchande, innover dans le financement;
- bien utiliser l'internet pour sa promotion : site web, médias sociaux, applications mobiles, etc.;
- savoir faire appel aux bonnes ressources;
- gérer et déléguer en tant qu'entrepreneur.

Augmenter les activités complémentaires pouvant être intégrées aux formations. Ceci en accroîtrait l'intérêt perçu tout en multipliant les impacts. De plus, elles auraient pour effet d'élargir la clientèle du CCL en lui faisant une belle visibilité en dehors des cercles habituels. Exemples :

- continuer les partenariats afin de présenter certains services ou organismes en introduction ou en fin de formation, et inviter ces partenaires à faire connaître les services du CCL auprès de leurs contacts;
- profiter d'une formation pour lancer un projet et inviter des diffuseurs;
- compléter un évènement couru par des formations aux thèmes similaires, par exemple un symposium de peintures en invitant des artistes connus pour des classes de maître.

2. PROMOTION, DIFFUSION ET FINANCEMENT

Intégrer l'aide au réseautage comme objectif complémentaire des activités de formation. Exemples :

- publiciser l'occasion de réseautage avec la formation et suggérer aux participants d'apporter leur carte professionnelle;
- formaliser et automatiser la diffusion de la liste des participants après la formation, en intégrant l'accord ou le refus à cette diffusion dans le formulaire d'inscription aux activités. Par exemple, des services internet d'inscription à des formations comme Eventbrite donnent le choix aux participants de faire connaître leur présence aux autres participants et de diffuser l'information sur les médias sociaux;
- prévoir des exercices brise-glaces permettant aux participants de mieux se connaître comme l'exercice « *Trouver les points communs en équipe* »;

- demander au formateur d'inclure le réseautage dans son contenu et d'y réserver du temps spécifique, par exemple pour inclure les exercices mentionnés plus haut, les rappels de participer aux prochaines activités de réseautage, etc.;
- proposer de nommer un responsable du groupe à la fin de la formation qui constituera une liste officielle de participants et qui les contactera. Ce processus permettra de mettre en branle des rencontres selon l'intérêt ou les besoins des participants suite à la formation. Si les rencontres débouchent sur des projets précis, le CCL pourrait par la suite offrir un soutien à la concertation (avec son service de développement) ou un local de rencontre (au CCL), ou tout autre service faisant partie de la mission du CCL. Ce dernier point favorise également la collaboration et répond aux demandes des participants au sondage d'avoir plus de suivis après formation.

3. DÉVELOPPEMENT DE CARRIÈRE ET DES ORGANISMES

Cerner les besoins plus précis en service pour faire progresser la carrière. Exemples :

- accompagnement individuel (ex. mentorat);
- services-conseils en développement de carrière;
- diagnostic d'organisme culturel et accompagnement sur mesure en entreprise;
- groupes de codéveloppement.

Développer des partenariats, par exemple un projet pilote pour tous, inspiré de celui qui se fait avec les huit Carrefour Jeunesse Emploi des Laurentides et qui est destiné aux jeunes artistes émergents. Ce projet permet d'identifier parmi les participants à leurs programmes ceux qui ont une pratique artistique ou culturelle et de leur faire connaître les ressources et orientations possibles. Ce projet de boîte à outils pourrait être adapté aux artistes professionnels et de la relève professionnelle.

Offrir des services complémentaires :

- Développer un soutien financier au développement des compétences pour les artistes à faible revenu.
- Impliquer les gérants d'artistes en tant que partenaires naturels et sources privilégiées d'informations sur les besoins des artistes.

4. BESOINS DE FORMATION

En plus des suggestions présentées au point 1 sur l'intégration des différents rôles de l'artiste, continuer à bonifier l'offre de formation et de services favorisant l'autonomie financière, entre autres :

- revenus autonomes;
- financement public ou privé;
- sociofinancement.

Continuer à offrir des formations relativement courtes et axées sur la pratique, par exemple les classes de maître, très appréciées par les répondants.

Clarifier les besoins des participants :

- mieux cerner les niveaux attendus par les participants, éventuellement au moyen d'un petit questionnaire envoyé par le CCL ou rempli avec le formateur avant la tenue de la formation;
- poursuivre la personnalisation des formations, selon les niveaux et besoins de certains sous-groupes différents : travailleurs culturels, artistes de la relève, etc.;
- continuer à tenir compte des incohérences entre les besoins réels et perçus, en favorisant une diffusion préalable d'informations expliquant les tendances émergentes, comme le sociofinancement, l'art public, la médiation culturelle, le tourisme culturel, les tendances informatiques, les ateliers en milieu scolaire et en entreprise, les projets régionaux, etc.

Continuer à être en avance et à développer l'offre de formation concernant les nouvelles technologies : Photoshop, médias sociaux, usage du web, etc. Ceci autant dans l'optique de la création artistique que dans celle de la promotion et de la diffusion des œuvres.

Offrir en projet pilote de courtes formations d'introduction en ligne pour en évaluer le potentiel. Elles pourraient être développées en collaboration avec d'autres organismes ou régions ayant du matériel existant afin d'assurer un coût très accessible, ce qui répondrait aux préoccupations des participants à ce sujet. Ces formations donneraient un avant-goût et inciteraient les gens à s'inscrire par la suite à des formations plus approfondies. Ce fonctionnement aurait pour effet de favoriser les échanges avec d'autres organismes ayant pu créer ce type de formation, et à augmenter la clientèle du CCL, autant dans les Hautes-Laurentides que les Basses-Laurentides.

Développer l'offre d'outils de collaboration : entre artistes, avec les ressources locales, nationales, etc. Par exemple :

- Offrir des formations sur la gestion de projets de groupe disciplinaire ou multidisciplinaire, sur la réalisation de projets en collaboration avec les municipalités, etc.;
- Offrir des formations sur les outils de collaboration traditionnels (ex. brainstorm) ou en ligne (ex. Google Drive, Wikis, Mindmappings) ou intégrer ce thème à d'autres contenus de formation;
- Poursuivre les partenariats permettant le partage de formations ou d'outils existants avec les membres du CQRHC (Conseil québécois des ressources humaines en culture), comme les conseils régionaux de la culture et les associations nationales.

CONCLUSION

Les artistes et travailleurs culturels ont des besoins variés. Leur haute satisfaction envers le CCL (98 % d'entre eux recommanderaient les formations à leurs collègues) confirme que le CCL est apprécié et que les formations sont pertinentes, malgré une clientèle diversifiée. Celle-ci veut continuer à profiter d'une offre de formation variée, abordable, bien adaptée à ses besoins et axée sur la pratique.

Malgré des avis partagés concernant les impacts, les différents commentaires recueillis au fil de l'enquête quantitative et dans les discussions des groupes témoin démontrent que le CCL fait une réelle différence dans le dynamisme artistique et culturel des Laurentides. Ses formations et services favorisent déjà directement l'évolution, la réussite des artistes et travailleurs culturels, et contribuent à les faire connaître et à ce qu'ils puissent vivre de façon croissante de leur art. Il aide également le milieu à intégrer cette grande richesse collective.

Au fil du temps, le CCL a su développer de bonnes relations avec ses partenaires et leur démontrer le bien-fondé du projet MFOR pour le milieu culturel. Année après année, le financement obtenu est un atout précieux qui permet d'offrir un service à la clientèle et des formations de grande qualité.

La grande crédibilité du CCL et l'engagement de ses membres à son égard constituent également des leviers puissants. Le rôle du CCL doit être renforcé et élargi afin d'aller plus loin que l'acteur déjà incontournable qu'il est devenu dans la formation continue. Il est déjà un modèle en s'associant aux partenaires régionaux, il peut continuer à développer cet aspect et devenir le centre d'une synergie artistique et culturelle régionale. Il possède tous les éléments essentiels pour contribuer à l'émergence du Québec de demain : plus collaboratif, plus artistique, plus innovateur.

De tout temps, ce sont ces gens créatifs qui ont rêvé et initié les changements qui façonnent notre histoire. Cet élan, déjà visible, est réalisable, en belle partie grâce aux travailleurs culturels et artistes présents sur le territoire.

GLOSSAIRE

Artiste professionnel : Selon la loi du statut de l'artiste L.R.Q., c.S-32-01 et c.S-32.A, le statut d'artiste professionnel, le créateur du domaine des arts visuels, des métiers d'art ou de la littérature qui satisfait aux conditions suivantes : il se déclare artiste professionnel, il crée des œuvres pour son propre compte, ses œuvres sont exposées, produites, publiées, représentées en public ou mises en marché par un diffuseur et il a reçu de ses pairs des témoignages de reconnaissance comme professionnel, par une mention d'honneur, une récompense, un prix, une bourse, une nomination à un jury, la sélection à un salon ou tout autre moyen de même nature.

Artiste de la relève : Artiste professionnel ou en voie de professionnalisation qui compte 2 à 5 années de pratique dans sa discipline, en contexte professionnel.

Artiste émergent : Artiste qui commence sa carrière professionnelle, mais n'a pas encore franchi les étapes de la relève.

Travailleur culturel : Toute personne qui, de quelque façon que ce soit, prend part ou s'initie par la pratique aux exigences et aux responsabilités d'un emploi dans les différents milieux du domaine de la culture.