

Les arts à l'ère numérique - analyse documentaire

Rapport final

Préparé par :

Nordicity

Préparé pour

Conseil des arts du Canada

12 août 2016



Table des matières

Nordicity	1
Conseil des arts du Canada	1
Table des matières	2
Résumé	i
1. Introduction	1
1.1. Organisation du rapport	1
1.2. Objectifs, but et portée	1
1.3. Contexte au sein du Conseil des arts du Canada	2
1.4. Pertinence du projet à l'égard des initiatives du Conseil des arts du Canada	4
1.5. Démarche, méthode et limites	4
2. Contexte – L'état du numérique dans la société et dans les arts	5
2.1. Incidence généralisée du numérique dans la société	6
2.1.1. Égalité d'accès	8
2.2. Le numérique en tant qu'élément perturbateur et plateforme pour de nouvelles perspectives	9
2.2.1. Création et conservation de contenu dans le monde des arts	11
2.2.2. Restructurer l'organisme artistique	12
2.3. L'utilisation de la technologie dans les arts	13
2.4. Défis pour les organismes de financement	15
3. Fondements stratégiques d'une attention particulière au numérique	16
3.1. Stratégies numériques nationales et multi-administrations	16
3.1.1. La place des industries des arts et de la création dans les stratégies numériques	17
3.1.2. Conclusions concernant les stratégies numériques nationales et les arts	18
3.2. Émergence du thème numérique dans les politiques et les stratégies sur les arts	18
3.2.1. Plans numériques au Québec et en Belgique	19
3.2.2. Stratégies numériques des organismes de financement des industries artistiques et culturelles	20

3.3. Résumé des stratégies numériques dans les arts	21
4. Stratégies, programmes et initiatives appuyant l'adoption du numérique	22
4.1. Le numérique dans la création artistique	24
4.1.1. Exemples de programmes de soutien à la création	24
4.1.2. Facteurs à prendre en considération concernant la technologie numérique et la création	27
4.2. Stratégies et programmes pour l'innovation et la R-D	28
4.2.1. Exemples de programmes de soutien à l'innovation	29
4.2.2. Facteurs à prendre en considération concernant la technologie numérique et l'innovation dans les arts	31
4.3. Accès numérique aux publics et marchés	32
4.3.1. Exemples de programmes de soutien à l'accès	33
4.3.2. Facteurs à prendre en considération concernant la technologie numérique et l'accès aux œuvres	36
4.4. Renforcement des capacités numériques des organismes artistiques	36
4.4.1. Exemples de programmes de soutien au renforcement des capacités	37
4.4.2. Facteurs à prendre en considération concernant la technologie numérique et le renforcement des capacités	40
4.5. Le numérique pour promouvoir la diversité et l'inclusion sociale par les arts	42
4.5.1. Exemples de programmes faisant la promotion de la diversité et de l'inclusion sociale	42
4.5.2. Facteurs à prendre en considération concernant la technologie numérique et l'inclusion sociale	44
5. Pratiques, précédents et conclusions	44
5.1. Forme d'art numérique par opposition à œuvre d'art à l'ère numérique	45
5.2. Est-ce suffisamment numérique?	45
5.3. Effet de démonstration	45
5.4. Engagement des organismes artistiques envers leurs membres	46
5.5. Mesures d'efficacité	46
5.6. Transition ou transformation?	47

5.7. Modèles de programmes de rechange	47
5.7.1. Programmes qui encouragent l'utilisation du numérique et d'autres technologies dans la démarche créatrice et dans l'expérimentation	47
5.7.2. Programmes qui encouragent le renforcement des capacités	47
5.7.3. Programmes qui stimulent l'innovation dans la réingénierie des processus, les modèles de gestion et les stratégies axées sur le client, c.-à-d. la transformation	48
5.8. Conclusions à soumettre à l'examen du Conseil	50

Résumé

Les industries des arts et de la création — tout comme celles des banques, des soins de santé et du transport, ou même de la restauration et du magasinage – évoluent toutes dans un contexte de bouleversement numérique, une ère numérique. Pour les artistes et les organismes artistiques, l'ère numérique signifie plus que des technologies et des plateformes. Ce sont de nouvelles façons de travailler, quelles que soient les contraintes de temps et d'espace, d'éliminer les distinctions qui existaient avant l'ère numérique entre les créateurs et les publics, de mettre au point des formes artistiques immersives et participatives. En outre, pour pouvoir tirer pleinement profit du potentiel de l'ère numérique, les artistes et les organismes artistiques doivent pouvoir créer et transformer des œuvres, les commercialiser et les diffuser, innover sans cesse et fonctionner de façon créative – avec le soutien de politiques, lois et programmes pertinents et opportuns. En fait, ils doivent s'adapter et même se renouveler afin de fonctionner de façon efficace dans un monde numérique.

Le présent rapport a été préparé par Nordicity et commandé par le Conseil des arts du Canada. Il explore la façon dont les artistes, les organismes artistiques et les organismes de soutien aux arts du Canada et d'ailleurs dans le monde se sont adaptés à l'ère numérique et ont aidé à la façonner. Il tient compte de l'incidence des technologies numériques sur les arts et situe ces développements dans le contexte du plan stratégique du Conseil, *Façonner un nouvel avenir : 2016-2021*, et des ambitions du Conseil au chapitre du numérique. Il examine ensuite les stratégies numériques, de même que les stratégies numériques dans les arts, adoptées par certaines administrations de premier plan au Canada et ailleurs dans le monde. De ces stratégies émanent les programmes et initiatives visant à appuyer l'adoption du numérique dans la création artistique, l'innovation, la diffusion, le renforcement des capacités et l'inclusion sociale. Ces programmes et initiatives sont examinés dans une section ultérieure du rapport. Finalement, le rapport aborde les leçons et répercussions possibles pour le Conseil.

Le rapport s'appuie sur une analyse documentaire approfondie ainsi que sur des entrevues auprès d'organismes de financement des industries des arts et de la création d'un peu partout dans le monde. Il est complété par un projet jumeau (également réalisé par Nordicity) qui consiste en un sondage auprès des artistes, des professionnels des arts et des organismes artistiques quant à leur utilisation des technologies numériques et quant à leurs capacités numériques. Le rapport constitue un examen de la façon dont les organismes et les bailleurs de fonds ont relevé les défis de l'ère numérique, mais ne se veut pas une analyse exhaustive de la transformation du secteur des arts. Il examine la stratégie, la politique et l'administration qui se rapportent à la fois aux industries des arts et de la création, mais l'accent est mis sur des stratégies et programmes à l'intention des arts – artistes et organismes artistiques.

Le rapport, tout comme le sondage, devrait fournir au Conseil de la documentation et des modèles utiles à prendre en considération dans la mise en œuvre de ses politiques, programmes et processus. Il présente des conclusions à soumettre à l'examen du Conseil, sans toutefois être un plan de mise en œuvre ou une feuille de route. Il s'agit d'un examen d'autres administrations dans le but de fournir une documentation destinée aux délibérations internes du Conseil sur la façon d'aider les artistes et organismes artistiques canadiens à relever les défis et donner suite aux perspectives de la technologie numérique.

Transformation numérique et perturbation dans la société

Plusieurs macro-tendances façonnent la société et le milieu où évoluent les artistes et les organismes artistiques. Le terme perturbation a été introduit par le professeur Clay Christensen de la Harvard Business School pour caractériser l'incidence des nouvelles technologies qui ont permis à certaines entreprises de remettre en question les modèles de fonctionnement d'autres

« Les changements sociaux et techniques mettent de plus en plus en valeur l'importance des connaissances, de la créativité, de la culture et des arts dans l'économie, tandis que les technologies numériques et autres font disparaître les contraintes de la distance et du temps pour ce qui est de participation aux arts.

- Hasan Bakhshi, Radhika Desai and Alan Freeman, *Not Rocket Science: A Roadmap for Arts and Cultural R&D*, 2010.

entreprises en activité sur le marché. Le terme est devenu une façon de décrire l'effet perturbateur sur des entreprises traditionnelles de l'adoption de nouveaux processus rendus possibles par de nouvelles technologies plus simples, moins coûteuses ou plus pratiques que les produits et processus courants. Fondamentalement, la perturbation est le résultat de l'exploitation de la technologie pour créer de nouveaux modèles de fonctionnement.¹ Les perturbations suivantes influent sur de nombreux secteurs de l'économie et la société :

- **La prolifération d'appareils mobiles** a renforcé le mouvement vers un contenu et des communications disponibles en tout temps et partout. La prolifération des applications, plateformes et systèmes d'exploitation qui façonnent la manière dont les utilisateurs communiquent le contenu et interagissent avec ce dernier constitue un corollaire au mouvement vers une utilisation accrue du contenu sur les appareils mobiles. Les créateurs de contenu doivent concevoir ce dernier en conséquence.
- **La transformation de l'engagement du public**, où les « consommateurs » de contenu auparavant passifs sont devenus des cocréateurs actifs de contenu numérique, de même que des participants à ce contenu, et des milieux dans lesquels le contenu est consommé. De plus, les médias sociaux sont devenus la plateforme de mobilisation, un environnement qui transforme les façons pour l'artiste et les organismes artistiques de créer des liens avec le public.
- **L'économie de partage et la désintermédiation** perturbent les modèles de fonctionnement traditionnels des secteurs du tourisme, du transport et d'autres secteurs; les distinctions traditionnelles entre les entrepreneurs et les employés; et les travailleurs occasionnels par rapport aux employés à temps plein ou partiel.
- **Les mégadonnées résultant de la croissance massive de la capacité de traitement** de même que le développement et le déploiement de technologies de mesure. Les données, une fois saisies, stockées, analysées et présentées, constituent une valeur, et les analyses

¹ <https://techcrunch.com/2013/02/16/the-truth-about-disruption/>

numériques transforment la façon dont les entreprises gèrent leurs ressources humaines et matérielles, comprennent leurs clients et élaborent de nouvelles stratégies et initiatives.

- **La répartition inégale de l'infrastructure numérique et l'accès** pour toute la population, où les « nantis » vivant en milieu urbain, instruits, au revenu supérieur peuvent participer plus pleinement à l'ère numérique que les « moins nantis » vivant en milieu rural, moins instruits, au revenu moins élevé.

L'étude relève l'incidence de ces tendances sur certaines industries, à savoir celles des services financiers, des soins de santé, du transport, ainsi que du divertissement et des médias. Il existe des chefs de file et des traînants, des perspectives et des menaces, dans toute l'économie et la société, et le secteur des arts n'est pas le seul aux prises avec les implications des technologies numériques. Parallèlement, plusieurs phénomènes numériques influent profondément sur les secteurs des industries des arts et de la création, dont les suivants :

- **Découvrabilité** – des centaines d'heures de vidéo téléchargées sur YouTube chaque minute; des millions de musiciens en herbe téléchargent leur musique sur des plateformes semblables; les milliers de livres publiés chaque année au Canada seulement et la facilité d'utilisation de nouveaux logiciels ont permis l'expansion rapide de l'auto-édition. Ainsi, les créateurs doivent relever des défis plus grands pour atteindre les publics, ou pour être découverts, dans un monde du contenu surpeuplé. Ils sont aussi en présence de nouveaux gardiens, les principaux étant les géants internationaux de la technologie ou les détaillants internationaux, plutôt que l'éditeur local, la station de radio ou le réseau de télévision d'aparavant. Les artistes et les organismes artistiques sont touchés indirectement par tout ce qui concerne leurs industries de la création, et ils doivent explorer de nouvelles façons de toucher le public, souvent en travaillant avec de nouveaux genres d'intermédiaires.
- **Le rôle changeant des intermédiaires, conservateurs et programmeurs** – les intermédiaires traditionnels entre les artistes et les publics comprennent notamment les galeries, les librairies, les salles de spectacle ou les cinémas. Par contre, étant donné que les publics ont de plus en plus la capacité de choisir leur propre contenu, et cherchent un contenu sur des appareils et plateformes multiples au moment qui leur convient, les artistes et organismes artistiques ont dû réagir à de nouveaux intermédiaires tels les moteurs de recherche, les applications, les services de diffusion audio et vidéo, les détaillants de livres en ligne ou les options de téléchargement sur demande.
- **Œuvres multiformats et transmédia** – dans certaines disciplines, les créateurs essaient d'attirer les publics en ligne et hors ligne, par exemple en publiant des livres électroniques et imprimés, ou en réalisant des vidéos qui peuvent être visionnés dans des formats verticaux et horizontaux. Ce genre de création comporte un coût, tant financier que sur le plan de l'infrastructure et des compétences.
- **Médias sociaux** – comme moyen de créer des liens avec le public et comme moyen de diffuser un contenu. La présence des artistes et des organismes artistiques sur les médias sociaux doit être maintenue et mise à jour régulièrement. Bien que cette activité comporte un coût, les créateurs à la fine pointe dans le domaine du numérique peuvent également tirer avantage des médias sociaux pour sensibiliser à leur contenu et créer des communautés d'utilisateurs et de cocréateurs.
- **Des sources de financement diversifiées, notamment le financement collectif** – pour créer leur capacité numérique, introduire les mises à niveau nécessaires, entreprendre de nouveaux projets numériques ou consolider leur base de financement, certains artistes et

organismes artistiques se tournent vers le financement numérique, ou financement collectif. Les avantages : les artistes et les organismes artistiques peuvent s'appuyer sur leurs publics et communautés d'utilisateurs ou les améliorer, et créer un engouement à l'égard de leurs projets à venir. Les désavantages : le financement collectif est de façon générale (quoique pas exclusivement) destiné à des projets ou initiatives uniques, ce qui complique la tâche à long terme de maintenir des compétences, une capacité et des connaissances numériques.

- **Réalité virtuelle et augmentée** – depuis les jeux pour téléphone intelligent jusqu'aux expériences théâtrales, les simulations immersives et les améliorations produites par ordinateur qui interagissent avec des personnes et leur environnement trouvent des applications dans l'ensemble des disciplines artistiques.

Comment les artistes et organismes artistiques utilisent les technologies numériques

Dans une certaine mesure, les technologies numériques imprègnent le secteur des arts, que ce soit par des courriels ou des communications sur appareil mobile, des sites web et des médias sociaux pour sensibiliser, ou par des logiciels destinés à la gestion organisationnelle. Au-delà des opérations d'arrière-guichet, de nombreux artistes et organismes artistiques ont exploité la technologie numérique afin de transformer de façon fondamentale la démarche créatrice, d'engager le public et les cocréateurs, et d'améliorer les processus administratifs. Exemple :

- **Le numérique comme moyen de création** : innover grâce à des projets de nouveaux médias tels que l'événement galerie en ligne/espace de clavardage et réalité mixte, *CyberPowWow* de [Skawennati](#); une poupée de papier/journal chronologique, *Imagining Indians in the 25th Century*; et *TimeTraveller™*, un projet multiplateforme présentant neuf épisodes machinima;
- **Le numérique comme façon de repenser la distribution** : accroître la visibilité des films et vidéos indépendants canadiens sur de multiples plateformes et au sein de nombreuses communautés, tout en innovant les façons d'accéder aux œuvres cinématographiques, vidéo et médiatiques, de les rechercher et de les conserver. VUCAVU regroupe les collections de huit distributeurs d'œuvres d'art médiatiques au Canada et son catalogue s'étend sur 45 années de création, allant d'œuvres cinématographiques et vidéos créées au moment de la naissance de l'art canadien de l'image en mouvement jusqu'à des œuvres contemporaines;
- **Le numérique comme aide à l'efficacité opérationnelle** : rationaliser les opérations d'arrière-guichet, comme à l'aide de CultureJuice, un produit issu de la collaboration de quatre salles de spectacles d'Édimbourg avec un fournisseur de technologie pour créer un site web et une application mobile destinés aux jeunes et aux jeunes professionnels permettant d'acheter des billets à prix réduit et d'assister à des événements dans les quatre salles.

Quels sont les obstacles pour d'autres artistes et organismes artistiques qui suivent cette voie? Des études réalisées au R.-U. et aux É.-U. font valoir des questions de culture numérique, de financement, de compétences, d'infrastructure technique et de stratégie organisationnelle. Les programmes et initiatives en place dans un éventail d'administrations décrits dans le présent rapport ont cherché à résoudre ces problèmes.

Stratégies numériques

De nombreux pays, dont le Canada, le R.-U., la France, la Suède, l’Australie, la Nouvelle-Zélande, Singapour, l’UE et d’autres ont publié des stratégies numériques nationales. De façon générale, ces stratégies adoptent un point de vue global des technologies numériques et de leurs applications aux soins de santé, à l’éducation, à l’économie de l’innovation et à de nombreux autres secteurs touchés par le numérique. Cependant, ces stratégies ne portent généralement pas sur les arts. Si les industries de la création ou le contenu artistique sont pris en considération, la discussion a tendance à se limiter à la conservation numérique de la culture matérielle, aux droits de propriété intellectuelle et au potentiel de la mobilisation en ligne dans le cadre des processus de consultation du public.

Le Québec et la Fédération Wallonie-Bruxelles ont examiné des plans de culture numérique (le Québec a déjà publié son plan, la Fédération est en train d’élaborer le sien) pour tenir compte de la création numérique, de la diffusion et de l’innovation dans les industries des arts et de la création. À cette fin, le gouvernement du Québec, souvent par l’entremise de ses organismes culturels et d’autres partenaires, a lancé plus de 50 initiatives ciblant les arts, les industries culturelles, les musées et les archives.

Bien que des plans culturels numériques soient rares, des organismes artistiques et de financement de la culture ont intégré des aspects numériques à leurs plans et visions stratégiques. Ces stratégies doivent prendre en compte deux approches discernables : Premièrement, les organismes de financement des arts tels le Arts Council England (ACE) et Creative Scotland adoptent une approche « horizontale » des technologies numériques : le numérique est une question transsectorielle qui touche à la totalité de leurs stratégies et programmes, et les programmes de financement ouverts ont fragmenté les modèles de financement propres à une discipline employés antérieurement. Une approche plus « verticale » a été adoptée par le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) et par les organismes de développement de l’industrie de la création, notamment la Société de développement de l’industrie des médias de l’Ontario (SODIMO). Les plans stratégiques de ces organismes comportent des objectifs précis concernant le volet numérique et celui du financement spécifique visant à encourager l’adoption du numérique dans leurs secteurs. De façon générale, les deux approches abordent certains thèmes clés, à savoir :

- utiliser les technologies numériques dans le développement et la création de nouvelles œuvres;
- appuyer l’innovation dans les industries des arts et de la création;
- permettre un plus grand accès aux œuvres créatives et leur diffusion grâce aux technologies numériques;
- renforcer la capacité organisationnelle des organismes artistiques et de création grâce aux technologies numériques;
- renforcer l’inclusion sociale par le numérique.

Par conséquent, ces thèmes clés constituent les catégories en vertu desquelles nous décrivons les programmes de financement des industries des arts et de la création qui se rapportent au numérique.

Organismes de financement de programmes et d’initiatives numériques des industries des arts et de la création

Nordicity a examiné quelque 20 programmes et initiatives de financement au Canada, au R.-U., en France, dans les pays nordiques et aux É.-U. afin de recenser les approches novatrices ou instructives

pour rapprocher les arts et les technologies numériques (voir à l'annexe 3 un résumé des programmes internationaux examinés).

- Pour ce qui est de l'utilisation du numérique pour la **création**, nous avons examiné le Programme de production à micro-budget de Téléfilm Canada, qui soutient financièrement des projets depuis le stade du développement jusqu'à la commercialisation et la diffusion. Parmi les autres programmes explorés, mentionnons le Fonds SCAN de la France, qui appuie les projets d'arts numériques qui réunissent des artistes, des chercheurs et des techniciens; et Grants for the Arts, d'ACE, des subventions ouvertes qui financent des projets de diverses disciplines et activités.
- Pour ce qui est de **l'innovation et de la recherche-développement** (R-D), nous avons exploré le New York State Council for the Arts et le Nordic Culture Fund, dont les initiatives stimulent de façons intéressantes la prise de risques en création; le Digital R&D Fund du R.-U., qui stimulait le développement de publics et la culture numérique au sein des organismes artistiques; et le Lab culturel du Québec, qui a documenté les leçons tirées d'un éventail de petits projets d'innovation en arts.
- En ce qui a trait à l'utilisation de technologies numériques pour le développement des publics et la commercialisation, nous avons examiné une branche du Dispositif pour la création artistique numérique et multimédia (DICRÉAM) de la France, qui appuie la création, l'exposition et la diffusion d'œuvres d'art numérique, le Fonds pour les produits multimédias interactifs numériques de la SODIMO; le portail culturel lancé par Télé-Québec, La Fabrique culturelle, et l'initiative du British Council visant à renforcer les relations culturelles avec l'Inde par l'entremise du programme UK-India 2017 Digital.
- On explore le **renforcement des capacités** par des initiatives de mesure des arts lancées par ACE et DataArts (aux É.-U.). Pendant qu'ACE encourage des organismes du portefeuille national à recueillir, partager et utiliser les données sur les publics, DataArts fournit aux organismes artistiques américains les données financières et relatives aux programmes recueillies dans le cadre d'un sondage. Au R.-U., The Space est pris en compte pour son nouveau rôle dans la prestation de conseils et d'expertise aux artistes naviguant dans les espaces numériques, tandis qu'au Canada, le Conseil des ressources humaines du secteur culturel appuie l'acquisition de compétences et de connaissances. Finalement, l'Australian Cultural Fund offre un exemple intéressant de financement collectif pour les arts.
- Le potentiel des technologies numériques dans les arts pour promouvoir **l'inclusion sociale** est pris en considération pour les communautés autochtones et éloignées (Scènes ouvertes, au Québec) et pour les jeunes (TTS.Digital de Creative Scotland). Nous examinons aussi la façon dont le programme de production à micro-budget appuie les créateurs autochtones et de langue officielle en situation minoritaire.

Observations tirées de cet examen

Grâce à l'analyse documentaire et aux entrevues, ainsi qu'à notre analyse des programmes susmentionnés, nous en sommes arrivés à un certain nombre de facteurs à prendre en considération par le Conseil dans son examen de sa propre stratégie numérique.

Premièrement, la **culture numérique** a constitué un obstacle et un vecteur pour les organismes artistiques et les organismes de financement des arts.² Dans le cadre de la présente étude, les organismes artistiques qui maîtrisent le numérique peuvent être des partenaires pour d'autres organismes artistiques et, ainsi, permettre un processus d'acquisition de compétences et d'apprentissage collectif. Par contre, là où le financement pour les technologies numériques est disponible, les organismes artistiques gênés par une absence de culture numérique n'ont pas été en mesure de mettre sur pied des projets vraiment novateurs. Pour corriger cette absence de culture numérique, il faut des organismes de financement des arts très compétents pour orienter les demandeurs de fonds vers des partenaires éventuels, des plateformes et des ressources numériques.

Deuxièmement, les problèmes de **souplesse administrative et de rapidité** de la part de l'organisme artistique étaient récurrents. Le défi pour les administrateurs de programmes artistiques consiste à concevoir des politiques et des lignes directrices suffisamment ouvertes pour permettre de mettre en œuvre des projets véritablement novateurs, mais qui permettent d'éliminer les projets qui proposent des utilisations moins novatrices du numérique. En outre, compte tenu de la vitesse à laquelle la technologie évolue et les innovations se produisent, il faut des administrateurs de fonds qui réagissent rapidement aux demandes. Cependant, au cours des premières années d'un programme, il est également important pour les administrateurs de fonds de prendre le temps d'expliquer leurs attentes et leurs intentions concernant le programme, et d'aider à orienter les demandeurs dans le processus.

Troisièmement, il y a eu de nombreuses initiatives visant à appuyer l'innovation dans les arts, et de nombreuses « leçons apprises » utiles qui pourraient être communiquées à la communauté artistique et aux organismes de financement des arts. Ces « leçons apprises » peuvent être saisies dans des évaluations de programmes, ainsi que dans des évaluations de projets mises à la disposition de la communauté artistique dans son ensemble, et lors d'ateliers, de séminaires et en ligne. Ces leçons peuvent porter sur la gestion de projets, la façon de trouver des partenaires dans le domaine de la technologie ou de la recherche, de trouver du personnel qualifié dans le domaine numérique, d'élaborer des stratégies appropriées de développement des publics, ou de chercher du financement.

Quatrièmement, certains organismes de financement des arts ou d'autres organismes publics ont appuyé la mise au point de **plateformes uniques, partagées pour la diffusion numérique**, notamment des portails web. Par contre, en même temps, ces plateformes doivent compléter et non dédoubler des plateformes bien établies comme YouTube, Vimeo ou d'autres.

Cinquièmement, le fait qu'une **grande partie du financement des arts repose sur des projets** peut présenter des **défis** pour les organismes artistiques qui cherchent à développer, élargir ou améliorer leurs infrastructures numériques actuelles. Les organismes financés peuvent utiliser une partie des fonds provenant de leurs projets créatifs pour acquérir de l'équipement ou une technologie qui est reliée au projet, mais il est difficile pour ces organismes de créer une capacité numérique cohérente,

²L'université Cornell définit la culture numérique comme étant « la capacité de trouver, d'évaluer, d'utiliser, de partager et de créer un contenu à l'aide de technologies de l'information et d'Internet ». Voir <http://www.teachthought.com/pedagogy/literacy/the-definition-of-digital-literacy/>. Pour la présente étude, la notion de culture numérique est plus avancée : nous supposons que les organismes artistiques et les organismes de financement des arts sont en mesure d'utiliser les technologies numériques, mais pas nécessairement au niveau requis pour créer des œuvres d'art numérique, mettre en œuvre des solutions logicielles concernant des fonctions opérationnelles comme la gestion des relations avec la clientèle (GRC), entreprendre des campagnes de commercialisation numérique ou exploiter le plein potentiel des médias sociaux afin de créer des communautés de cocréateurs et d'utilisateurs engagés.

uniforme pour un grand nombre de ces projets. Les organismes artistiques possédant une solide stratégie numérique qui comporte des objectifs échelonnés, des logiciels et des plateformes uniformes et une sensibilisation aux compétences nécessaires semblent mieux gérer leurs projets.

Sixièmement, certains organismes de financement constatent que les avantages de créer des programmes plus inclusifs peuvent être considérables, pour la communauté artistique comme pour les organismes de financement. Les communautés exclues ou marginalisées, lorsqu'on leur offre les ressources pour utiliser des technologies numériques de façon créative, peuvent offrir de nouvelles perspectives à l'égard des publics et de la démarche créatrice. Par contre, ces communautés doivent collaborer à la conception et à la réalisation des programmes qui les appuient.

Septièmement, des **mesures de l'efficacité** de ces programmes et initiatives sont relativement **rares**. Souvent, cette absence de mesure est attribuable au fait que de nombreux programmes de financement du numérique dans les arts sont relativement nouveaux et n'ont pas appuyé une masse critique de projets à évaluer. De façon générale, les bailleurs de fonds ont besoin d'un compte rendu après la réalisation du projet de la part de l'organisme artistique; cependant, étant donné la diversité des projets financés (en particulier ceux qui concernent des approches novatrices ou d'avant-garde), il est difficile de pouvoir regrouper les résultats de tous ces projets en un seul rapport d'évaluation. Il est plus facile de compiler les mesures « axées sur la production » étant donné qu'elles ont trait à l'attribution du financement à des projets en fonction de la langue, de la région, de la discipline, etc. Pour leur part, les mesures « axées sur les résultats » qui ont trait à l'incidence globale des projets financés, lorsqu'elles sont recueillies, ont tendance à se concentrer sur les publics (p. ex., le nombre de personnes présentes à un événement, le genre de populations rejointes en ligne, les billets vendus, etc.). Un plus grand investissement de la part des administrateurs de programmes dans la mesure est probable, afin de leur permettre de se donner des outils novateurs de la mesure du rendement (p. ex., mesures qualitatives) pour évaluer ces programmes.

Finalement, les artistes et organismes artistiques qui participent activement à des technologies numériques font la démonstration du potentiel transformateur de ces technologies pour ce qui est de la création, des publics et des activités afin de maintenir la cadence avec les transformations numériques que vivent la société et l'économie. De façon générale, les organismes de financement des arts ont répondu, quoique de façon progressive et plus mesurée, ajoutant les programmes de financement et les politiques numériques aux méthodes de financement actuelles.

Autres modèles

Ces observations nous amènent à soumettre certaines stratégies et certains modèles à l'examen du Conseil. Ces modèles ne sont pas mutuellement exclusifs, mais se concentrent effectivement sur des éléments différents des thèmes de la création, de l'innovation, de la diffusion, du renforcement des capacités et de l'inclusion sociale.

Un premier modèle est axé sur la création. La stratégie consisterait à encourager le recours aux technologies numériques pour créer une masse critique d'œuvres d'art numérique de grande qualité, et d'œuvres d'art créées à l'aide du numérique. L'objectif serait de permettre aux organismes artistiques d'utiliser en toute confiance et en tout confort les technologies numériques pour créer des œuvres ou transformer des œuvres actuelles en formats numériques. On insisterait aussi sur la **mobilisation du public**, de sorte que les organismes artistiques pourraient tenter des expériences avec la création d'œuvres interactives ou participatives, ou de susciter des possibilités de création collaborative. Par conséquent, les programmes de financement pourraient insister sur l'innovation et l'expérimentation, les attentes relativement au succès commercial ou au public étant faibles au départ. Une fois que l'on a atteint une masse critique et que la culture numérique au sein des organismes artistiques et des bailleurs de fonds augmente, l'accent peut être porté sur la

diffusion/exposition, le développement des publics, le renforcement des capacités ou d'autres aspects.

Un deuxième modèle met l'accent sur le renforcement des capacités. La stratégie consisterait à acquérir des compétences numériques, à élargir l'utilisation des technologies numériques pour la commercialisation, à accroître l'accès numérique des publics aux œuvres, et à encourager les organismes artistiques à travailler en collaboration. Par conséquent, des programmes de financement pourraient appuyer des projets qui offrent une formation en création numérique, commercialisation, gestion et développement des publics. Ils pourraient aussi appuyer la création de services partagés pour les organismes artistiques (p. ex., billets en ligne, portails pour l'exposition d'œuvres d'art, ou collecte en temps réel de données sur les publics).

Un troisième modèle met l'accent sur la transformation. La stratégie consisterait à utiliser des technologies numériques pour transformer la façon dont les organismes artistiques créent, s'adressent au public et gèrent leurs processus. Les projets financés pourraient explorer de nouvelles méthodes d'entretien des relations avec les publics dans des espaces immersifs ou cocreatifs, et de mobilisation des publics plus jeunes et plus diversifiés. On pourrait encourager les organismes artistiques à mettre en œuvre de nouveaux modèles de fonctionnement, notamment des partenariats avec l'industrie de la création commerciale ou des compagnies de technologie, afin de partager des plateformes, d'acquérir des compétences et de miser sur la vision créatrice d'artistes pour inspirer de nouvelles applications technologiques au-delà des arts. De plus, les projets pourraient encourager l'organisme artistique à se restructurer à l'aide de nouvelles formes de travail d'équipe et de collaboration dans le temps et l'espace.

Quels que soient la stratégie ou le modèle adoptés, on nous rappelle le message exprimé par un grand nombre des personnes interviewées : la technologie numérique est un moyen et non une fin. Les fins, en ce qui concerne les organismes artistiques et les organismes de financement des arts, sont permanentes : excellence artistique, mobilisation du public, inclusion, résilience, innovation. Les technologies numériques, bien que transformatrices et omniprésentes, constituent un mécanisme pour atteindre ces fins.

1. Introduction

Le Conseil des arts du Canada (« le Conseil ») a demandé à Nordicity d'entreprendre la recherche, l'analyse et l'élaboration de conclusions dans la préparation du présent rapport. Dans la présente section, nous présentons l'organisation du rapport, énonçons les objectifs du mandat, discutons du contexte dans lequel l'étude a été entreprise, puis résumons la méthodologie utilisée dans la recherche et l'analyse.

1.1. Organisation du rapport

Les principaux thèmes du présent rapport sont organisés comme suit :

Deuxième partie. Contexte – État du numérique dans le monde et dans les arts : donne un aperçu de l'incidence perturbatrice de la technologie numérique dans divers secteurs et des exemples précis de la façon dont le numérique a été intégré aux arts, tant au Canada qu'à l'étranger.

Troisième partie. Fondements stratégiques d'une attention particulière au numérique : examine les stratégies numériques nationales de plusieurs pays, un accent particulier étant mis sur la façon dont les industries des arts et de la création sont prises en compte dans le cadre d'objectifs stratégiques. La section résume également les stratégies culturelles numériques et les plans des principaux organismes internationaux de financement des arts.

Quatrième partie. Stratégies, programmes et initiatives appuyant l'adoption du numérique : description et catégorisation de programmes et d'initiatives qui illustrent des approches nouvelles de l'intégration des arts et de la technologie numérique et qui s'inspirent des idées provenant d'une vaste zone géographique.

Cinquième partie. Pratiques, précédents, et conclusions : tient compte des leçons apprises de l'examen de stratégies et de programmes ainsi que d'entrevues menées auprès de chefs de file et de décideurs du milieu culturel. La section revient sur la distinction entre les formes d'art numérique et les œuvres d'art créées à l'aide du numérique dans le but de mettre en lumière les modèles de rechange et les mesures d'efficacité qui peuvent éclairer les travaux futurs du Conseil.

Outre le contenu présenté dans le corps du rapport, les **annexes** offrent ce qui suit :

- une liste des personnes interviewées tout au long du processus de recherche;
- une bibliographie annotée de stratégies portant sur la technologie numérique et les arts de cinq administrations internationales;
- des résumés de programmes pour appuyer la technologie numérique dans les arts et des notes des entrevues auprès de professionnels canadiens et internationaux actifs au carrefour des arts et de la technologie numérique.

1.2. Objectifs, but et portée

L'objectif de l'étude formulé par le Conseil des arts du Canada consistait à examiner « diverses stratégies numériques, fonds et plans à l'égard des arts [qui] ont été mis en place, tant au Canada que dans le monde, par des gouvernements et organismes gouvernementaux. »³

L'objectif de la présente étude était de fournir au Conseil un point de référence à ce stade de son évolution en ce qui concerne les initiatives qu'il pourrait mettre en œuvre pour permettre à ses organismes bénéficiaires de relever les défis et d'adopter de nouvelles façons de créer et de diffuser les arts.

La portée du présent examen englobe la façon dont d'autres administrations abordent l'incidence des technologies numériques comme s'il s'agissait d'une « chaîne continue », depuis la justification de la politique jusqu'à la stratégie, en passant par le programme et l'évaluation des résultats, du moins là où les renseignements existaient. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une évaluation de programmes individuels, le rapport fournit une évaluation plus générale de l'état de l'écosystème du financement des arts.

1.3. Contexte au sein du Conseil des arts du Canada

Des niveaux élevés de participation en ligne transforment de nombreux aspects de la société canadienne, notamment la façon dont les Canadiens produisent et consomment les arts et les activités reliées à la culture. Comme il l'a reconnu dans la demande de propositions (DP) pour ce projet, le Conseil des arts du Canada doit examiner « sérieusement comment il aidera le secteur des arts à profiter des occasions qu'offrent les technologies numériques et à faire face aux besoins et aux défis que présente ce nouvel environnement ».

En 2011, les Organismes de soutien aux arts du Canada (OPSAC) ont commandé le rapport [La transition vers le numérique et l'incidence des nouvelles technologies sur les arts](#), dont la conclusion générale était que le Conseil et les organismes artistiques n'étaient pas complètement engagés envers la création d'une capacité numérique. Cinq ans plus tard, ce rapport, *Les arts à l'ère numérique*, n'est pas exactement une suite en ce sens qu'il n'existe aucune évaluation des besoins ou des utilisations, mais il documente effectivement la façon dont d'autres administrations ont abordé ces questions.⁴

Il ne s'est fait aucun suivi systématique de l'adoption des technologies numériques parmi les organismes artistiques canadiens depuis ce temps. Donc, on ne sait trop dans quelle mesure les organismes artistiques ont adopté des technologies numériques en appui à la création, la diffusion ou la gestion de leurs activités. Il ne s'est fait aucune évaluation des besoins à vraiment parler avant la présente étude. Cependant, le Conseil a reconnu qu'il serait opportun de solliciter d'autres organismes de financement des arts et d'apprendre de quelle façon ils ont réglé, ou sont en train de régler, le phénomène de la perturbation numérique dans la mesure où elle a une incidence sur les

³ Comme l'a indiqué le Conseil des arts du Canada au sujet de ce projet.

⁴ Ce rapport de 2011 établit une distinction entre les formes artistiques qui existent en raison de la technologie (p. ex., vidéo numérique) et les formes d'art influencées par la technologie. Le rapport met l'accent sur le deuxième type d'art et démontre que l'intérêt à l'égard de la technologie a crû dans les diverses disciplines en réponse aux nouvelles possibilités concernant la diffusion numérique et la mobilisation du public : <http://www.cpaf-opsac.org/fr/themes/documents/DigitalTransitionsReport-FINAL-FR.pdf>

organismes artistiques. À cette fin, le Conseil a commandé un sondage complémentaire auprès des artistes et organismes artistiques.⁵

En 2016, le Conseil des arts du Canada a publié son Plan stratégique 2016-2021, *Façonner un nouvel avenir*. Le plan s'articule autour de quatre engagements clés, dont l'un a trait à la transformation numérique. Plus précisément, le Conseil s'engage à : « accentuer la qualité, la portée et le partage de l'art au Canada grâce au numérique. » Pour respecter cet engagement, le Conseil élaborera et mettra en œuvre sa première stratégie numérique. Cette stratégie servira à orienter le financement supplémentaire ciblé qui lui a été accordé pour soutenir le secteur des arts professionnels et ainsi utiliser efficacement les technologies numériques pour créer et partager son travail avec des publics d'ici et du monde entier. La stratégie viendra compléter les stratégies élaborées par le gouvernement et celles d'autres industries culturelles et des médias.

Dans le cadre de l'élaboration de cette stratégie, le Conseil voulait apprendre d'autres organismes semblables, ou même de différents types d'organismes confrontés à des problèmes semblables. Existe-t-il des stratégies et des structures qui pourraient éclairer la conception de démarches propres au Conseil pour encourager la transformation numérique auprès de ses membres? Le Conseil cherche principalement à appuyer les organismes artistiques et les artistes professionnels à l'aide de subventions et de services dans diverses disciplines artistiques.

Pour la présente étude, le Conseil a défini trois catégories d'activités numériques et leur pertinence, comme suit :

- **Outil de création artistique** : utilisation de technologies numériques en tant que pratique de l'artiste ou d'outil de création – façon dont d'autres organismes de financement encouragent les artistes et organismes artistiques intéressés à l'utilisation de la technologie.
- **Outil de diffusion et de mobilisation** : utilisation de plateformes et de technologies numériques, notamment les médias sociaux, qui permettent au secteur des arts de développer des publics et d'interagir avec eux. De tels outils peuvent également permettre aux artistes et organismes artistiques de diffuser de façon plus efficace leurs œuvres.
- **Outil commercial** : l'utilisation de plateformes de technologie de l'information et des communications (TIC) par des organismes artistiques accroît l'efficacité des pratiques commerciales de leur organisme – depuis les RH jusqu'aux opérations d'arrière-guichet, en passant par le financement, les ventes et la mise en marché. Encore une fois, ces outils peuvent être à la disposition d'artistes qui, à titre individuel, cherchent à mettre en marché ou à promouvoir et vendre leurs œuvres.

Collectivement, ces trois catégories d'activités numériques offrent un éventail de méthodes pour respecter l'engagement du conseil, à savoir élargir la création et la diffusion de l'art par la technologie numérique, comme il est indiqué dans le Plan stratégique. Tout au long du déroulement du présent projet, nous avons constaté qu'il n'est pas facile de séparer la deuxième et la troisième catégorie, p. ex. des organismes peuvent utiliser des outils commerciaux pour communiquer avec le public, qui sont en fait des outils de diffusion et d'engagement. Dans le présent rapport, nous ne traitons pas ces catégories comme étant mutuellement exclusives.

⁵ Voir le sondage Les arts à l'ère numérique, également entrepris par Nordicity : http://fluidsurveys.com/s/ArtsinaDigitalWorld/?TEST_DATA=&_cb=bsudiVGC8p

1.4. Pertinence du projet à l'égard des initiatives du Conseil des arts du Canada

Le préambule du présent rapport comporte deux autres commentaires contextuels importants.

Premièrement, le Conseil est à préparer sa propre stratégie numérique organisationnelle, c'est-à-dire la meilleure façon d'utiliser la technologie et d'autres outils pour améliorer son service à la communauté artistique canadienne et sa productivité dans la réalisation de ses programmes. La présente étude ne porte pas sur la stratégie numérique interne du Conseil.

Deuxièmement, depuis le lancement de la présente initiative, Les arts à l'ère numérique, le Conseil a publié son plan stratégique. Ici, le Conseil fait remarquer qu'à l'ère numérique, la démarcation est floue entre les artistes et le public, et entre les créateurs « professionnels » et « amateurs ». Que ces créateurs produisent ou non de l'art numérique, le Conseil met en lumière le potentiel des technologies numériques pour transformer la démarche créatrice, renforcer le lien entre les créateurs et les publics, et permettre l'élaboration de nouveaux modèles de fonctionnement pour les organismes artistiques. Dans ce contexte, le Conseil prévoit élargir la base de connaissances et accroître la sensibilisation concernant les possibilités numériques chez les artistes, et investir dans des initiatives numériques qui mènent au développement de nouvelles formes d'art et de nouvelles expériences pour les publics.

Ainsi, le présent rapport vise à fournir au Conseil de la documentation et des modèles utiles à prendre en considération dans la mise en œuvre de ses politiques, programmes et processus. De nombreux exemples proviennent du Canada et d'ailleurs, et le rapport présente des observations générales relativement aux succès et défis que vivent les organismes de financement des arts en permettant des transitions numériques dans les arts. Bien que le rapport présente des observations à prendre en considération, il ne constitue pas pour autant un plan de mise en œuvre ou une feuille de route. Il est conçu en tant qu'examen de ce que font d'autres administrations pour appuyer les délibérations que tient le Conseil sur la façon d'aider les organismes artistiques canadiens à relever les défis et à saisir les perspectives offertes par la technologie numérique.

1.5. Démarche, méthode et limites

La démarche employée pour l'étude consistait principalement en une analyse documentaire et des entrevues auprès d'organismes de financement des arts au Canada et à l'étranger. Outre les organismes plus traditionnels des pays du Commonwealth et d'autres pays occidentaux relativement semblables, des efforts ont été déployés pour accéder à des pays moins bien connus qui présentent des pratiques ou des initiatives numériques intéressantes. Par contre, les lecteurs constateront que la plupart des références utiles proviennent de démocraties occidentales francophones et anglophones plus traditionnelles.

Le cadre analytique pour examiner les programmes et initiatives d'autres administrations consistait en un ensemble de questions systématiques, à savoir :

- Que font-ils – quelle est l'admissibilité des bénéficiaires du programme et quelles activités sont admissibles?
- Quel est le domaine d'intérêt – arts de la scène, arts visuels, etc.?
- Qu'ont-ils fait – quelle est la justification du programme?

- Comment s’y sont-ils pris – quels ont été les processus de consultation, de conception et de mise en œuvre?
- Quelle a été l’incidence – quels objectifs ont été atteints, quelle a été l’incidence sur les arts, quelle a été l’incidence sur l’état de préparation au numérique?
- Quelle est la pertinence par rapport aux objectifs du Conseil?

Le rapport se concentre sur les arts, mais il a effectivement recours à l’expérience de diverses administrations à l’appui des industries de la culture et de la création – comme la production cinématographique/télévisuelle, la production et la diffusion de musique, les médias et jeux numériques interactifs et les imprimés (livres et magazines).

2. Contexte – L’état du numérique dans la société et dans les arts

Cette section tient compte de certaines des manifestations des technologies numériques en tant qu’agents du changement – perturbation, à coup sûr, mais aussi perspectives. Nous examinons quelques-unes de ces manifestations, par l’entremise des technologies mobiles, qui modifient le comportement des publics et des utilisateurs, l’utilisation croissante de l’analyse des données et la signification de l’accès numérique pour les collectivités défavorisées. Nous utilisons des exemples des services financiers, des soins de santé, du milieu universitaire, du transport ainsi que des médias et du divertissement pour illustrer la mesure dans laquelle le numérique transforme la société et l’économie dans son ensemble. Finalement, nous explorons le secteur des arts en particulier, et l’incidence des technologies numériques sur les artistes et les organismes artistiques.

Les arts à l’ère numérique décrit bien le présent projet. Il ne s’agit pas de la technologie. Il s’agit de pratique des arts et d’engagement dans une société qui est entrée dans une ère où la technologie numérique a eu une influence profonde sur la vie. En tant que personnes, la façon dont nous travaillons et jouons, la façon dont nous communiquons et posons des questions et entreprenons des activités – nous sommes tous touchés par l’application de la technologie numérique, et certains ajouteraient profondément touchés.

Ces changements se retrouvent dans toute activité organisée du monde moderne, depuis le milieu universitaire jusqu’au gouvernement, en passant par l’industrie et, bien sûr, le monde non commercial des arts. Les services bancaires, le magasinage, les voyages, la restauration et tout le reste ont subi l’incidence inexorable de la loi de Moore sur chaque aspect de la vie.⁶ Les industries de la création ont été perturbées de façon radicale par cette ère numérique, et les arts n’ont pas échappé à une dislocation semblable.

En tant que créateur, l’artiste a toujours cherché à essayer de nouvelles choses et à créer de nouvelles œuvres à l’aide de nouveaux outils. Par conséquent, favoriser le travail de l’artiste à titre individuel pour qu’il tire parti des nouveaux outils numériques fait partie du développement artistique et de la création. Il en est de même pour appuyer les organismes artistiques afin de permettre aux artistes de travailler en collaboration en création, production, diffusion, pour attirer un soutien financier et engager les publics. À mesure que le comportement des publics est modifié par la nouvelle concurrence rendue possible par les plateformes numériques – de même que les médias sociaux et

⁶ Gordon Moore, fondateur d’Intel, a fait remarquer que les progrès technologiques signifient que la capacité de calcul des microprocesseurs double en vitesse et en capacité à peu près tous les deux ans.

autres – les organismes artistiques doivent s’adapter et même se transformer pour connaître du succès dans un monde numérique.

2.1. Incidence généralisée du numérique dans la société

Les transformations sociétales qui émanent des technologies numériques – et qui à leur tour façonnent l’orientation du développement des technologies – sont considérables. Que nous tenions compte de la prolifération d’appareils et d’utilisations (applications et plateformes), l’évolution des publics qui sont passés d’utilisateurs à créateurs, l’économie de partage, les mégadonnées – il ne s’agit là que de quelques-unes des manifestations de la transformation numérique explorées ci-dessous.

Les plateformes et les technologies mobiles constituent un mécanisme sans cesse croissant pour communiquer un contenu, le diffuser et y accéder. Plus de 24 millions d’abonnés aux services mobiles au Canada, dont plus de 80 % utilisent des téléphones intelligents pour jouer à des jeux, visionner des vidéos, clavarder et envoyer des messages, utiliser les médias sociaux et magasiner – et beaucoup (plus du tiers) profitent des capacités multitâches, notamment regarder la télévision tout en utilisant leurs appareils mobiles.⁷ Les utilisateurs passent autant de temps sur des plateformes mobiles (tablettes et téléphones mobiles) que sur des plateformes bureautiques, et l’utilisation de la connectivité mobile a crû trois fois plus rapidement que les connexions Internet fixes.⁸ Même si l’appareil mobile est de plus en plus un dispositif de livraison de contenu plutôt que strictement un dispositif de communication, sa principale incidence est la création d’un monde mobile qui transforme à son tour le comportement des gens.

Reliée à la croissance dans le domaine mobile se trouve la **prolifération d’applications et de plateformes**, dont beaucoup sont destinées à faciliter les communications mobiles et la diffusion de contenu.⁹ En un sens, l’ère numérique englobe plusieurs mondes plus petits, chacun fonctionnant sur une plateforme ou une application différente, notamment des sites web, Twitter, Facebook, Instagram, SnapChat, des applications de jeux, des applications de peinture, des applications photo, des applications de musique, tournant sous Android, IOS, Windows ou un éventail de systèmes d’exploitation. Peu d’utilisateurs connaissent bien tous ces outils, mais les propriétaires du contenu et les créateurs doivent pouvoir anticiper et s’adapter à la présence croissante de ces plateformes mobiles.

Grâce au mobile, les utilisateurs de contenu ne sont désormais plus des publics passifs, mais de plus en plus des participants actifs au contenu numérique. Par exemple, à l’époque où les utilisateurs ne pouvaient que lire le contenu web affiché par les webmestres, la création collaborative grâce aux

⁸ Comscore, *Digital Future in Focus: Canada 2015*, p. 19 et 20

⁹ Dans le présent rapport, le mot « applications » s’entend de logiciels (applications) destinés à des utilisations mobiles ou web très précises, possédant certaines des fonctionnalités de médias sociaux ou de sites web. Par exemple, le Musée des beaux-arts du Canada possède une application mobile qui permet aux utilisateurs de naviguer dans la collection canadienne du Musée et les renseignements connexes à l’adresse <http://www.beaux-arts.ca/appmobile/>. Les « plateformes » sont des sites web totalement fonctionnels présentant un éventail de fonctionnalités d’entreposage, d’exposition ou de diffusion de contenu, en plus d’outils de communication (p. ex., adresses de courriel, comptes Twitter, etc.). Aux fins du présent document, les médias sociaux tels que Facebook ou Twitter constituent une sorte de plateforme.

wikis signifie que les utilisateurs peuvent ajouter au contenu web créé par d'autres. En effet, la **création collaborative** peut être aussi évoluée dans les arts que la [World Online Orchestra](#), où les utilisateurs peuvent télécharger leurs propres prestations musicales et créer des ensembles musicaux virtuels.

Cet accès accru dont les gens disposent grâce au web illustre le phénomène connexe de **l'atténuation des distinctions entre le statut professionnel et le statut amateur** dans le monde numérique. Par exemple, les vidéographes amateurs peuvent télécharger une vidéo qui est intégrée dans des reportages professionnels, tandis que les utilisateurs de YouTube peuvent accéder avec autant de facilité à des vidéos produites de façon professionnelle ou par des amateurs. En outre, la **réutilisation par le public** est devenue une solution de rechange au contenu programmé ou traité de façon professionnelle.

- Les utilisateurs peuvent créer leurs propres listes de lecture de musique ou « mettre en favoris » leurs vidéos préférées, jouant ainsi le rôle de traitement que les stations de radio et les radiodiffuseurs ont traditionnellement joué.
- Les amateurs d'arts visuels peuvent monter leur propre mur virtuel de galerie d'art, plutôt que de compter sur des visites à des expositions d'art organisées par des professionnels dans des espaces d'exposition traditionnels.
- Les utilisateurs jouent le rôle de « contrôle » que les critiques professionnels ont traditionnellement joué; les sections « commentaires » des sites web, gazouillis, « j'aime » sur Facebook et d'autres outils permettent aux utilisateurs de donner une rétroaction directe aux créateurs et autres utilisateurs, et font la promotion de leur contenu favori grâce aux fonctions de « partage ».

Le succès du contenu numérique est moins relié aux clics sur des sites web, ou à des visites uniques, qu'à l'attention qu'il suscite auprès du public. Les annonceurs, spécialistes du marketing et créateurs de contenu reconnaissent tous que les utilisateurs ne conservent pas le contenu qu'ils ont consulté par un clic de quelques secondes. Le contenu qui capte l'attention du public a une plus grande incidence, un plus grand potentiel de contribuer à l'atteinte des objectifs de l'artiste et, dans un monde commercial, un plus grand potentiel de générer des revenus de publicité ou d'abonnement. Les principaux créateurs numériques créent des mondes immersifs, engageants, même virtuels, où les utilisateurs vivent une expérience en temps réel en interagissant avec le contenu. Au lieu de visionner une vidéo, les utilisateurs peuvent créer leurs propres êtres (avatars) dans [Second Life](#). Au lieu de se rendre dans une galerie pour voir une œuvre d'art, les visiteurs de la Maison des arts Enghien-les-Bains peuvent porter un casque de réalité virtuelle, manipuler une caméra vidéo numérique et créer leur propre expérience de lévitation dans [Lévitation](#) de David Guez.

De nombreux aspects de consommation collaborative – où les propriétaires d'articles qui ne sont pas pleinement utilisés sont mis à la disposition d'autres utilisateurs – sont facilités par des technologies numériques. Cette « **économie de partage** » met en rapport des propriétaires de logements avec des touristes, par l'entremise du site Airbnb. Elle peut également mettre en rapport des conducteurs et des passagers par l'entremise d'Uber (dont il sera question plus loin). La technologie numérique rend des listes disponibles en ligne ou au moyen d'applications, permet aux utilisateurs de faire des réservations et des paiements, habilite tant les fournisseurs que les utilisateurs à s'évaluer mutuellement, tout cela grâce à un réseau réparti et décentralisé. Les modèles de fonctionnement des propriétaires d'hôtels, des entreprises de location de voitures et des sociétés de taxis sont tous remis en question en raison des défis imposés par le numérique. La population active et la nature du travail rémunéré et contractuel changent : les gens qui travaillent dans l'économie de partage chevauchent le statut d'employé et de travailleur autonome, et se situent entre le travail à temps

partiel et le travail occasionnel. Les artistes et organismes artistiques sont habitués à un style différent de consommation collaborative, par exemple grâce à des studios ou des plateformes d'art partagés, et des modèles de collaboration se prêtent au partage d'équipement et d'infrastructures numériques.

Un autre phénomène numérique est celui des « mégadonnées », la capacité de recueillir, de stocker, d'analyser et de commercialiser des quantités massives de renseignements au sujet d'utilisateurs et de leur utilisation de contenu et de plateformes, mais aussi des renseignements sur le transport (p. ex., ponctualité des transports en commun), la médecine (vérificateurs de symptômes sur Google), les ressources humaines, etc. Les données, une fois compilées et analysées, sont un produit commercialisable et ont une valeur importante pour générer des réflexions qui orientent les décisions d'affaires – comme l'ont démontré Google, Netflix, Amazon et d'autres géants de l'économie numérique. Dans les arts et la culture, les mégadonnées ont trait au volume croissant de renseignements qui peuvent être recueillis des médias sociaux, sites web, ventes de billets et d'unités, sondages, etc. Utilisées efficacement, les mégadonnées peuvent permettre à des groupes musicaux, par exemple, de savoir si les membres de leur public s'intéressent à d'autres artistes (et les artistes qu'ils suivent), à quelle fréquence et par quels utilisateurs leurs chansons sont jouées à partir de listes de lecture, où effectuer une tournée, et de nombreux aspects de leurs publics.

L'accès aux métadonnées à lui seul n'est pas significatif étant donné qu'elles doivent être interprétées avec discernement pour prendre des mesures appropriées grâce aux renseignements recueillis. Ainsi, les analyses de données représentent une importante ramification des métadonnées – pour les organismes artistiques et les artistes qui doivent utiliser les métadonnées dans un grand nombre de leurs décisions quant aux choix d'œuvres à réaliser ou exposer, ou pour apprendre à mieux connaître et servir leurs publics. Les analyses de données, lorsqu'elles sont utilisées pour des applications financières, opérationnelles ou de ressources humaines, présentent aussi le potentiel de renforcer les opérations et de prendre des décisions stratégiques.

2.1.1. Égalité d'accès

Les défis et perspectives des technologies numériques ne se vivent toutefois pas de façon égale. Ce ne sont pas toutes les collectivités ou populations qui ont un accès égal aux moyens de créer, d'interagir, d'apprendre ou de se voir dépeintes à l'aide de technologies numériques. Par exemple, dans le monde en développement, la pénétration des services à large bande correspond au tiers de ce qu'elle est dans les pays développés¹⁰. Au Canada, les services à large bande dans les collectivités rurales fonctionnent en général à des vitesses de téléchargement nettement inférieures à celles des centres urbains, limitant ainsi les types de contenus auxquels les utilisateurs ruraux peuvent accéder¹¹.

Le CRTC a récemment examiné si de nouvelles mesures sont nécessaires pour encourager les Canadiens à faible revenu à accéder à Internet à large bande. De plus, les peuples autochtones qui ne vivent pas en milieu urbain font face à des défis pour accéder à la large bande, obtenir une large bande à prix abordable, acquérir des compétences en la matière et combler le fossé numérique. Les

¹⁰ Octavio Kulesz, « Challenges of the Digital Age » à l'UNESCO, *Repenser les politiques culturelles : 10 ans de promotion de la diversité des expressions culturelles pour le développement* (Paris : UNESCO, 2015), p. 78

¹¹ CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2015*, figure 5.3.17. Voir

<http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2015/cmr5.htm#f5317>. Bien entendu, il s'agit d'une cible mobile au moment où nous entrons dans le monde des réseaux sans fil « 5G » dans cinq autres années alors que la capacité en données explosera dans les endroits où une telle infrastructure de données est installée.

personnes à mobilité réduite ou qui ont une déficience visuelle ne peuvent pas accéder facilement au contenu web qui repose de plus en plus sur la vidéo, qui est interactif et riche en applications, et qui pourrait ne pas être conçu pour un fonctionnement à l'aide de lecteurs d'écran ou de programmes de traduction de la voix en texte. L'un des principaux volets de la stratégie numérique nationale du Canada en 2010 consistait par conséquent à assurer un accès équitable à la large bande aux populations moins branchées.

2.2. Le numérique en tant qu'élément perturbateur et plateforme pour de nouvelles perspectives

La technologie numérique a été une force perturbatrice dans la plupart des secteurs de l'activité économique. Des modèles de fonctionnement ont été taillés en pièces, puis remplacés par ceux qui pouvaient mettre en valeur la puissance de la technologie numérique – mais pour de nombreux secteurs, les nouveaux modèles n'ont pas encore produit le même niveau de revenu que les modèles traditionnels. Exemple :

- Dans le domaine des services financiers, des institutions financières établies ont de la difficulté à diffuser l'innovation dans de grandes multinationales tandis que les entreprises en démarrage essaient de naviguer dans des règlements d'avant l'ère numérique. L'arrivée de la technologie de « la chaîne de blocs »¹² pourrait perturber encore davantage les deux groupes en réduisant de façon radicale le coût des transactions financières.¹³ L'entrée d'Apple Pay sur les marchés canadiens caractérise l'empiètement potentiel des grosses sociétés technologiques sur ce qui constituait auparavant la clientèle des banques.¹⁴
- Dans le domaine des **soins de santé**, les plateformes en ligne modifient la façon dont les gens ont accès à l'information tant au sujet de la prévention que du traitement, ainsi que leur façon d'interagir avec les fournisseurs de soins de santé. Dans ce cas, la perturbation peut mener à des résultats favorables tandis que de nouveaux outils émergent pour faciliter l'accès aux bons soins de santé. Par exemple, iamsick.ca/fr est une application de services de soins de santé qui permet aux gens de chercher un médecin de famille, un service de consultations externes et un pharmacien, filtrés en fonction du lieu, des heures d'ouverture ainsi que de la langue des services. Tout récemment, l'équipe de [iamsick](http://iamsick.ca/fr) a traduit l'application en arabe et a également installé une ligne téléphonique en arabe pour aider les réfugiés syriens au Canada.
- Dans le **milieu universitaire**, des exposés en ligne et des outils d'apprentissage interactifs transforment les attentes des étudiants ainsi que la façon dont les éducateurs organisent les

¹² La chaîne de blocs est un outil numérique de plus en plus répandu qui simplifie les transactions financières en éliminant l'intermédiaire. La chaîne de blocs a été utilisée pour la première fois par bitcoin, mais n'est pas employée par les institutions financières, les entreprises privées et les gouvernements à l'échelle mondiale. Essentiellement, des gabarits électroniques pour des contrats remplacent les processus de vérification plus encombrants, ce qui facilitera énormément le commerce électronique.

¹³ <http://blogs.wsj.com/cio/2016/02/02/cio-explainer-what-is-blockchain/>
<https://www.thestar.com/business/2016/05/12/blockchain-technology-will-revolutionize-the-world-enthusiasts-say.html>

¹⁴ <http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/apple-pay-expands-in-canada-after-deal-with-big-banks/article29950489/>

cours, conçoivent les devoirs et communiquent à l'intérieur et à l'extérieur de la salle de classe. En outre, la technologie numérique a ouvert de nouveaux domaines de recherche et mécanismes de collaboration en ligne, et a encouragé la mise au point de nouvelles méthodes de recherche par les chercheurs universitaires qui œuvrent dans un éventail de disciplines. Quelques-uns de ces universitaires canadiens innovateurs sont mis en évidence dans des encadrés de référence tout au long du rapport.

- En **transport**, la hausse des applications pour téléphone intelligent a permis à des services comme Uber et des homologues dans d'autres pays¹⁵ à faire concurrence à l'industrie du taxi traditionnelle. Uber a été lancé en 2012 et est en exploitation maintenant dans plus de 300 villes dans 60 pays. Les chauffeurs de taxi de même que les organes de réglementation du secteur public d'un bout à l'autre du Canada ont de la difficulté à composer avec un afflux de conducteurs souples, autonomes sur le marché, ce qui a fait diminuer de façon dramatique la valeur des permis des propriétaires de taxis. La prochaine vague de transformation numérique au sein de l'industrie automobile est susceptible d'inclure les véhicules autonomes – des automobiles sans conducteur, qui sont dépêchées et guidées à l'aide de technologies numériques.
- Dans l'industrie des **médias et du divertissement**, la valeur de la propriété intellectuelle a été minée par un accès numérique facile à un prix qui est beaucoup plus faible que lorsqu'elle est intégrée à un produit matériel comme le vinyle, le papier ou un DVD. Les consommateurs se sont habitués à un contenu Internet gratuit. La publicité, qui a payé les factures de la programmation télévisuelle, des magazines et des journaux, est passée à des plateformes numériques qui ne dépendent pas du contenu pour attirer l'utilisateur.¹⁶ Des services de contenu axés sur les abonnements, bien qu'ils puissent générer des revenus d'abonnement (parfois avec des revenus de publicité, comme Spotify), ne génèrent pas pour les créateurs de contenu les mêmes recettes que les ventes de copies matérielles. Protéger le droit d'auteur et assurer une rémunération au créateur est un défi continu.
- Les intermédiaires traditionnels du contenu, tels les radiodiffuseurs, les salles de cinéma et les librairies, sont les témoins de la transformation de leurs modèles de fonctionnement étant donné que les utilisateurs de contenu peuvent s'organiser, puis acquérir un contenu en ligne ou sur des appareils mobiles, le lire et y accéder en continu. D'ailleurs, même si l'on fait grand état de la « longue chaîne » du contenu en ligne, où un nombre élevé de communautés très spécialisées accèdent à un contenu de créneau, il existe toujours une activité axée sur les « appels de fichiers » en ligne et, sans découvrabilité, le contenu est relégué à l'obscurité numérique. Dans ce contexte, l'efficacité des lois et règlements pour appuyer et exposer le contenu national est de plus en plus remise en question.

Les monde des arts se fait prendre de deux façons. Il y a d'abord les questions de conservation et de création du contenu : l'abondance du contenu, la complexité des plateformes et l'omniprésence des médias sociaux. Ensuite, il y a la nécessité de « restructurer » les organismes artistiques – à un coût et des efforts importants – afin qu'ils puissent continuer à engager les publics, dans le monde numérique.

¹⁵ p. ex. Cabify dans le monde hispanophone

¹⁶ <http://www.digitalmediaatthecrossroads.ca/pdfs/CanadianMediaDigitalUniverse.pdf?v=1.1>

Artistes utilisant la technologie numérique dans le cadre d'activités de recherche et d'enseignement

[Joanna Berzowska](#) est une professeure adjointe de design et d'arts numériques à l'Université Concordia et membre de l'Institut de recherche Hexagram à Montréal. Elle est la fondatrice et la directrice de la recherche de XS Labs, un studio qui se concentre sur l'innovation dans les domaines des textiles électroniques et des vêtements réactifs.

[Kedrick James](#) est un artiste multimédia et de création orale, un théoricien de réseau, un enseignant et un chercheur universitaire. Établi à Vancouver, son travail consiste à appliquer

2.2.1. Création et conservation de contenu dans le monde des arts

Nous avons maintenant une abondance de contenu créatif sur des plateformes numériques, et une préoccupation profonde à l'égard des médias sociaux qui offrent une concurrence auparavant inconnue pour les arts.¹⁷ À cet égard, les enjeux clés pour l'artiste et les organismes artistiques comprennent ce qui suit :

- La **découvrabilité**, dans un monde où des centaines d'heures de vidéos sont téléchargées dans YouTube chaque minute¹⁸, où des éditeurs de livres canadiens ont publié à eux seuls plus de 6 000 titres canadiens chaque année¹⁹, et où des plateformes comme [La Fabrique culturelle](#) (pour les arts numériques et la vidéo au Québec) ou [Évangéline](#) (pour les paroles de chansons canadiennes) doivent concurrencer d'autres agrégateurs pour attirer les utilisateurs vers leurs vastes répertoires. Les grandes sociétés technologiques se sont jointes aux principaux médias pour mettre de l'ordre sur le marché – pour elles-mêmes, ce qui désavantage la vaste majorité des fournisseurs de contenu de tout simplement être connus. En attendant, des guichets de contenu traditionnel comme les librairies et les radiodiffuseurs sont confrontés à leurs propres défis de découvrabilité.
- **Créer pour des plateformes multiples** et dans des formats multiples. Les éditeurs canadiens indépendants de livres servent un marché qui se compose à plus de 80 % de produits d'impression, mais pour lesquels ils doivent prévoir des ventes de livres électroniques et une émergence possible de plateformes numériques, et publier des livres qui sont à la fois compatibles pour l'impression et le numérique. Des artistes de la vidéo qui utilisent des formats verticaux (par exemple sur des appareils mobiles) doivent reformater leurs vidéos pour qu'elles puissent être visionnées dans le bon format d'image sur des écrans horizontaux (par exemple, des ordinateurs portables).

¹⁷ http://www.capacoa.ca/valueofpresentingdoc/Importancedeladiffusion_Final.pdf

¹⁸ En 2013, YouTube a fait savoir que plus de 100 heures de vidéo étaient téléchargées sur son site chaque minute. On ne dispose pas de statistiques officielles plus récentes de YouTube. Voir <https://youtube.googleblog.com/2013/05/heres-to-eight-great-years.html>. Une statistique souvent mentionnée de l'entreprise américaine Tubular Insights se spécialisant dans les renseignements sur les vidéos indique que ce serait près de 300 heures en 2014. Voir <http://www.reelseo.com/youtube-300-hours/>.

¹⁹ Selon l'évaluation publiée la plus récente du Fonds. Voir http://canada.pch.gc.ca/DAMAssetPub/DAM-PCH2-PCH-InstitutionalProfile/STAGING/texte-text/2014_Cultural_Industries_Cluster_Evaluation_1453817644458_fra.pdf.

- Les œuvres **transmédia** qui combinent, par exemple, des éléments d'imprimé, de musique et de vidéo, ou les arts de la scène en vidéo et en direct, qui ne peuvent pas être facilement catégorisées dans des modèles de financement propres à une discipline. Tant les artistes que les organismes de financement des arts doivent revoir leurs hypothèses concernant les disciplines artistiques traditionnelles afin de tenir compte du flou de ces secteurs.
- Le rôle changeant des **conservateurs** ou des **exposants**, qui pouvaient avant l'ère numérique ordonner ou dicter l'expérience d'une œuvre d'art par l'utilisateur (p. ex., visiter une exposition dans une galerie, ou compiler des œuvres littéraires dans des journaux ou des anthologies). Ces médiateurs du contenu doivent désormais prévoir des expériences à utilisateurs multiples, dictées par les utilisateurs eux-mêmes, comme dans le cas de l'art interactif ou de réalité virtuelle, pour les « murs » des musées auto-organisés des utilisateurs, pour les spectacles de théâtre visionnés en ligne plutôt qu'en personne. Les utilisateurs font eux-mêmes les recherches et participent aux significations culturelles et artistiques des œuvres d'art : contournant ainsi les voies de l'histoire de l'art traditionnel, ils partagent et recommandent un contenu aux communautés aux vues similaires et ils présentent directement leurs commentaires aux artistes plutôt que de le faire par l'entremise de conservateurs et de marchands d'œuvres d'art.
- Transcendant les défis de plateformes multiples, de formats et d'expériences de l'utilisateur se trouvent les technologies mobiles. Grâce à **l'accès mobile et aux appareils mobiles**, les utilisateurs s'attendent à ce que le contenu soit disponible en tout temps, en tout lieu, et ils s'attendent à pouvoir rejoindre les créateurs, exposants, distributeurs et autres utilisateurs virtuellement sur demande.
- **Travailler en collaboration** avec des partenaires extérieurs au monde des arts. Bien que les coopératives artistiques ou les centres dirigés par des artistes constituent des modèles courants de mécanismes de collaboration pour les artistes, dans le monde numérique les artistes travaillent avec des développeurs de logiciels, des ingénieurs, des concepteurs graphiques, des spécialistes en ergonomie ou biosciences, des entrepreneurs et des spécialistes qui parlent des langages créatifs différents et apportent des réflexions provenant de disciplines différentes dans la création et la diffusion de l'art.

2.2.2. Restructurer l'organisme artistique

Il est dispendieux de restructurer l'organisme, la commercialisation, et la diffusion d'œuvres d'art et de tirer parti de plateformes numériques – et les organismes artistiques ne disposent pas de telles ressources financières pour réaliser l'investissement requis dans les outils qui les aideraient à créer, gérer et commercialiser leur art. Exemple :

- Pour ce qui est de la question de la découvrabilité, le défi consiste à créer des liens avec des publics qui s'attendent de plus en plus à pouvoir faire des commentaires sur leurs expériences, à communiquer avec les créateurs et d'autres utilisateurs, et à faire partie de communautés d'utilisateurs aux vues semblables. Pour relever ce défi, les artistes à titre individuel et les organismes artistiques établissent et maintiennent leur présence sur les **médias sociaux**. Chaque plateforme de médias sociaux – qu'il s'agisse de Twitter, d'Instagram, de Facebook, de YouTube ou d'autres – vise un public différent, mise sur des compétences différentes et doit constamment être mise à niveau. Ces plateformes présentent des occasions pour les organismes artistiques de dialoguer avec les publics actuels et d'établir des liens avec des publics nouveaux, plus jeunes, mais ces activités

engendrent des coûts pour ce qui est du temps, des compétences et du financement de l'accès aux données.

- Acquérir, maintenir et mettre à niveau des **compétences numériques** constitue un défi permanent. Les organismes artistiques qui commencent à adopter le numérique mettent l'accent sur l'acquisition de compétences en matière de web, de médias sociaux et de création numérique, tandis que les chefs de file du numérique doivent maintenir leurs compétences et leur connaissance des nouvelles tendances en matière de numérique.
- La nécessité permanente d'obtenir et de **diversifier le financement**, tant pour poursuivre les opérations en cours que pour réaliser les investissements nécessaires dans le numérique, a amené certains organismes artistiques à recourir au financement collectif en ligne. Ce défi, aussi, exige des investissements en temps et compétences pour bien réussir, et demeure uniquement une solution partielle aux besoins en financement.

Il importe de reconnaître que la technologie numérique peut avoir des répercussions à la fois positives et négatives sur les arts. L'incidence peut être extrêmement positive étant donné que l'on peut utiliser la technologie numérique pour innover en ce qui a trait à la démarche créatrice, en plus de rendre l'art accessible et de tisser des liens plus étroits avec les clients. Pourtant, même si elle peut élargir de façon dramatique la portée de l'art, elle a tendance à profiter aux quelques-uns qui se trouvent au sommet des chaînes alimentaires de l'industrie des arts et de la création. Bien qu'il y ait de toute évidence sur YouTube des cas de réussites d'artistes comptant des millions de personnes qui les suivent, les créateurs ne tirent pas nécessairement parti de l'exposition accrue et de l'activité rendue possible par la connectivité numérique.²⁰ En outre, parmi les millions de créateurs artistiques qui espèrent se faire connaître, très peu sont découverts ou tirent des revenus décents de leur art.

Les bailleurs de fonds doivent aussi composer avec ces perturbations. À la section 2.4 ci-dessous, le rapport examine les répercussions des technologies numériques et les tendances sur les organismes de financement des arts. La conclusion est que, à tort ou à raison, pour demeurer pertinents et continuer à attirer l'appui du public, les organismes artistiques doivent s'adapter – ou se transformer complètement eux-mêmes – pour attirer des publics de tous les âges et diversifiés. Ils doivent relever les défis du numérique, et exploiter les technologies pour améliorer leur rendement.

2.3. L'utilisation de la technologie dans les arts

L'utilisation de la technologie par les artistes et les organismes artistiques vise tous les domaines, depuis la création jusqu'à la diffusion en passant par l'administration des opérations d'arrière-guichet comme on l'a noté plus haut. En fait, il existe de nombreux exemples d'application de la technologie dans la démarche créatrice qui illustrent l'éventail de façons dont la technologie est employée au Canada, qu'elles soient ou non appuyées par le Conseil des arts du Canada ou par d'autres bailleurs de fonds publics. Aucun jugement n'est porté pour l'instant à savoir si ces exemples ont connu un succès artistique ou commercial, mais ils indiquent la diversité de l'activité en cours. Des exemples précis sont donnés dans des encadrés de référence un peu partout dans le rapport. Pour la plupart, les exemples portent sur la création et la diffusion; par contre, tous les efforts ont été faits pour présenter à la fois des artistes et des organismes artistiques qui représentent des régions géographiques différentes et divers créateurs.

²⁰ http://www.nytimes.com/2014/07/20/books/review/the-peoples-platform-by-astra-taylor.html?_r=0

Les entrevues et les examens de documents stratégiques ont aussi révélé des exemples de l'intégration de la technologie numérique dans les arts à l'étranger. Par exemple, le **Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC)** de la France appuie l'art numérique expérimental novateur depuis 2002. Voici quelques projets récents :

- le premier roman illustré à défilement numérique, « Phallaina », de l'artiste Marietta Ren, qui est disponible en tant qu'application sur Google Play dans un format conçu pour les écrans d'appareils mobiles;
- « School of Moon », de la compagnie Shonen, qui a nécessité la collaboration entre le danseur Éric Minh Cuong Castaing et le technicien en robotique Thomas Peyruse, réunit des danseurs professionnels, des enfants et des robots sur une scène pour explorer les perceptions tributaires de la technologie et les représentations du corps humain.

Il est un peu plus difficile de trouver des exemples pour illustrer l'utilisation de la technologie aux fins de diffusion et d'administration des opérations d'arrière-guichet. Bien entendu, la réalisation de sites web et les services qui en découlent sont presque universels, du moins à un niveau de base de sophistication. **Tafelmusik**, un orchestre baroque et chœur de musique de chambre, est un exemple d'un des premiers chefs de file au Canada. En 2012, il a lancé une étiquette de disques, Tafelmusik Media. En plus de vendre des CD et des DVD sur la scène internationale, son site web présente également une page « Watch & Listen » qui permet aux adeptes de jeter un coup d'œil dans les coulisses lors de spectacles et de tournées à Toronto et un peu partout dans le monde.

Au R.-U., le Digital R&D Fund for the Arts de Nesta (2012-2015) a facilité des partenariats entre des organismes artistiques et des compagnies de technologie et a permis une innovation dans une multitude de disciplines artistiques. Ces projets sont bien documentés et quelques exemples indiquent dans quelle direction vont certains organismes artistiques d'avant-garde :

- En Angleterre, **Project Daedalus** a réuni des partenaires des secteurs des arts, de la technologie et de l'éducation pour explorer l'utilisation de caméras montées sur des drones automatisés en cinématographie. Les partenaires ont mis au point une boîte d'outils numérique de source ouverte qui explique le potentiel des drones pour accroître la participation du public.
- Quatre lieux de présentation d'œuvres artistiques à Édimbourg ont collaboré avec un partenaire du secteur de la technologie, Tictoc, pour réaliser **Culture Juice**, un site web qui propose des rabais et des offres spéciales pour des événements présentés dans le quartier culturel de la ville. Le site web permet à **Filmhouse, Royal Lyceum Theatre, Traverse Hall et Usher Hall** de partager des publics et d'avoir accès à des groupes démographiques plus jeunes.

De nombreux organismes artistiques ont recours aux plateformes de commercialisation et de billetterie les plus efficaces qu'ils peuvent se permettre pour gérer la commercialisation et la diffusion et aider à cet égard. Divers programmes de subventions destinés aux organismes artistiques (ci-dessous) visent des projets particuliers, dont de nombreux comportent la mise au point de plateformes pour appuyer ces organismes. Comme on l'a mentionné plus haut, un projet jumeau commandité par le Conseil des arts du Canada a conduit à la réalisation d'un sondage auprès d'artistes et d'organismes artistiques au Canada et à l'évaluation de leur utilisation de la technologie, entre autres aspects de leurs activités. Le sondage « Les arts à l'ère numérique » a fourni des

renseignements sur la façon dont les artistes à titre individuel et les organismes artistiques d'un peu partout au Canada utilisent la technologie numérique dans tous les aspects de leur travail, depuis la création jusqu'à l'administration et dans diverses plateformes en ligne.²¹

Bien que les besoins actuels soient encore à documenter, il reste évident que pour être souples et, en définitive, autonomes, les organismes artistiques devront investir dans certaines formes de technologies de soutien – et se transformer afin de relever les défis de la nouvelle ère numérique. Les organismes artistiques qui sont des chefs de file du numérique doivent rester au fait de l'évolution des technologies numériques et avoir les moyens d'expérimenter et de collaborer. Pour relever les défis d'aujourd'hui, les organismes artistiques doivent se transformer afin de maintenir leur excellence, de développer des publics et de tisser des liens avec eux en employant de nouvelles méthodes dynamiques.

2.4. Défis pour les organismes de financement

La littérature traite des défis fondamentaux auxquels les organismes subventionnaires des arts font face. Il est utile de garder à l'esprit ces défis au moment de procéder à l'examen d'autres administrations.

Une préoccupation dominante est celle de l'orientation générale de l'organisme subventionnaire des arts et son positionnement. Celui-ci peut adopter différentes approches, fondées sur les questions suivantes :

- Devrait-il y avoir une vision numérique explicite qui régirait les rapports entre le bailleur de fonds et les institutions culturelles bénéficiaires?
- Devrait-il y avoir une stratégie de financement pour laquelle le numérique est une façon d'atteindre des buts généraux d'excellence, d'appréciation et de participation?
- Devrait-il y avoir une vision plus transformatrice qui reconnaît que l'ère numérique a changé la façon dont les gens tissent des liens avec l'art, y participent ou le consomment?

Parmi les défis plus précis pour appuyer les organismes artistiques qui s'engagent auprès de leurs membres en ce qui a trait à l'ère numérique, mentionnons :

- Comment appuyer les « chefs de file » et les « traînants » du numérique. Bien qu'il existe des artistes et des organismes artistiques qui sont des utilisateurs établis des technologies numériques pour la création, la diffusion et la gestion organisationnelles, leurs besoins en ce qui concerne les organismes de financement des arts sont très différents de ceux des organismes artistiques qui sont moins compétents ou moins équipés dans le domaine du numérique.
- L'adoption de nouveaux outils est-elle très limitée dans les organismes artistiques plus petits en raison du manque de ressources humaines et financières?

²¹<http://conseildesarts.ca/conseil/blogue/2016/05/digital-survey>

- Certains investissements dans la technologie risquent-ils d'avoir des conséquences imprévues sur l'organisme, de nécessiter des compétences allant au-delà de ses compétences de base ou de l'éloigner de sa stratégie commerciale établie?
- Y a-t-il des difficultés de mise en œuvre en raison du manque d'expertise dans les connaissances multisectorielles ou la technologie et les connaissances artistiques?

De tels enjeux et défis forment une grande partie des recherches et de l'analyse entreprises dans le cadre du présent projet. Au final, par contre, les organismes de financement des arts œuvrent dans le même environnement de perturbations et de perspectives que les artistes et les organismes artistiques qu'ils appuient. Inévitablement, leurs stratégies et programmes doivent tenir compte de ces facteurs.

Technologie numérique dans le secteur du film et de la vidéo

[VUCAVU](#) s'engage à accroître la visibilité des films et vidéos indépendants canadiens sur de multiples plateformes et au sein de nombreuses communautés, tout en innovant les façons d'accéder aux œuvres cinématographiques, vidéo et médiatiques, de les rechercher et de les conserver. VUCAVU regroupe les collections de huit distributeurs d'arts médiatiques canadiens. Son catalogue couvre une période de plus de 45 ans de création, depuis des œuvres cinématographiques et vidéo du début du cinéma canadien jusqu'à des œuvres contemporaines.

La [The Film and Video Arts Society of Alberta](#) (FAVA) appuie la production, l'exposition et la diffusion d'œuvres d'art cinématographiques, vidéo et médiatiques dans le nord de l'Alberta : du celluloïd au 4K, du narratif à l'expérimental aux documentaires et au-delà. La FAVA suit, appuie et relie tous ses services grâce à une application en ligne et cherche actuellement des

3. Fondements stratégiques d'une attention particulière au numérique

Cette section examine les stratégies numériques nationales de plusieurs administrations, un accent particulier étant mis sur la portée et les façons dont les industries des arts ou de la création figurent parmi les priorités pour ces stratégies. En outre, la section résume les stratégies et plans culturels numériques des principaux organismes artistiques et des administrations.

3.1. Stratégies numériques nationales et multi-administrations

Nordicity a exploré les stratégies numériques de huit administrations, choisies en fonction de leurs niveaux relativement élevés de pénétration de la large bande, de l'utilisation des technologies numériques et de l'accès des citoyens à ces dernières et de leur intérêt pour des applications générales des technologies numériques à des fins de compétitivité économique, cohésion sociale, innovation, etc. à un niveau analogue à celui du Canada. L'administration multinationale et les

sept administrations nationales sont les suivantes : l'Australie, la Nouvelle-Zélande, la France, l'Estonie, Singapour, la Suède, la Grande-Bretagne et l'UE.²²

3.1.1. La place des industries des arts et de la création dans les stratégies numériques

La plupart des administrations visées par l'examen présentent des stratégies numériques nationales de grande portée qui touchent la plupart ou la totalité des éléments suivants : accessibilité de réseaux numériques, le développement d'entreprises concurrentielles dans le secteur des technologies de l'information et des télécommunications (TIC), le cybergouvernement, la formation et l'acquisition de compétences pour une population plus numérique, la télésanté et d'autres priorités stratégiques. Si les thèmes du contenu ou de la création sont abordés par ces administrations, les sujets couverts comprennent des mesures concernant la gestion des droits et le droit d'auteur, la préservation numérique et l'accès accru des citoyens à des dépôts de contenus publics tels des archives. En outre, à une exception près, les arts ne font pas l'objet d'un traitement distinct de celui des industries de la création. On donne ci-dessous une brève description de plusieurs pays dans deux catégories – stratégies numériques nationales qui comprennent les industries des arts ou de la création, et les administrations qui se concentrent sur la mobilisation des citoyens et la cohésion sociale :

Stratégies numériques nationales qui comprennent les industries des arts ou de la création

La [stratégie numérique nationale](#) de 2008 de la Nouvelle-Zélande comporte trois piliers ou secteurs prioritaires : l'environnement, l'économie et les « communautés dynamiques et la culture ». À partir de ce secteur prioritaire, la stratégie énumère des mesures relatives à l'inclusion sociale, la participation civique, ainsi qu'à la création et l'utilisation de contenu numérique, pour lequel Creative New Zealand (l'organisme de financement des arts de la Nouvelle-Zélande) assume une responsabilité partielle. Par contre, il n'existe aucun lien avec les programmes de Creative New Zealand et aucun engagement financier progressif dans le cas du contenu numérique appuyé par Creative New Zealand.

Au **R.-U.**, la [stratégie numérique nationale](#) de 2009 ne porte pas sur les arts comme tels, mais sur la création de contenu d'un point de vue plus créatif des industries. Les principales priorités des industries de la création comprennent la modernisation du droit d'auteur et les régimes d'octroi de licences; la création de bancs d'essai numériques concernant les entreprises de contenu; la mise en place de mécanismes concernant les jeux vidéo numériques, les livres électroniques et les films commerciaux; les termes de l'échange entre les radiodiffuseurs et les nouveaux producteurs médiatiques.

La [stratégie numérique nationale](#) de 2005 de **Singapour** met l'accent sur le potentiel des TIC pour favoriser une économie concurrentielle et une main-d'œuvre compétente dans le domaine du numérique; il n'y a aucune mention précise des industries des arts ou de la création. La stratégie nationale s'accompagne de stratégies numériques propres à un secteur, notamment une stratégie pour le divertissement et les médias numériques. L'accent est mis sur la fourniture d'une technologie afin de permettre à des entreprises du secteur du divertissement et des médias numériques de créer et de diffuser un contenu, et sur l'établissement de Singapour comme plaque tournante de l'échange international d'actifs numériques.

²² Pour le présent rapport, on a effectué des recherches sur un plus grand nombre de pays, mais seulement ces huit administrations ont été retenues pour le présent volet de la recherche concernant les stratégies numériques

La [stratégie numérique nationale](#) de 2012 de la **France** s'articule autour de cinq objectifs, un accent étant mis sur la position concurrentielle de la France dans l'économie mondiale. Même si l'un des objectifs consiste à accroître la qualité et la diversité du contenu numérique produit et diffusé en France, le rapport ne porte pas explicitement sur les arts ou n'examine pas le lien entre l'expression créative et le rendement économique.

Administrations qui mettent l'accent sur l'engagement des citoyens et la cohésion sociale

L'[Estonie](#), la [Suède](#), et l'[UE](#) ont aussi des stratégies numériques. Toutefois, les questions soulevées relativement au contenu dans ces stratégies mettent l'accent sur les technologies numériques en tant qu'outil d'engagement des citoyens et de cohésion sociale. À ce titre, les questions propres au contenu comprennent la numérisation de collections, l'accès en ligne aux archives publiques et la conservation numérique.

3.1.2. Conclusions concernant les stratégies numériques nationales et les arts

Ces stratégies numériques nationales semblent dater quelque peu, du moins pour refléter l'incidence du numérique comme on le connaît aujourd'hui. Elles portent principalement sur l'accès numérique général, la compétitivité, l'innovation, etc., mais elles donnent peu d'orientation quant à un organisme national subventionnaire des arts comme le Conseil.

Nous concluons que le contenu numérique, et plus particulièrement le contenu artistique, constitue la prochaine couche dans les politiques numériques nationales. Maintenant que des administrations ont consacré des efforts et des ressources pour analyser les implications de la technologie numérique sur la participation civique de façon générale, il est peut-être temps qu'elles se concentrent sur des politiques et des programmes portant sur les enjeux relatifs au contenu (sa création et cocréation, l'engagement envers celui-ci et sa disponibilité) plus particulièrement.

Les technologies numériques sont transformatrices, comme le reconnaissent les stratégies numériques et comme nous l'avons illustré plus tôt dans le présent rapport. Le numérique n'est désormais plus simplement une question d'utilisation d'outils nouveaux; il s'agit de modifier la façon dont nous faisons les choses – et la façon dont les organismes artistiques et les artistes font les choses. Nous passons maintenant à la couche suivante, depuis la transformation sociétale et les stratégies numériques des administrations aux initiatives prises au niveau de l'administration des arts. Nous examinons si ces initiatives font la promotion d'une transformation importante ou d'une adaptation mesurée aux réalités numériques.

3.2. Émergence du thème numérique dans les politiques et les stratégies sur les arts

Des stratégies numériques précises concernant les arts à un niveau national ou sous-national ont été de façon générale élaborées après la préparation de stratégies numériques nationales. Nous croyons

qu'elles fournissent des renseignements plus pertinents pour le Conseil; on en fait un examen dans la présente section.²³

Deux administrations qui ont visé plus précisément les technologies numériques sont le Québec et la Belgique, et elles donnent des exemples de l'approche adoptée pour viser directement le numérique. Nous examinons ensuite la place qu'occupent les technologies numériques dans la planification stratégique de plusieurs autres administrations. Enfin, la présente section résume les dernières nouveautés dans quatre administrations différentes – le Québec, l'Ontario, l'Écosse et le R.-U. – l'accent étant mis sur quatre organismes de financement ou subventionnaires. Ces administrations ont été choisies parce qu'elles témoignent toutes d'une expérience intéressante et pertinente pour le Conseil des arts du Canada.

3.2.1. Plans numériques au Québec et en Belgique

Les deux administrations qui présentent un plan culturel numérique explicite sont le Québec et la Fédération Wallonie-Bruxelles en Belgique.²⁴

Le **Québec** Le Québec a lancé son processus de planification de la culture numérique en 2010, dans le cadre d'une consultation exhaustive des intervenants du secteur des arts et de la culture, coordonnée par le Conseil des arts et des lettres du Québec (**CALQ**) et la Société de développement des entreprises culturelles (**SODEC**). Les consultations et les mémoires connexes ont mené à l'élaboration de la stratégie culturelle numérique de la province, publiée au début de 2014.

La stratégie numérique a été exposée en détail sous la forme d'un plan culturel numérique de sept ans. Il a été publié plus tard en 2014, avec l'annonce du budget provincial. Les neuf objectifs ont été comprimés en trois grands secteurs d'intervention :

- création de contenu culturel numérique;
- innovation pour s'adapter à la culture numérique;
- diffusion de contenu culturel numérique dans le but d'en assurer l'accessibilité.

Plus de 50 initiatives ont été lancées, coordonnées par le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ) et entreprises par divers organismes publics et organismes financés.

La **Fédération Wallonie-Bruxelles** en Belgique est en train d'élaborer un plan culturel numérique fondé sur le modèle du Québec; ce plan en est actuellement à l'étape de la consultation. Au Québec comme dans la Fédération Wallonie-Bruxelles, un ministère est chargé de la conception et de la coordination de la stratégie ou du plan, mais de nombreux organismes sont (ou seront) chargés de sa mise en œuvre. La prolifération de nouvelles initiatives et l'adaptation d'initiatives et de programmes existants pour tenir compte des réalités numériques ont amené le Québec à centraliser la coordination, l'information, la surveillance et l'évaluation des initiatives. Des organismes culturels belges ont préconisé un portail culturel numérique et centralisé une plateforme de billetterie ou

²³ Fait intéressant, le Conseil des arts du Canada n'est pas le seul à considérer que le stade actuel se prête à l'élaboration d'une stratégie numérique. Le National Arts Council de Singapour commence à peine les recherches en vue d'élaborer une stratégie des arts numériques pour Singapour.

²⁴ L'Australie dispose d'un plan national sur le contenu numérique qui renvoie au contenu culturel, mais pas aux arts comme tels. Voir Gouvernement de l'Australie, *Creative Industries: a Strategy for 21st Century Australia*, août 2011.

guichet unique, tandis que le Québec dispose d'un site web exhaustif présentant les détails de chacune des 50 initiatives et plus du plan.

Au Québec, le MCCQ adopte une approche graduelle en ce qui concerne la mise en œuvre du plan culturel numérique, en particulier en ce qui concerne le secteur des arts. Les premières années du plan ont mis l'accent sur la création de contenu culturel numérique, de nouveaux programmes de financement étant administrés par le CALQ à cet égard. Dans la présente (troisième) année, l'objectif du MCCQ est d'encourager plus de partenariats ou d'accompagnement entre les organismes artistiques plus grands et plus petits, le partage des connaissances et des « leçons apprises » en matière de numérique, et une attention plus grande sur l'accès et la découvrabilité. Étant donné que les premiers projets remontent seulement à 2014-2015, on ne dispose pas encore d'une évaluation.

Technologie numérique pour la création et l'édition d'œuvres littéraires

[Revue bleuOrange](#) est un magazine montréalais qui publie des œuvres littéraires qui ont recours aux technologies numériques comme partie intégrante de la démarche créatrice. Des

3.2.2. Stratégies numériques des organismes de financement des industries artistiques et culturelles

Pour ce qui est des stratégies numériques des organismes de financement des arts, deux orientations générales dans l'approche sont évidentes :

- **Approches horizontales : le numérique intégré à des stratégies globales** – stratégies où les technologies et supports numériques englobent tous les niveaux de l'organisme, dans tous ses programmes et activités (adoptant une approche horizontale des technologies numériques, où le numérique est intégré dans les programmes)
- **Approches verticales : le numérique comme point d'attention précis** – des plans stratégiques qui contiennent des objectifs précis relativement aux plateformes et technologies numériques (adoptant une approche verticale des technologies numériques, avec un financement propre à une discipline et des initiatives ciblant des projets numériques)

Approches horizontales

- **ACE** est guidé par un plan stratégique décennal (2010-2020) comportant cinq objectifs. Les objectifs sont vastes et ne portent pas précisément sur le numérique. La stratégie numérique d'ACE est plutôt saisie dans une [politique médiatique créative](#) (2013) dont le but est d'appuyer l'amélioration de la qualité, l'accroissement de la quantité et l'élargissement de la portée en ce qui a trait au contenu numérique et aux expériences qu'on en tire dans le secteur des arts et de la culture afin de stimuler le développement artistique et économique et la croissance des publics.
- **Creative Scotland**, dans son plan stratégique décennal, a précisé que le numérique est un thème général qui transcende tous les objectifs de l'organisme. Les responsables examinent si et comment les bénéficiaires de financement mettent en œuvre ce thème général.
- **Creative New Zealand** a deux priorités générales (non exprimées dans son plan stratégique, mais dans des rapports d'évaluation du financement) relativement à ses programmes de

financement de toutes les formes d'art. L'une de ces priorités est d'appuyer « des projets ou programmes d'activités qui comportent l'utilisation novatrice et rentable de technologies numériques pour créer des œuvres de grande qualité en Nouvelle-Zélande ou pour engager les publics et interagir avec eux ».

Là où le numérique a été mentionné comme un thème prédominant (comme dans le cas d'ACE et de Creative Scotland), le financement à l'intention des organismes artistiques a été réorganisé de façon à refléter ce thème prédominant. Ainsi, on encourage les organismes artistiques qui demandent un financement à démontrer que les technologies numériques font partie de leurs stratégies et plans d'affaires. Par contre, en même temps, les programmes de financement comportent de vastes paramètres et il n'existe aucun volet de financement qui appuie précisément les technologies numériques dans le cas de ces deux organismes.

Approches verticales

- En ce qui concerne le **CALQ**, le « numérique » est un objectif du plan stratégique et il existe des volets de financement précis pour appuyer une utilisation accrue des technologies numériques par les organismes artistiques. En ce sens, le numérique est compartimenté comme un élément distinct, ayant ses propres programmes ciblés. Les arts numériques forment également une discipline artistique particulière, distincte du théâtre, du film, de la littérature ou d'autres disciplines artistiques et, à ce titre, les programmes de financement du numérique sont administrés par des agents et évalués par des jurys affectés exclusivement à cette discipline. L'expertise numérique profonde de l'organisme de financement est établie à l'intérieur de ce vase clos numérique.
- Un grand nombre d'organismes de développement du secteur de l'industrie de la création continuent de s'en tenir aux approches verticales, malgré l'intégration du contenu sur le web. Par exemple, dans le cas de la **SODIMO**, l'évolution technologique et le numérique sont les principaux thèmes que l'on retrouve dans le plan d'affaires 2015-2016 de l'organisme. Des initiatives numériques sont appuyées dans des volets de financement propres à une discipline (p. ex., livres, magazines, musique, film), mais il y a aussi un objectif ciblé relativement au numérique, ainsi qu'un volet de financement précis pour les supports numériques interactifs. Bien que la SODIMO ait créé des initiatives et de nouveaux programmes pour relier les secteurs créateurs individuels, elle reconnaît que les secteurs de l'industrie demeurent significativement différents de sorte qu'ils évoluent en grande partie dans des secteurs verticaux.

3.3. Résumé des stratégies numériques dans les arts

Les organismes de financement des arts qui ont établi des stratégies relativement aux arts et aux technologies numériques ont tendance à les articuler autour de cinq thèmes – dont trois sont parallèles à la catégorisation de l'incidence de la technologie sur les arts, comme il est décrit à la section 1 (création, diffusion et renforcement des capacités), et deux sont nouveaux (innovation/R-D et inclusion sociale).

- La **création** de nouvelles œuvres et l'adaptation d'œuvres existantes aux formats numériques; encourager l'excellence créative;
- **Accès** à l'aide de moyens numériques à des œuvres artistiques et des plateformes artistiques; diffusion numérique d'œuvres d'art; rayonnement international des artistes et de leurs œuvres;

- Encourager l'**innovation** numérique et la **R-D** dans de domaine des arts;
- Acquérir des compétences numériques; permettre aux organismes artistiques d'utiliser mieux et plus efficacement les technologies numériques dans le marketing, la promotion, le développement des publics et les activités quotidiennes (**renforcement des capacités**);
- Promouvoir l'**inclusion sociale** par les arts, et plus particulièrement permettre à des groupes marginalisés de tirer parti des technologies numériques dans les arts.

Pour résumer les distinctions que fait le présent rapport à la section 3, le tableau ci-dessus énumère les buts (que l'on peut également appeler « priorités » ou « objectifs », selon l'organisme) des principaux plans culturels et stratégiques examinés plus haut, p. ex. ACE, Creative Scotland, CALQ et SODIMO.

Où le Conseil des arts se situe-t-il dans ce cadre d'analyse? Le nouveau modèle de financement et la nouvelle stratégie du Conseil semblent relier ces deux démarches dans une certaine mesure, en considérant le numérique à la fois comme un thème prédominant et en établissant un objectif précis pour le numérique. Ainsi, comme on l'a indiqué plus haut, le Conseil s'engage à « accentuer la qualité, la portée et le partage de l'art au Canada grâce au numérique » (un des quatre buts ou engagements énoncés dans le plan stratégique). Cette formulation peut aller un peu au-delà de celles de Creative Scotland et de Arts Council of England – mais elle est moins directe que celle du CALQ.

En même temps, la nouvelle approche de financement du Conseil, avec ses six grands programmes qui remplacent de nombreux programmes propres à une discipline, permet d'intégrer des approches et des technologies numériques dans tous les programmes, et ce de façon horizontale. Dans le présent cadre comparatif, le Conseil semble à la fois avoir adopté la souplesse, qui constitue en partie un reflet du nouvel environnement numérique, ainsi que la nécessité de tirer parti du potentiel du numérique.

À mesure que les artistes explorent et élargissent leurs propres façons de tirer parti des technologies numériques, ils tirent profit de l'occasion de créer des œuvres de nouvelles façons : en collaboration, sans tenir compte de la distance et du temps (facilité par leur accès généralisé à des réseaux haute vitesse à large bande, des logiciels et du matériel informatique, et des compétences en matière de codage et de données), avec de nouveaux partenaires créatifs (notamment des scientifiques, des chercheurs ou des codeurs de logiciels) et en interaction (en faisant participer les utilisateurs à des expériences cocreatives grâce à la réalité virtuelle, au codage de source ouverte et à diverses façons de partager le contenu). Ils participent plus étroitement à la diffusion de leurs œuvres, que ce soit par une autopublication, la création de plateformes partagées pour l'accès en ligne à leurs œuvres, ou la conception d'installations très interactives dans des espaces d'exposition. À mesure que la pratique artistique évolue et est transformée, il en est de même pour les politiques et les programmes auxquels les artistes peuvent accéder pour appuyer leur pratique.

4. Stratégies, programmes et initiatives appuyant l'adoption du numérique

Dans cette section, Nordicity décrit les programmes et initiatives numériques dans plusieurs administrations et organismes artistiques et culturels. Suivant le cadre créé à la section 3.2.3 ci-dessus, ces programmes et initiatives sont catégorisés par thème, à savoir : création, innovation et R-D, diffusion et accès, renforcement des capacités, et inclusion sociale.

Ces programmes ou initiatives n'ont pas été choisis en tant qu'exemples de pratiques exemplaires, même si nous faisons rapport sur les évaluations lorsqu'elles sont disponibles. En outre, la présente étude n'était pas destinée à fournir un profil exhaustif des organismes de financement des arts

numériques au pays et à l'échelle internationale. Au contraire, les stratégies, initiatives et programmes ont été choisis dans le but de fournir une perspective géographique générale afin d'illustrer des approches qui sont novatrices ou différentes de celles utilisées antérieurement par le Conseil, ou pour fournir des réflexions intéressantes relativement aux arts et technologies numériques. Selon l'expérience de Nordicity, les organismes de financement des arts et de la recherche au R.-U. ont été particulièrement novateurs dans l'élaboration de nouveaux modèles et initiatives de financement dans ce domaine; en conséquence, un accent particulier est mis sur les programmes du R.-U. dans cette section. Quelque 20 programmes/initiatives étudiés sont présentés au tableau 1 ci-dessous.

Tableau 1 : Programme et initiatives étudiés

Thème	Administration	Programme (organisme)
Le numérique dans la création artistique	Canada (national)	Programme de production à micro-budget (Téléfilm Canada)
	Canada (Colombie-Britannique)	Arts Innovation Fund (Creative BC) Programmes spéciaux (BC Arts Council)
	Canada (Québec)	Mesure d'aide à la création et au développement de contenus culturels numériques originaux (CALQ)
	R.-U. (Écosse)	Open Project Funding (Creative Scotland)
	France	Dispositif pour la création artistique multimédia et numérique (DICRéAM) (un programme du Centre national du cinéma et de l'image animée)
Innovation et R-D	Canada (Québec)	Culture pour tous
	R.-U. (national)	Digital R&D Fund (Nesta)
	É.-U. (au niveau des États)	New York State Council for the Arts
	Pays nordiques	Événement culturel nordique de l'année : Digital 2015-2016 (Fonds culturel nordique)
Diffusion et accès	Canada (Québec)	La Fabrique culturelle
	Canada (Ontario)	Digital R&D Fund (Nesta)
	France	Dispositif pour la création artistique multimédia et numérique (DICRéAM) – aide à la diffusion (Centre national du cinéma et de l'image animée)
	R.-U. (national)	UK-India 2017 (British Council)
Renforcement des capacités	Canada (national)	Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC) Divers programmes (ministère du Patrimoine canadien)
	Canada (Ontario)	Conseil des arts de l'Ontario
	R.-U. (Angleterre)	Funding for National Portfolio Organizations (Arts Council England), Regularly Funded Organizations (Creative Scotland), et Arts Council of Wales
	É.-U.	DataArts
	Australie	Australian Culture Fund - Creative Partnerships Australia
Inclusion sociale	Canada (Québec)	Scènes ouvertes (Société des arts technologiques)
	R.-U. (Écosse)	projet pilote numérique Time to Shine (Creative Scotland)
	Canada (national)	Programme de production à micro-budget (Téléfilm Canada)

4.1. Le numérique dans la création artistique

Les organismes artistiques qui reçoivent des fonds d'organismes de financement publics ou privés reconnaissent que les technologies numériques ouvrent des perspectives très intéressantes pour créer et collaborer dans le temps et l'espace, faisant disparaître les limites de la collaboration en personne. Ceux qui adoptent avec succès le numérique ont créé des œuvres plus participatives, interactives, faisant s'estomper la démarcation entre « artiste » et « public » et permettant aux publics de vivre une expérience artistique plutôt que de « consommer » l'art de façon passive. En même temps, les organismes artistiques font face à des défis de financement pour investir dans de nouvelles œuvres numériques ou pour convertir des œuvres existantes aux formats numériques.

Pour répondre à ces préoccupations et réaliser leurs priorités en matière de création de contenu numérique, de nombreux organismes de financement des arts et de l'industrie créative comptent sur des programmes de financement pour le développement (recherche, prototypage, essais, etc.) et la production d'œuvres numériques. Par exemple, le Conseil des arts et des lettres du Québec appuie la Mesure d'aide à la création et au développement de contenus culturels numériques originaux et Creative BC administre le Arts Innovation Fund et le Interactive Fund. Le Dispositif d'aide pour la création artistique multimédia et numérique (DICRÉAM) de la France, créé en 2002, appuie des œuvres interdisciplinaires novatrices aux étapes du développement et de la création, et fournit des fonds pour l'exposition d'art numérique. Des exemples supplémentaires sont décrits ci-dessous.

4.1.1. Exemples de programmes de soutien à la création

Divers organismes de financement ont adopté des démarches légèrement différentes pour le financement de projets de contenu numérique, soit en appuyant des produits pendant le cycle développement-production-diffusion, soit en encourageant des partenariats, soit en éliminant les distinctions entre les activités ou les formes d'art.

Nordicity a exploré les initiatives et programmes suivants qui appuient le numérique dans la création artistique :

- Programme de production à micro-budget de Téléfilm
- Le fonds de soutien à la création artistique numérique dans la région Auvergne-Rhône-Alpes de France
- Grants for the Arts du Arts Council England
- Approche du British Council concernant l'économie créative

Chacune de ces initiatives est abordée ci-dessous.

Appuyer des projets depuis le développement jusqu'à la diffusion : programme de production à micro-budget de Téléfilm

Ce programme appuie financièrement des longs métrages ou des projets narratifs axés sur le web au cours de leur cheminement dans les étapes du développement, de la production, de la diffusion numérique et de la promotion. Créé pour soutenir des premiers films ou des premiers projets narratifs axés sur le web de producteurs (quoiqu'il ne s'agisse pas de projets d'art numérique comme tels), le programme offre des subventions relativement modestes (jusqu'à 112 500 \$ dans le cas des projets narratifs axés sur le web, comparativement à l'investissement moyen de 700 000 \$ de Téléfilm dans la

production de longs métrages destinés au cinéma). Outre le travail de Téléfilm et de l'ONF dans cet espace, le Conseil des arts du Canada appuie également la pratique indépendante dans le domaine cinématographique.

Dans le cadre d'une entente avec l'Office national du film (ONF), des projets axés sur le web financés par Téléfilm peuvent être mis à disposition sur le site de téléchargement de vidéos de l'ONF (ce qui peut générer des revenus pour le créateur du projet). De fait, il s'agit d'une exigence que doit remplir un demandeur, de même que l'utilisation d'au moins une autre plateforme numérique (souvent YouTube, quoique l'on puisse utiliser des plateformes mobiles, des plateformes web ou d'autres plateformes numériques)²⁵. Fait intéressant, dans le cas de ce fonds, Téléfilm a aussi conclu une entente avec la firme internationale Technicolor, qui offre des services de codage numérique sans frais pour les projets financés.

Également unique au programme de production à micro-budget se trouve l'exigence selon laquelle la somme de 7 500 \$ de la contribution de Téléfilm au projet doit être consacrée à un expert en marketing numérique et une autre tranche de 15 % de la contribution doit servir à la promotion et à la diffusion. Ainsi, les aspects liés à la création, la production, le marketing/promotion et la diffusion sont intégrés au projet dès le départ²⁶. Alors que Téléfilm, le Fonds des médias du Canada et l'ONF travaillent avec des producteurs cinématographiques, télévisuels et numériques dans un contexte commercial, le Conseil des arts du Canada soutient financièrement la pratique indépendante dans le domaine cinématographique sans cette orientation commerciale.

Encourager des partenariats créatifs : le fonds de soutien à la création artistique numérique (SCAN)

Ce fonds appuie la recherche, les essais ou la création de projets numériques sur n'importe quel support artistique (arts visuels, vidéo, littérature, conception, etc.) présentés par des artistes ou des organismes de la région Auvergne-Rhône-Alpes de France. Le financement prend la forme d'une subvention pouvant aller jusqu'à 25 000 € (la moyenne étant de 8 000 €), et quelque 20 à 25 projets sont appuyés annuellement.

Les lignes directrices du Fonds SCAN stipulent que l'un des buts du Fonds consiste à encourager un langage commun de pratique entre les artistes, techniciens et ingénieurs, et, à ce titre, les projets qui réunissent des participants de chacun de ces secteurs obtiennent la préférence. Les projets transmédiés (réunissant des formes d'arts multiples, utilisant des technologies numériques) sont également privilégiés. Le mandat de l'administrateur du Fonds comprend la facilitation de ces partenariats : être au courant des intervenants commerciaux ainsi que des recherches, des arts et de la technologie dans la région; et structurer des réseaux d'établissements d'enseignement, de

²⁵ Autre fait intéressant, le site web de l'ONF est à la fois un véhicule pour télécharger les films produits par l'ONF et pour accroître l'exposition à des projets appuyés financièrement par le Programme de production à micro-budget.

²⁶ En tant que programme fondé sur des subventions, le Programme de production à micro-budget est semblable aux programmes de financement du Conseil des arts du Canada, même si le Conseil ne participe pas aux aspects créateurs du projet dans la mesure où Téléfilm le fait avec le Programme de production à micro-budget. En outre, les programmes de Téléfilm présentent une orientation nettement plus commerciale, ce qui cadre moins avec les pratiques créatives indépendantes appuyées par le Conseil des arts.

développeurs de technologies, de fabricants de logiciels, de galeries et d'installations d'exposition, et d'artistes.

Financement de projet ouvert : Grants for the Arts du Arts Council England

Ces subventions sont « ouvertes » en ce sens qu'elles ne se limitent pas à des formes d'art précises; il n'y a pas de volet distinct pour les supports numériques ou d'autres formes d'art. Le financement est également « ouvert » en ce sens qu'il appuie la recherche, le développement, la création, la diffusion, le marketing, le perfectionnement professionnel, l'infrastructure et d'autres aspects. Un projet seul peut recevoir des fonds pour plus d'un type d'activité (p. ex., création et marketing). Le modèle de financement est relativement nouveau; par conséquent, il est trop tôt pour en évaluer le succès ou mesurer ses résultats.

Le financement ouvert de projets signifie que l'on adopte une approche différente du financement de la création, en n'isolant pas la création dans un volet de financement précis. De fait, plusieurs autres fonds sont axés sur la création, p. ex. le CNC, le BC Arts Council, le CALQ, Creative Scotland, et maintenant le Conseil des arts du Canada. À cet égard, les artistes et les institutions artistiques peuvent mettre de l'avant des projets qui font intervenir la création ainsi que d'autres aspects du développement, de la diffusion, du développement des publics, etc.

Artistes utilisant la technologie numérique en création

L'artiste en électronique [Rafael Lozano Hemmer](#) développe des installations interactives au carrefour de l'architecture et de la performance. Son intérêt principal consiste à créer des plateformes pour la participation du public en modifiant des technologies comme la robotique, la surveillance informatisée ou les réseaux télématiques. Inspirées par la fantasmagorie, le carnaval et l'animatronique, ces œuvres d'ombres et de lumières sont des « anti-monuments pour organisme étranger ».

[Ways of Something](#) (2015) de Lorna Mills est une nouvelle version en quatre parties du documentaire *Ways of Seeing* que John Berger a réalisé en 1972 pour la BBC et qui remet en question et critique les modes de représentation. Mills a invité plus de 110 artistes canadiens et internationaux qui travaillent couramment en 3D, remixage de film, prestations webcam, à contribuer avec des segments d'une minute à sa nouvelle version. Les vidéos « remettent en question non seulement le rapport entre le texte de Berger et les visuels montrés, mais aussi le rôle de la technologie, ainsi que le nouveau statut des espaces et images manipulés et générés par ordinateur ».

[Marie-Hélène Parant](#), une artiste visuelle et des nouveaux médias de Québec, utilise un outil interactif qu'elle a elle-même mis au point et qui est fondé sur le mouvement du corps, Sketch-In, pour tenir compte de notions de transformation d'êtres et leur environnement. Son installation *Fluxus*∞ (2015) est transformée par différents types flux de données Internet de l'actualité environnementale et énergétique sur Twitter et par la présence des personnes près

Soutien de l'économie de la création par le British Council

Un objectif du British Council est de relier le secteur de la création à celui de la technologie, en particulier dans les économies émergentes. Le British Council met à profit ses réseaux de confiance et ses relations avec des institutions établies – et persuade les créateurs britanniques d'essayer une technologie plus expérimentale dans des milieux étrangers.

- À titre d'exemple, « Culture Shift » de 2013 organisé par le British Council en Russie avec plusieurs partenaires. Il s'agissait d'un hackathon de 48 heures partout en Russie qui mettait au défi des institutions artistiques de trouver des solutions créatrices pour atteindre divers publics – en plus de travailler à des prototypes visant à les mettre à l'avant-scène.
- Un autre exemple est celui de « Playable City » développé par le Watershed Arts Centre à Bristol – un chef de file dans l'utilisation de processus itératifs et de pensée créatrice. Il a mis au point un antidote au dialogue de la 'ville intelligente' des dernières années. Des prototypes de Playable City au centre-ville de Bristol ont été amenés au Brésil, au Japon et au Nigéria pour vérifier l'espace social, l'interaction sociale et le rôle de la technologie et de l'art dans des milieux complètement différents.

4.1.2. Facteurs à prendre en considération concernant la technologie numérique et la création

L'une des préoccupations les plus souvent soulevées au sujet de programmes d'appui à l'utilisation de la technologie numérique – que ce soit pour la création, la diffusion ou le renforcement des capacités – concernait la culture numérique au sein de l'organisme de financement ainsi que parmi les organismes artistiques bénéficiaires et les artistes eux-mêmes. Une autre préoccupation commune a trait à l'administration efficace du financement et au rythme du changement dans le monde numérique. Ces préoccupations sont expliquées plus loin.

Culture numérique des demandeurs

Dans un grand nombre des administrations examinées, les administrateurs de fonds ont constaté un manque général d'aise ou de familiarité avec les technologies numériques pour la création dans le secteur des arts. En effet, la question de la culture numérique transcende la création, l'innovation, la diffusion, le renforcement des capacités et l'inclusion sociale. Certains programmes, comme l'appui de Nesta pour la R-D dans les arts, ont explicitement énoncé comme objectifs l'expérience réelle des administrateurs/créateurs d'art travaillant avec des entreprises techniques.

De toute évidence, certains organismes artistiques ont adopté rapidement et avec enthousiasme les technologies numériques dans la création de nouvelles œuvres, comme on l'a indiqué à la section 2.2 du présent rapport. Quoi qu'il en soit, en particulier lors des premières années de mise en œuvre de leurs programmes de financement, les administrateurs ont observé ce qui suit :

- de nombreux projets n'étaient pas vraiment innovateurs (par exemple, sites web améliorés, versions PDF de livres déjà publiés, etc.),
- un grand nombre d'entre eux n'étaient probablement pas réalisables (témoignant du manque de familiarité des demandeurs avec les technologies numériques appropriées – une question de capacité organisationnelle),
- de façon générale, les projets n'étaient pas bien élaborés.

Le rôle de l'administrateur de fonds (p. ex., agent de projet) était d'autant plus crucial pour ce qui est de conseiller les demandeurs et de réunir d'éventuels partenaires du projet.

Culture numérique des administrateurs de fonds

Que les demandes soient évaluées par le personnel affecté au financement ou par des évaluateurs pairs externes (p. ex., jurys), certaines personnes interviewées ont fait remarquer qu'il est difficile de

trouver une expertise convenable en technologie ou contenu numérique. Dans le cas de fonds plus établis comme DICRéAM, qui a développé une expertise interne et incubé un secteur des arts possédant une culture numérique, l'expertise en matière de technologie ne pose pas problème. Cependant, d'autres administrateurs de fonds ont souligné l'effort important requis pour mettre les gestionnaires de programme au fait des technologies et de leurs utilisations éventuelles dans la création artistique. Certains ont fait remarquer qu'il ne suffit pas pour les gestionnaires de programme d'assister à des festivals ou des salons professionnels. Ils doivent être bien renseignés au sujet des artistes, des développeurs de technologies, des développeurs de jeux et de logiciels, des installations de recherche et d'autres intervenants dans l'écosystème des arts numériques.²⁷

Souplesse et rapidité du processus

Si elles sont trop contraignantes, les lignes directrices relatives aux fonds pourraient freiner l'innovation, empêchant des projets qui font intervenir des approches nouvelles ou imprévues de prendre forme. Cette observation vaut tout autant pour les programmes qui ciblent la création que pour ceux qui ciblent l'innovation, la diffusion et le renforcement des capacités. De nombreuses personnes interviewées ont souligné la nécessité de critères d'admissibilité de projets souples, passablement ouverts. Elles ont fait remarquer qu'il est plus simple de préciser les genres de projets qui ne sont pas admissibles que de préciser ceux qui le sont. En revanche, certains organismes de financement ont donné des exemples de projets qui pouvaient être financés, tout en laissant les lignes directrices sur le financement relativement ouvertes. C'est le cas de cette approche, par exemple, avec le volet « Initiatives stratégiques » du Fonds du Canada pour l'investissement en culture (administré par le ministère du Patrimoine canadien), et Grants for the Arts d'ACE.

Un enjeu souligné découle de la difficulté à prévoir l'orientation que les nouvelles technologies numériques prendront dans un environnement qui évolue rapidement. Compte tenu du décalage entre l'élaboration de lignes directrices relatives aux fonds, leur publication et les délais pour présenter des demandes, les lignes directrices qui sont trop contraignantes pourraient par inadvertance empêcher des demandeurs d'utiliser les technologies ou approches les plus récentes. Dans cet environnement, il est facile de conclure qu'une élaboration des lignes directrices et un traitement plus rapide des demandes par les administrateurs de fonds peuvent aider à atténuer les goulots d'étranglement lorsque la rapidité est importante. En Australie et en Nouvelle-Zélande, les organismes de financement des arts ont introduit des « subventions rapides », offrant de petites subventions aux artistes et aux organismes artistiques communautaires, le temps de traitement des demandes étant rapide.

4.2. Stratégies et programmes pour l'innovation et la R-D

Les technologies numériques permettent aux organismes artistiques d'amener leurs pratiques artistiques au-delà des limites d'une seule discipline artistique, et même au-delà des arts. Ces expérimentateurs et innovateurs numériques travaillent souvent en collaboration avec d'autres organismes artistiques ou artistes, ingénieurs, universitaires, scientifiques et experts d'autres domaines pour réaliser des projets pluridisciplinaires. La plupart des organismes artistiques interrogés dans d'autres administrations ont des sites web, une présence dans les médias sociaux et souvent la capacité de vendre des billets (et parfois de la marchandise) en ligne. Étant donné que l'on croit que

²⁷ Il y avait par contre des exceptions. Par exemple, le Conseil des arts de l'Ontario estimait que les agents et les participants aux jurys faisaient de réels efforts pour être au courant de la plus récente application technologique. Dans le cas du CAO, la connaissance du numérique n'était pas un problème central.

les innovateurs numériques sont plus susceptibles de prendre des risques, de tenter des expériences, de réseauter et, s'ils reçoivent des fonds publics, de partager leurs expériences, diverses administrations ont cherché à stimuler la R-D et l'innovation parmi leurs bénéficiaires de subventions.

4.2.1. Exemples de programmes de soutien à l'innovation

Certaines administrations, notamment les É.-U. (au niveau des États), le R.-U. et le Québec ont créé des programmes qui appuient l'innovation dans les arts. Ils peuvent appuyer des projets plus expérimentaux ou risqués, appuyer des projets de R-D reliés aux arts ou fournir un « laboratoire » virtuel pour l'échange d'idées entre artistes, universitaires, scientifiques et le grand public (Culture pour tous, Québec). Nordicity a exploré les programmes et initiatives suivants qui encouragent l'innovation et la R-D dans les arts :

- New York State Council for the Arts
- Nordic Culture Fund
- Digital R&D Fund de Nesta
- Lab culturel au Québec

Chacune de ces initiatives est abordée ci-dessous.

Encourager la prise de risques : NYSCA et le Nordic Culture Fund

Le programme Electronic Media and Film du NYSCA appuie des organismes artistiques qui présentent des projets qui ont recours à la technologie comme partie intégrante de la forme d'art, plutôt que comme une plateforme ou un moyen de communication. Au sein de ce programme se trouve une initiative, « Workspace, Art and Technology », qui octroie de petites subventions (habituellement de 5 000 à 10 000 \$ US) aux organismes artistiques pour « encourager la recherche et l'expérimentation, appuyer des entreprises risquées et stimuler la créativité et l'imagination » en dehors des activités régulières des organismes. Lancée en tant que projet pilote il y a trois ans, l'initiative permet aux organismes artistiques de « rêver » et d'explorer plus d'applications technologiques de pointe dans les arts. Bien que l'on encourage la prise de risques et que des projets puissent échouer, le NYSCA exige des demandeurs qu'ils fournissent des descriptions de projet et des buts très précis, et qu'ils fournissent des bilans détaillés quant aux raisons du succès ou de l'échec du projet.

Le Nordic Culture Fund a également lancé une initiative visant à appuyer des œuvres plus innovatrices ou risquées intégrant des technologies numériques, mais a abordé ce soutien de façon très différente du NYSCA. Au lieu de fournir plusieurs petites subventions pour l'innovation, le fonds a appuyé un seul projet d'envergure (contribuant environ 600 000 \$ CA, ou environ 20 % de tout le fonds) que l'on appelle Digital 2015-16. Il a été déterminé que l'art numérique vraiment innovateur, interdisciplinaire, interactif qui met en présence des partenaires de différents pays nordiques allait au-delà de la portée de n'importe quel organisme national de financement des arts, et que le Nordic Culture Fund disposait du mandat et des ressources pour appuyer une œuvre numérique de grande incidence. Le résultat, intitulé « Hybrid Matters », est un projet de bio-art regroupant des éléments de biotechnologie, de sciences de la vie, d'art et de technologie numérique.

Digital R&D Fund (R.-U./Nesta-ACE-AHRC-Creative Scotland-Arts Council of Wales)

Géré par Nesta, le Arts Council of England (ACE) et le Arts Human Resources Council (AHRC) ont conclu un projet de R-D 2012-2015 de sept millions de livres sterling comptant quelque 52 projets. Creative Scotland a aussi participé à 10 autres projets, tout comme le Arts Council of Wales qui a participé à 7 projets.

L'hypothèse opérationnelle était que puisque la R-D fonctionne dans d'autres secteurs, les incitatifs pour intégrer la technologie au secteur des arts donneraient lieu à une plus grande expérimentation, de l'innovation et une adoption de technologies qui feraient avancer la mission des organismes artistiques. Les projets acceptés au financement étaient d'abord ceux qui combinaient des formes d'art, suivis par les arts visuels, le théâtre et des solutions généralement créatives, dans l'ordre. Dans un sens ou l'autre, la plupart des projets visaient à atteindre et engager le public, favoriser l'éclosion de la littérature, établir des liens avec ceux qui sont difficiles à atteindre, et à améliorer la gestion et la collecte de données.

Le programme de R-D de Nesta incluait aussi un sondage complémentaire – une évaluation de l'utilisation et de la capacité numérique des organismes artistiques au R.-U. Il a été réalisé une fois par année sur les trois ans du programme. Diverses mesures d'adoption de la technologie ont été consignées pour tous les aspects de la création, de la présentation, des opérations et des modèles de fonctionnement des organismes artistiques – principalement pour ceux qui reçoivent des fonds, mais aussi pour certains qui n'en reçoivent pas. Le questionnaire de sondage était très approfondi. Par contre, les résultats ont indiqué qu'il existait un certain recul parmi les répondants au sujet de l'utilisation ou de l'utilisation prévue de plateformes numériques d'une année à l'autre. En soi, ce genre de résultat n'est pas nécessairement négatif, car l'organisme artistique peut s'être rendu compte de certaines réalités liées à l'utilisation des systèmes numériques concernés – ce à quoi l'on pouvait vraisemblablement s'attaquer et quels sont les véritables avantages de l'adoption.

Il a été mentionné à l'équipe de projet que l'équivalent gallois du fonds de R-D, toujours en vigueur, comporte une approche quelque peu différente – il cherche davantage à commencer par un problème, et non à s'empresser de trouver une solution avec un partenaire ou un fournisseur de technologies.

- Certaines personnes interviewées ont fait remarquer que la structure d'un programme de R-D dépend de savoir si les résultats souhaités sont l'innovation technologique, la pratique de la R-D ou le rendement financier pur et simple. Comme l'a demandé une personne interviewée, « est-ce que le moteur d'un programme est 'l'objet' ou 'le hasard'? »
- Une autre personne interviewée a souligné que l'on aurait obtenu des résultats plus pratiques et utiles si les thèmes avaient été mieux rattachés aux résultats, plutôt que d'être restés ouverts. Cela aurait pu donner lieu à une attention plus spéciale sur la création d'une plateforme commune de billetterie, par exemple.

Nesta a lancé un programme de suivi d'accélération des arts, fondé sur le principe voulant que ce qui a fonctionné en technologie puisse s'appliquer aux arts. En arts, l'investissement pourrait être social et à but lucratif. Un résultat positif mènerait à une diversification du financement ou des revenus par l'organisme artistique et procurerait peut-être un avantage unique à l'organisation artistique dans sa création, sa présentation ou ses opérations. En général, d'après les entrevues, il semble y avoir un manque d'imagination chez les organismes artistiques pour ce qui est d'améliorer les processus opérationnels. Cela s'explique en partie par la conviction générale que l'innovation dans les arts repose essentiellement du côté artistique de l'activité, tandis que le reste a tendance à faire l'objet d'une adoption tardive.

Pour **Creative Scotland**, il existe une tradition mixte d'industries des arts et de la création, compte tenu de la fusion de Scottish Arts Council et de Scottish Screen. Ce double patrimoine a produit un fonds d'innovation, axé sur le constat que le numérique représentait une force perturbatrice. Il a été principalement déclenché par l'augmentation des médias interactifs et des jeux électroniques et a donné lieu à des inter-arts/médias, p. ex., musique/jeux et diffusion numérique. Il y a eu d'autres programmes axés sur l'innovation, notamment « geeks in residence » (technophiles résidents) dans des organismes artistiques, dans le cadre desquels on faisait appel à des pirates informatiques pour faire des expériences avec la technologie et les arts.²⁸

Le Lab culturel - Culture pour tous (Québec)

Lancé dans le cadre du plan culturel numérique de la province, le Lab culturel est administré par Culture pour tous (un organisme culturel indépendant à but non lucratif). Cette initiative octroie des subventions dans le cas de projets innovateurs, « hors des sentiers battus » qui assurent un plus grand accès des citoyens et une plus grande participation aux arts numériques et à la culture du Québec. Fait intéressant, un critère de financement est que le projet documente les leçons apprises qui pourraient être mises à la disposition d'autres organismes culturels et artistiques. Peu importe que le projet soit une réussite ou un échec, dans les mots mêmes de Culture pour tous, « le processus est aussi important que le résultat ».

Les administrateurs du Lab culturel ont fait remarquer que pour le premier cycle de financement, les demandeurs ont eu besoin d'une plus grande orientation dans l'élaboration et l'exécution de leurs projets que ce que l'on avait anticipé au départ; par conséquent, le Lab culturel consacre plus de ressources à orienter et appuyer les bénéficiaires de financement. Les projets seront également divisés en étapes distinctes, assorties de produits livrables précis aux six mois; ainsi, on atténue le risque concernant le projet étant donné que les projets sont financés d'une étape à l'autre.

4.2.2. Facteurs à prendre en considération concernant la technologie numérique et l'innovation dans les arts

Un certain nombre des défis clés mis en lumière suite aux entrevues et à des recherches avaient trait aux connaissances organisationnelles et sectorielles, et à l'équilibre entre la nécessité d'encourager le risque et le besoin compensateur de le gérer. Ces défis sont décrits ci-dessous.

Mise en pratique des leçons apprises

Dans le cas des initiatives et programmes de financement qui se sont succédé au fil des ans, les administrateurs acquièrent des connaissances sur la façon de structurer des projets numériques, la gouvernance des projets, les nouvelles technologies, les partenaires de projets potentiels à l'extérieur du secteur des arts, les projets réussis, etc. Ces connaissances peuvent être extrêmement précieuses pour les futurs demandeurs de fonds, les chercheurs, les décideurs, etc. De nombreuses personnes interviewées ont fait allusion au fait que ces « leçons apprises » sont rarement documentées ou regroupées en un seul endroit. Cette lacune peut être attribuable à un manque de ressources administratives ou de gestion, au volume des demandes à traiter par de petites équipes, à la perte de mémoire organisationnelle ou à l'absence d'un processus formel d'évaluation des programmes. NESTA

²⁸ L'Australia Council for the Arts a eu une initiative semblable de « pirates informatiques résidents », dont les résultats ont été mitigés. Bien que le programme ait incité de récents diplômés d'un programme technologique à explorer les arts, les organismes artistiques ont eu tendance à traiter ces « pirates informatiques » comme un soutien technique plutôt que comme des collaborateurs clés dans des projets de création numérique.

a été en mesure de saisir une partie de ces connaissances grâce à la publication de son évaluation du Digital R&D Fund, tandis que Culture pour tous publie de brèves « leçons apprises » des projets financés quelques mois après le lancement du projet.²⁹ Au R.-U., The Space, se veut aussi un dépôt d'études de cas et d'apprentissage sur les arts numériques.

L'innovation dans les modèles de fonctionnement

Bien qu'il existe des programmes pour appuyer l'innovation dans la création d'œuvres d'art numériques, l'innovation en ce qui concerne le renforcement des capacités est plus compliquée. Le Digital R&D Fund de Nesta documente les leçons utiles apprises dans le cadre de l'évaluation des programmes de 2016. La conclusion générale de l'évaluation³⁰ était que les projets ont contribué à l'augmentation de la capacité numérique, de la culture numérique et de la confiance des participants financés, mais l'incidence a été bien moindre dans la communauté plus large. On a fait remarquer dans l'évaluation que bien qu'il y ait des répercussions positives précises, les défis associés à l'élaboration de nouveaux modèles de fonctionnement efficaces demeurent. De fait, la question principale que posait l'évaluateur relativement à ce qu'il fallait prendre en considération à l'avenir était de savoir « comment encourager un changement radical, durable dans les modèles de fonctionnement », que l'évaluateur considérait comme critiques pour modifier le paradigme actuel.

Rapprocher les cultures organisationnelles

Encourager l'adoption ou l'élargissement du numérique dans les organismes artistiques signifie qu'il faut rapprocher les artistes et les experts en technologie, et essayer de rapprocher les différentes cultures de chaque côté. Un commentaire concernant les défis pour le programme Digital R&D portait sur les différentes philosophies et même les rythmes de travail qui ont caractérisé les arts par rapport aux organismes de technologie. Les organismes artistiques ont eu tendance à être régis par le calendrier de production, tandis que les compagnies technologiques ont travaillé au lancement de produits et à des mises à niveau constantes. Souvent, des établissements d'enseignement étaient concernés, et ils étaient totalement liés par les horaires des établissements d'enseignement eux-mêmes. Réussir à les faire travailler ensemble constituait un défi.

Financement de l'innovation, de la R-D ou stratégique?

Une leçon apprise des programmes interreliés de Digital R&D au R.-U. est qu'il est essentiel d'envoyer le bon signal aux demandeurs. Ils présenteront des projets différents selon la nature de l'appel. Par exemple, les appels de demandes de fonds produiront des réponses différentes chez les demandeurs, selon qu'il s'agit d'un projet « de R-D », « d'innovation » ou « stratégique ». Bien entendu, la clé du succès est une bonne communication entre l'organisme de financement et les demandeurs, et il semble que plus les critères portent sur ce qui est vraiment nécessaire, meilleures sont les chances d'être plus efficace.

4.3. Accès numérique aux publics et marchés

²⁹ Même si cette approche n'a pas été mise en œuvre, une personne interviewée a suggéré que pour établir une plus grande connaissance collective chez les artistes et techniciens, les artistes financés documentent chaque étape de l'exécution de leur projet. S'inspirant du dépôt à code source ouvert Github, ce dépôt d'art numérique pourrait également rendre le code disponible sur un modèle source ouvert.

³⁰ <http://artsdigitalrnd.org.uk/wp-content/uploads/2016/05/Digital-RD-Fund-for-the-Arts-Evaluation.pdf>

Les technologies numériques permettent aux organismes artistiques d'atteindre et d'engager des publics plus diversifiés et disparates, et de communiquer avec des publics nouveaux et plus jeunes. Grâce aux technologies numériques, les « utilisateurs » auparavant passifs sont transformés en cocréateurs numériques qui peuvent contribuer au contenu, interagir avec celui-ci et influencer sur son orientation. Ces cocréateurs ne sont pas des publics auprès desquels des compagnies commercialisent un contenu; ce sont des participants à la création et à la diffusion de contenu, ayant une influence importante grâce aux médias sociaux et à d'autres outils pour sensibiliser au contenu, le critiquer et le partager avec d'autres communautés en ligne.

Ce ne sont pas tous les natifs numériques qui veulent cocréer, mais ils s'engagent quand même et « exigent » que l'organisme artistique et ses principaux représentants créateurs leur fournissent du matériel en marge des événements réels. La génération plus vieille d'administrateurs d'organismes artistiques et d'artistes est généralement peu accoutumée à ce genre de participation de la génération Y –ce qui peut exiger que l'on repense les interactions avec les adhérents plus récents.

Par contre, en même temps, les organismes artistiques doivent relever le défi de conserver leurs publics « non numériques » et d'offrir leur contenu en ligne et hors ligne. Dans d'autres administrations, certains organismes artistiques soulignent le défi supplémentaire d'attirer des publics qui s'attendent à un contenu interactif, facilement accessible et souvent mis à jour. Essentiellement, les organismes artistiques qui évoluent dans le monde analogue ou physique ont besoin de s'engager envers des publics qui vivent de plus en plus dans le monde numérique.

Les organismes de financement des arts peuvent offrir un éventail de mesures pour relever ces défis, par exemple :

- On doit demander aux demandeurs de fonds de fournir un plan de diffusion/exposition/distribution avec la demande de projet (effectivement, c'est souvent le cas des programmes de financement des industries de la création). L'intention, selon les personnes que nous avons interviewées, est d'encourager les artistes à intégrer des mécanismes de diffusion dans leur œuvre artistique dès le départ, plutôt qu'à la fin de la démarche créatrice.
- Une autre approche consiste à créer des volets de financement pour la diffusion numérique ou le marketing et la promotion, dont il sera question plus loin.
- Une autre approche quelque peu plus radicale consiste à encourager et à appuyer le changement organisationnel.

4.3.1. Exemples de programmes de soutien à l'accès

Nordicity a exploré les initiatives et programmes suivants qui ciblent le marketing ou la diffusion des arts numériques et du contenu culturel :

- Aide à la diffusion de DICRÉAM
- Fonds de marketing des produits multimédias interactifs numériques de la SODIMO
- La Fabrique culturelle de TéléQuébec
- Détermination de la démarche du conseil relativement au financement des subventions et des prix, etc.

Chacune de ces initiatives est abordée ci-dessous. On discutera aussi plus loin de la possibilité de créer des plateformes en ligne, et de la promotion des arts et de la culture sur des marchés internationaux.

Exposition à contenu numérique : Aide à la diffusion de DICRÉAM

Ce programme appuie l'exposition en ligne ou matérielle d'œuvres d'art numérique d'avant-garde. Des subventions allant jusqu'à 10 000 € sont accordées à des festivals, des biennales, des lieux d'exposition ou d'autres présentations publiques de ces œuvres en France, et les projets sont évalués par un jury qui se fonde, entre autres critères, sur la qualité de la démarche de programmation ou d'exposition, et la pertinence de la démarche compte tenu du public potentiel.

Fonds de marketing des produits multimédias interactifs numériques

La SODIMO offre un éventail d'initiatives de soutien à l'endroit des projets de produits multimédias interactifs numériques (PMIN), et un soutien équivalent pour d'autres industries de la création. Le Fonds des PMIN de la SODIMO comporte un volet de soutien au marketing qui offre des contributions allant jusqu'à 50 000 \$ pour des campagnes de marketing associées aux productions qui ont reçu un financement de production des PMIN de la SODIMO. Bien que les aspects relatifs au revenu et au rendement du capital investi soient essentiels pour la SODIMO, le volet de soutien au marketing présente néanmoins un intérêt étant donné qu'il peut appuyer la consultation du créateur avec un spécialiste en marketing en ligne, en relations publiques ou en médias sociaux; la création d'outils promotionnels et de marketing sur mesure pour encourager la visibilité nationale et internationale (p. ex. bandes-annonces, sites web, matériel imprimé), coûts des événements, etc.

Portail du Québec sur le contenu culturel numérique

Lancée en 2014 par Télé-Québec, la Fabrique culturelle regroupe des éléments d'un magazine web, d'un canal vidéo en ligne et d'un site de médias sociaux pour les arts et la culture au Québec. Le contenu est produit à la fois par des équipes de Télé-Québec et par des organismes artistiques et culturels non affiliés, qui peuvent recevoir un financement de projet du CALQ et un soutien de postproduction en nature de Télé-Québec. Le contenu sur le site porte précisément sur le contenu culturel, notamment les arts du cirque, les arts multidisciplinaires, l'art visuel, l'art numérique, le théâtre, la danse, et d'autres disciplines artistiques.

Relations culturelles et accès aux marchés étrangers

Le British Council a lancé UK-India 2017, une initiative visant à mettre en évidence la créativité du R.-U. à des publics en ligne de l'Inde. À cet égard, le British Council financera cinq projets numériques du R.-U. En plus de créer des liens culturels étroits avec l'Inde, cette initiative vise aussi à encourager des collaborations et des recherches créatives entre le R.-U. et l'Inde, à mettre en évidence les « grandes » œuvres numériques du R.-U. et à atteindre et engager de nouveaux publics, en particulier dans le groupe des 18 à 40 ans. Cette initiative fait suite à un projet pilote avec la Chine, et a permis de faciliter de meilleures pratiques entre les organismes artistiques britanniques pour communiquer en ligne avec des marchés passablement difficiles.

Organismes des arts de la scène qui utilisent la technologie numérique

La compagnie d'opéra créative de Montréal Chants Libres a utilisé des technologies visuelles numériques dans sa plus récente principale production d'opération pour la scène [The Trials of Patricia Isasa](#) (première en mai 2016). Cette compagnie axée sur la création incorpore des technologies numériques dans son esthétique pour la scène et les performances depuis plusieurs années déjà.

La compagnie de théâtre **Canadian Stage** a présenté [Helen Lawrence](#) (2014), une collaboration à grande échelle entre l'artiste visuel Stan Douglas et le scénariste de télévision Chris Haddock. La combinaison innovatrice de spectacles scéniques en direct avec en arrière-plan un écran vert vidéo recréait deux décors de Vancouver après la guerre, attirant des partenaires internationaux de coproduction d'Écosse et d'Allemagne.

Le **Festival Shaw** de Niagara-on-the-Lake a présenté son adaptation d'[Alice au pays des merveilles](#) (2016), qui combinait les montages traditionnels, des accessoires motorisés et des

4.3.2. Facteurs à prendre en considération concernant la technologie numérique et l'accès aux œuvres

Le rôle des intermédiaires

Bien que l'on fasse grand cas de l'ouverture du monde en ligne, et de la capacité des créateurs de publier ou d'afficher eux-mêmes leur contenu en ligne avec assez de facilité, se faire remarquer en ligne – la découvrabilité – constitue un défi important. Des moteurs de recherche peuvent attirer d'éventuels utilisateurs/publics/cocréateurs, mais l'optimisation des moteurs de recherche a un prix. Dans le monde non numérique, les intermédiaires tels les radiodiffuseurs, les galeries ou les librairies pouvaient conserver ou recueillir le contenu de façon intelligible afin de créer des grappes de contenu et d'amener les utilisateurs vers un contenu qui les intéressait. En outre, en radiodiffusion, les lois et règlements ont appuyé la réalisation d'un contenu national plus visible et accessible.

Dans le monde numérique, des intermédiaires ont surgi, mais ce sont maintenant des moteurs de recherche, des services de vidéo sur demande par abonnement, des compagnies de téléchargement de musique, des librairies en ligne, des sites de téléchargement de vidéos et des sites de médias sociaux. Ces intermédiaires ont besoin de métadonnées et utilisent l'analyse des données pour déterminer l'importance du contenu et s'ils doivent prendre des artistes dans leur répertoire. La fonction de conservation de ces intermédiaires n'est pas réglementée ni dictée par des considérations de politique publique, mais la visibilité numérique d'une œuvre d'art exige des artistes et organismes artistiques qu'ils aient recours à ces intermédiaires, ou qu'ils créent leurs propres plateformes (dont il est question plus loin).

Complémentarité ou duplication?

Le financement direct de portails ou de plateformes, comme la toute première version de The Space de la BBC, ou la Fabrique culturelle, peut permettre à des projets plus expérimentaux de disposer d'un mécanisme pour rejoindre le public plus large. Cependant, un défi est que ces portails financés remplissent une fonction semblable à des sites de téléchargement de vidéos mondiaux, reposant sur une base très large, financés commercialement comme YouTube ou Vimeo. Par conséquent, les portails web financés peuvent effectivement dédoubler des sites plus visibles et établis. En outre, la découvrabilité de ces portails financés constituera un défi beaucoup plus grand que celui des sites commerciaux, compromettant ainsi la découvrabilité des œuvres numériques présentées sur le portail financé. Par contre, le portail financé peut être utile comme fenêtre d'exposition secondaire ou accessoire pour les œuvres numériques dont la diffusion initiale peut se faire par l'intermédiaire de festivals, d'installations en galerie, de spectacles en direct ou d'autres mécanismes. Leurs fonctions de conservation peuvent avoir de l'importance pour l'objectif de découvrabilité s'ils réussissent à générer un achalandage important.

4.4. Renforcement des capacités numériques des organismes artistiques

Le renforcement des capacités numériques des organismes artistiques peut s'étendre de diverses façons, notamment en encourageant l'élaboration de stratégies numériques organisationnelles, en appuyant la formation et le perfectionnement des ressources humaines en technologies numériques, en faisant un plus grand usage des données financières et sur le public afin de permettre des campagnes de marketing ciblées ou en menant des analyses comparatives de rendement financier, et en investissant des capitaux afin de moderniser l'infrastructure technologique. Par exemple, grâce au

volet des initiatives stratégiques du Fonds du Canada pour l'investissement en culture (administré par le ministère du Patrimoine canadien), de nombreux projets de technologie ayant une portée nationale et des partenaires multiples, ou faisant intervenir de multiples disciplines artistiques, ont été appuyés.³¹

4.4.1. Exemples de programmes de soutien au renforcement des capacités

Nordicity a exploré les programmes et initiatives suivants qui appuient le renforcement des capacités numériques dans les organismes artistiques :

- Mesures clés concernant les organismes artistiques : ACE et DataArts
- Fournir des conseils et une expertise par The Space
- Financement collectif par l'entremise de l'Australian Cultural Fund
- Stagiaires en arts et culture par l'entremise du Conseil des ressources humaines du secteur culturel

Chacune de ces initiatives est abordée ci-dessous.

Mesures clés concernant les organismes artistiques

Quelque 663 organismes du portefeuille national (NPO) financés par ACE, qui auront reçu collectivement plus d'un milliard de livres entre 2015 et 2018, représentent environ 75 % du financement d'ACE. Depuis l'adoption en 2013 de la politique sur les médias créatifs, ACE a encouragé les organismes du portefeuille national à recueillir, partager et utiliser les données sur les publics. ACE veut que les organismes du portefeuille national comprennent mieux leurs publics grâce à une culture de collecte et de partage des données, et c'est ce que permet la technologie numérique.

Plus précisément, ACE a conclu une entente de service avec une entreprise privée de recherche, de consultation et de mesure, The Audience Agency. The Audience Agency recueille les données sur les ventes aux guichets (en ligne et hors ligne), les sondages des publics, les visites des sites web et l'achalandage des médias sociaux pour tous les organismes du portefeuille national. Ces derniers créent leurs propres comptes et ont un accès gratuit aux données – présentées sous la forme d'un tableau de bord – sur leurs publics, ainsi que des données comparables au niveau régional et national. Les organismes du portefeuille national peuvent mieux comprendre les caractéristiques et comportements de leurs publics en ligne et en personne grâce à des données selon l'âge, la région, le site, le segment de marché, etc., et produire des rapports personnalisés afin de permettre une promotion et un marketing plus ciblés, des stratégies d'exposition et de tournée, et un meilleur développement des publics et des affaires³².

³¹ Lors d'une évaluation du Fonds en 2014, on a constaté que plus de 60 % des projets subventionnés entre 2010 et 2014 comportaient un volet numérique. Voir ministère du Patrimoine canadien, Bureau du dirigeant principal de la vérification et de l'évaluation, Direction des services de vérification et d'assurance, « Évaluation groupée des arts : Fonds du Canada pour la présentation des arts, Fonds du Canada pour les espaces culturels (FCEC), Fonds du Canada pour l'investissement en culture (FCIC) », août 2014.

³² ACE a exigé que les NPO s'inscrivent à Audience Finder (l'outil mis au point par The Audience Agency) depuis avril 2016; par conséquent, il est trop tôt pour faire part de résultats.

En outre, ACE a financé un projet de mesures de qualité, dirigé par le secteur des arts et de la culture et avec la participation de 150 organismes du portefeuille national et des musées d'envergure dans le cadre d'un test national (en analysant trois événements, spectacles ou expositions par organisme artistique). Les mesures elles-mêmes consistent en 12 énoncés relativement à la conception de l'événement/spectacle/exposition, la présentation, le caractère distinctif, l'enthousiasme, l'incidence locale et d'autres mesures qui sont évaluées par l'organisme artistique, ses pairs et son public. Les données relatives aux mesures sont téléchargées sur une plateforme en ligne et mises à la disposition des participants au moment où ils explorent le développement des publics, créent un dialogue avec leurs pairs et envisagent de nouvelles œuvres ou initiatives³³

Aux É.-U., le projet **Cultural Data Profile** amorcé par DataArts procure aux organismes artistiques un outil semblable, mais qui a recours à des données financières et relatives aux programmes.³⁴ L'outil est disponible moyennant des frais; quelque 10 000 organismes artistiques remplissent un sondage qui porte sur des intrants relatifs aux finances, à la programmation et aux publics. À partir de ces renseignements, les organismes artistiques peuvent demander, par l'entremise du portail de DataArts, des subventions auprès de fondations, et peuvent produire des rapports et des renseignements précis sur leur rendement financier et en matière de public au fil du temps, et se comparer eux-mêmes par rapport à leurs pairs.

Renforcement des capacités par la commande d'œuvres : The Space

Lancé à l'origine en 2012 en tant que vitrine web pour l'art du R.-U., **The Space** a amorcé récemment un changement important et a adopté un rôle plus important de renforcement des capacités pour les artistes du R.-U.³⁵ Financé par ACE, Creative Scotland, le Arts Council of Wales et le Arts Council of Northern Ireland, la formation et le perfectionnement appuyés par la BBC, The Space commande des œuvres numériques dans trois catégories : (I) œuvres qui enregistrent des spectacles en direct et qui les rendent disponibles sous forme numérique; (II) œuvres qui élargissent l'expérience artistique en direct et (III) œuvres créées sous forme numérique.

- Fait également important, c'est le rôle que joue The Space à l'appui des artistes au niveau des compétences numériques et du développement des publics. Le personnel de The Space peut fournir une expertise et une orientation directes grâce à des projets commandés, depuis l'appui de la création de plans de commercialisation et de distribution, la gestion de projets, le savoir-faire technique, etc.
- The Space organise aussi des événements à l'intention des artistes pour qu'ils apprennent à utiliser les technologies numériques dans les arts, et met des ressources exhaustives à la disposition des artistes qui songent à présenter un projet.
- Finalement, The Space publie des études de cas et des leçons apprises des projets commandés, l'objectif étant d'appuyer l'apprentissage numérique pour la communauté artistique dans son ensemble.

³³ Au moment de rédiger le rapport, Nordicity menait une évaluation du projet Quality Metrics d'ACE et, par conséquent, il était trop tôt pour faire état de résultats quantifiables.

³⁴ L'équivalent canadien est Données sur les arts au Canada (CADAC) : http://www.thecadac.ca/cms/fr/reports_FR.html

³⁵ Auparavant, son orientation était la diffusion par téléchargement, mais maintenant sa nouvelle orientation est celle qui est décrite.

The Space donne un exemple intéressant de mise à profit des compétences et de la technologie d'un partenaire de l'industrie de la création commerciale (la BBC) pour appuyer l'acquisition du savoir-faire numérique chez les organismes artistiques. Étant donné que cette orientation est nouvelle, on ne dispose pas encore de données quant à son succès.

Financement collectif des arts : Australian Culture Fund (ACF) et au-delà

Créé en 2003, mais lancé de nouveau en tant que plateforme en ligne en 2015, l'ACF forme l'une des trois initiatives de financement collectif de Creative Partnerships Australia, un organisme appuyé par le gouvernement qui facilite les dons déductibles d'impôt aux arts.³⁶ Utilisant un format semblable au site de financement collectif Kickstarter, mais se concentrant strictement sur les arts et organismes artistiques australiens, l'ACF permet aux organismes artistiques et artistes de « présenter » leurs projets directement à des donateurs éventuels par le site web d'ACF.

Les donateurs éventuels peuvent choisir des projets d'intérêt et donner aussi peu que deux dollars australiens au projet; les fonds sont amassés et ACF les transfère à l'artiste au terme de la campagne de financement. Bien que de nombreux donateurs soient motivés par l'avantage fiscal, la majorité des dons varie entre deux et cinquante dollars chacun, ce qui laisse entendre que les donateurs sont également motivés par le souhait d'appuyer des artistes australiens. L'an dernier, l'ACF a appuyé plus de 300 projets grâce à des dons totaux de 1,9 million de dollars (australiens). En 2012-2013, le ministère des Arts de l'Australie a octroyé un financement à Creative Partnerships Australia pour des subventions de contrepartie aux artistes (le programme MATCH) et aux organismes artistiques (Plus1).

Ce programme appuie le renforcement des capacités, la création et la promotion. Il mérite qu'on y prête attention, en partie pour la façon intéressante dont le financement public appuie des projets et des organismes qui peuvent démontrer qu'elles partagent des intérêts communs en matière d'engagement. En outre, l'ACF, comme les nombreux sites de financement collectif qui ont émergé depuis sa création, utilise une interface de médias sociaux, où les utilisateurs/adeptes peuvent formuler des commentaires sur des projets, trouver des projets semblables, suivre la progression du financement, visionner le profil des artistes et savoir qui d'autre a appuyé le projet.³⁷ Cela à son tour permet aux artistes et organismes artistiques de recueillir des fonds potentiellement d'un public beaucoup plus vaste que des adeptes locaux, sensibiliser les gens à leurs œuvres et même les promouvoir avant leur création.

Patreon est un exemple intéressant de site de financement collectif qui appuie un financement récurrent. Les artistes et organismes artistiques peuvent chercher du financement pour un éventail de projets, une campagne ou des activités courantes. Bien que les dons soient faibles (le don moyen est tout juste inférieur à 7 \$ US), il pourrait constituer un modèle utile pour appuyer un financement axé sur des projets en situation précaire.³⁸

Stagiaires en arts et culture : Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC)

³⁶ Les dons sont faits à Creative Partnerships Australia, qui est approuvé comme un bénéficiaire de dons déductibles en vertu de l'*Income Tax Assessment Act* de l'Australie.

³⁷ Le Fonds des médias du Canada a aussi appuyé la recherche dans le financement collectif et tient à jour une section de son site web sur la question, à l'adresse canadamediafund.ca.

³⁸ Voir www.Patreon.com.

Pour réunir des représentants de divers organismes artistiques et culturels afin qu'ils se concentrent sur le développement d'une main-d'œuvre culturelle, le CRHSC dispose d'un éventail d'initiatives et d'outils destinés à appuyer la culture numérique dans les organismes artistiques et culturels, la préparation au marché du travail des étudiants ainsi que les organismes de formation dans les arts et la culture. Le CRHSC administre un programme de stages, Jeunesse Canada au travail, pour une carrière vouée au patrimoine, au nom du ministère du Patrimoine canadien. Le programme complète les salaires versés par les organismes artistiques et culturels qui engagent des diplômés récents du niveau postsecondaire pour des mandats de quatre à douze mois. Selon l'expérience du CHRSC, la culture numérique est la compétence la plus recherchée par les employeurs des secteurs artistiques et culturels auprès des stagiaires. En effet, la génération plus jeune de stagiaires possède une connaissance des outils, de la culture et du potentiel des technologies numériques qu'une génération plus vieille de chefs de file du domaine culturel n'a pas. Les stagiaires bénéficient d'un « encadrement » dans ces organismes artistiques et culturels, mais les professionnels des arts et de la culture acquièrent aussi des compétences précieuses en technologie numérique et une compréhension de la culture numérique.

Festivals et autres utilisations propres à un site de la technologie numérique

[New Forms Media Society](#) (NFMS) produit le New Forms Festival annuel ainsi qu'un calendrier sans cesse croissant de présentations publiques à l'année, rehaussant le profil d'artistes, d'arts médiatiques, des pratiques et des mouvements artistiques subversifs et clandestins tant au Canada qu'à l'étranger. Le but de cet organisme est d'unifier les communautés créatives, repousser les frontières conceptuelles et artistiques, et rendre l'art des nouveaux médias, la musique, le film, l'installation axée sur les technologies et les spectacles accessibles à un public plus vaste.

4D Art Lemieux Pilon réalise des projets fusionnant la danse, le théâtre, la musique, les arts visuels et la technologie. Créé par Michel Lemieux et Victor Pilon en collaboration avec Michel Marc Bouchard, [Cité Mémoire](#) (2016) est librement inspirée de l'histoire de Montréal et convie le public à la rencontre d'une multitude de personnages témoins de l'évolution de la ville au fil du temps. Plus de 20 tableaux se déploient en image, en parole et en musique à même le sol et les murs du Vieux-Montréal.

[Portrait Sonore](#) est un organisme indépendant à but non lucratif qui a recours aux

4.4.2. Facteurs à prendre en considération concernant la technologie numérique et le renforcement des capacités

Des initiatives de renforcement des capacités peuvent encourager les organismes artistiques à acquérir l'expertise et la culture numériques, et dans certains cas à mettre à niveau ou développer leur infrastructure technologique. Parce qu'ils comportent souvent des initiatives précises, plutôt que des investissements à long terme, les projets de renforcement des capacités peuvent toutefois présenter des défis pour ce qui est de leur durabilité, comme il est décrit ci-dessous.

Financement en fonction des projets

Un grand nombre d'initiatives de financement examinées dans le présent document octroient un financement en fonction du projet, ce qui permet à des organismes artistiques d'acquérir une

certaines capacités numériques – à la condition qu'elle soit directement reliée au projet. Toutefois, il est possible que les connaissances et les compétences acquises soient éventuellement perdues lorsque les développeurs web et les techniciens auront terminé le projet et passeront à un autre, vraisemblablement pour un organisme différent. L'infrastructure technologique peut être construite par étape, à mesure que les ressources du projet le permettent. Soutenir la capacité numérique une fois que les projets tirent à leur fin devient un défi. Un rapport émanant des É.-U. fait remarquer que les chefs de file du numérique parmi les organismes artistiques relèvent ce défi en adoptant une stratégie numérique à l'échelle de l'organisme.³⁹ Cette stratégie permet aux organismes artistiques de disposer d'un plan cohérent à long terme pour l'adoption du numérique et contribue à garantir l'utilisation de technologies uniformes et de plateformes cohérentes lors de la réalisation de projets numériques en vue d'accroître la capacité organisationnelle à long terme.

Infrastructure organisationnelle d'abord?

Certaines personnes interviewées ont fait remarquer que les organismes artistiques (en particulier les plus petits) sont limités dans leur capacité de réaliser des projets artistiques numériques parce qu'ils ne disposent pas de l'infrastructure organisationnelle suffisante (p. ex., systèmes d'information, logiciels, postes de travail ayant une capacité et une puissance de traitement adéquates, etc.). Reconnaissant le défi au chapitre de l'infrastructure au Québec, le CALQ et le MCCQ ont adopté une approche progressive de l'appui des technologies numériques dans les arts. Par conséquent, la première étape de la stratégie culturelle numérique comportait la création d'un fonds d'infrastructure (administré par le CALQ), destiné à permettre aux organismes artistiques de mettre à niveau leur technologie, leur équipement et leurs plateformes de façon à ce qu'ils soient mieux positionnés pour créer et diffuser un contenu numérique. Bien que le fonds n'ait pas été officiellement évalué, il a mené effectivement à la création de certains partenariats, en particulier dans les régions plus éloignées, et d'organismes artistiques qui ont réuni leurs ressources pour partager de l'équipement ainsi que des plateformes et des technologies communes.

Avantages et inconvénients du financement collectif

En offrant au public une exposition à un artiste et une proposition de projet dans les premiers stades de la création, le financement collectif peut aider à établir un lien entre l'artiste et le public, et à créer une « effervescence » et une anticipation pour l'œuvre avant qu'elle soit largement disponible. Cependant, le processus exige un investissement important en temps et en ressources pour rejoindre les donateurs éventuels, sensibiliser, acquérir des capacités de financement, etc. (quoique dans certains cas, l'organisme de financement collectif peut offrir une expertise). Le modèle « tout ou rien » d'une campagne sur Kickstarter peut être risqué étant donné que le projet est financé uniquement si l'artiste amasse le montant total du financement recherché (quoique l'ACF n'emploie pas ce modèle), et le financement collectif de par sa nature est en général fondé sur un projet, ce qui complique la tâche des organismes artistiques pour acquérir une capacité financière permanente. Bien que le financement collectif puisse offrir un financement récurrent à un artiste ou un organisme artistique, les dons moyens sont petits, ce qui fait du financement collectif une source potentielle de financement supplémentaire modeste, plutôt qu'un financement de base.

Développer la familiarité et bâtir la confiance

³⁹ Sarah Lutman, *Live, Link, Share: How cultural institutions are embracing digital technology* (Philadelphie : Wyncote Foundation, 2014)

Les organismes artistiques qui sont encore à établir leur capacité numérique essaient d'acquérir des compétences et de bâtir leur confiance en utilisant la technologie, et en transigeant avec des partenaires et des fournisseurs plus compétents dans le domaine du numérique. Comme on l'a indiqué plus haut par l'exemple des stagiaires du CRHSC pour les organismes artistiques, ces derniers souhaitent ardemment recruter des natifs numériques. Ces stagiaires qui possèdent des compétences dans le domaine du numérique renforcent la confiance des organismes artistiques dans l'utilisation des technologies numériques. Dans le cas du programme de R-D de Nesta, on a fait remarquer que les organismes artistiques participants en étaient ressortis avec une expérience utile de la collaboration avec des partenaires et des fournisseurs du secteur technologique. Ils étaient plus prêts à essayer de nouvelles choses et à les abandonner si elles ne donnaient pas de bons résultats. Ils avaient acquis une plus grande confiance dans la mise en valeur de la technologie, du fait d'avoir travaillé avec des personnes douées sur le plan technique, ce qui semble avoir été plus fructueux que tout simplement des cours de formation à l'intention du personnel de l'organisme artistique.

4.5. Le numérique pour promouvoir la diversité et l'inclusion sociale par les arts

Souvent, les programmes faisant la promotion de l'inclusion sociale par les arts ne ciblent pas précisément les technologies numériques; au contraire, ils ont tendance à financer des enveloppes auxquelles des groupes plus marginalisés (p. ex., peuples autochtones, communautés rurales/éloignées, jeunes et différentes formes de diversité) peuvent avoir accès pour n'importe quel type d'œuvre, peu importe la forme.

4.5.1. Exemples de programmes faisant la promotion de la diversité et de l'inclusion sociale

Contrairement à des initiatives artistiques plus vastes, il existe des initiatives artistiques qui visent à créer l'inclusion sociale précisément par les technologies numériques. Nordicity a exploré les programmes et initiatives suivants qui appuient l'inclusion sociale et font la promotion de la diversité :

- Scènes ouvertes du Québec
- Time to Shine Digital de Creative Scotland
- Programme à micro-budget de Téléfilm

Chacun des exemples est abordé ci-dessous.

Scènes ouvertes

Dans le cadre du Plan culturel numérique, le gouvernement du Québec a financé un projet administré par la Société des arts technologiques (SAT) et ciblant les régions éloignées et les peuples autochtones. Le projet Scènes ouvertes, lancé en 2014, permet la cocreation artistique et des spectacles en réseau sur de grandes distances, reliant 10 communautés autochtones et 20 centres créatifs à l'aide d'Internet très haute vitesse et d'un progiciel développé par la SAT qui permet la transmission de l'audio, de la vidéo et des données. Même si le projet est en cours, certains centres (Québec ou le Bas St-Laurent, par exemple) ont été mis en réseau et ont maintenant des lieux de présentation des arts de la scène numériques.

S'engager envers les jeunes : TTS.Digital

Creative Scotland a annoncé un nouveau programme en avril 2016 - Time to Shine (TTS.Digital) ou Lights, Bytes, and Curiosity. Il vise à réunir des jeunes astucieux dans le domaine du numérique avec des organismes artistiques afin de faciliter des projets qui étaient davantage axés sur le mode de vie du millénaire. Dans ce programme, les créateurs de contenu et les artistes sont encouragés à utiliser des compétences d'avenirs hypothétiques, à relier l'art et la technologie avec la participation des jeunes étant donné qu'ils comprennent mieux le nouveau monde des communications. Ils essaieront d'amener les organismes artistiques à penser, provoquer, défier, et réimaginer comment ils peuvent travailler ensemble de façon plus efficace.

Production autochtone et de langue officielle en situation minoritaire dans le cadre du Programme de production à micro-budget

Ce programme de Téléfilm, décrit de façon plus détaillée précédemment, comporte des composantes pour les producteurs autochtones de déclarant comme tels, et pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Un élément qui distingue ce programme d'autres programmes de financement des arts et de Téléfilm est l'exigence voulant que, pour structurer une proposition préliminaire, tous les demandeurs éventuels travaillent avec des partenaires de projet comme des coopératives cinématographiques ou des organismes médiatiques indépendants qui exploitent des programmes à l'intention de producteurs émergents.

Par exemple, il existe huit partenaires potentiels pour les producteurs autochtones, notamment la Nunavut Film Development Corporation, l'Adam Beach Film Institute, et Wapikoni Mobile; parmi les partenaires pour les producteurs de langue officielle en situation minoritaire, il y a la New Brunswick Film Co-Operative et l'Institut national de l'image et du son. Les candidats au programme doivent avoir suivi une formation d'un organisme partenaire ou être membres d'une coopérative partenaire. Ainsi, les partenaires peuvent appuyer les créateurs d'une première œuvre en élaborant et structurant leur proposition de projet à Téléfilm, et peuvent aider à renforcer la capacité des communautés de créateurs avec lesquelles ils ont déjà une relation de formation ou d'acquisition de compétences.

Artistes qui utilisent la technologie numérique pour l'inclusion

[Art + Feminism Wikipedia Edit-a-thon](#) est une campagne visant à donner beaucoup de visibilité aux femmes dans les arts sur Wikipédia et à encourager la présence des femmes dans le domaine de la rédaction. Art+Feminism invite les personnes de toutes les expressions et identités sexuelles, en particulier les femmes transgenres, cisgenres, et dont le genre est non conforme, de remédier aux absences en organisant la mise à jour commune, en personne, des entrées de Wikipédia. Les établissements qui ont participé en 2016 comprenaient l'Université Concordia, le Musée des beaux-arts de l'Ontario et le Banff Centre.

Les projets novateurs de [Skawennati](#) en nouveaux médias comprennent l'événement galerie/espace de clavardage et réalité mixte, *CyberPowWow* (1997-2004); un journal poupée de papier/voyage dans le temps, *Imagining Indians in the 25th Century* (2001); et *TimeTraveller™* (2008-2013), un projet multiplateforme présentant neuf épisodes machinima. L'artiste établi à Montréal est codirecteur d'Aboriginal Territories in Cyberspace (AbTeC), un réseau de recherche composé d'artistes, d'universitaires et de technologues qui examinent, créent et critiquent des environnements virtuels autochtones.

Le cofondateur d'AbTeC, [Jason Edward Lewis](#), est un professeur de design et d'arts numériques à l'Université Concordia et fondateur de [Obx Laboratory for Experimental Media](#).

4.5.2. Facteurs à prendre en considération concernant la technologie numérique et l'inclusion sociale

Avantages de l'inclusion

Les programmes de financement des arts numériques qui ciblent l'inclusion sociale sont instructifs pour les organismes de financement des arts, en plus de fournir un soutien essentiel aux communautés exclues. Comme l'illustre l'exemple de Creative Scotland, créer des programmes ciblés pour des collectivités comme les jeunes favorise une fécondation croisée créative entre les organismes artistiques et différentes communautés, et apporte de nouvelles perspectives aux organismes de financement des arts eux-mêmes. Dans sa stratégie artistique destinée aux jeunes, Creative Scotland affirme que la « technologie a permis aux jeunes de comprendre intuitivement le lien entre la création, la production et la diffusion. Les intervenants adultes ont du travail à faire pour répondre à leurs attentes. »⁴⁰ Parallèlement, Scènes ouvertes peut aider à rapprocher les perspectives et approches des artistes éloignés et autochtones avec des artistes urbains, non autochtones en créant l'infrastructure technologique pour le faire.

L'inclusion de personnes ayant des déficiences constitue un autre secteur clé d'intersection avec la technologie numérique. L'accessibilité est l'un des principaux thèmes d'apprentissage du Digital R&D Fund for the Arts de Nesta.⁴¹ Nesta a constaté que les améliorations visant les personnes ayant des déficiences ont mené à des expériences améliorées et des niveaux plus élevés d'engagement pour chacun. Encourager l'art par des personnes ayant des déficiences constitue également une priorité au Canada. Bien que le Conseil offre à l'échelle nationale des subventions aux artistes sourds et handicapés, des organes provinciaux, dont le CAO et le CALQ, ont des stratégies en place pour accroître la création d'art par les personnes handicapées. À Toronto, Tangled Art + Disability a pris de l'ampleur, passant d'un festival annuel à un site d'exposition en 2016 qui vise à établir des normes pour la conservation accessible.⁴²

Processus d'inclusion

Comme le montrent les initiatives de Creative Scotland et de Téléfilm, il est essentiel de faire participer ces communautés à la conception et la prestation de programmes de soutien. Cela signifie plus que tout simplement mener des consultations; cela comprend la participation aux stades du développement conceptuel, de la conception, de la mise en œuvre, de l'évaluation et de la révision, ainsi que la confection d'outils disponibles pour une participation et une collaboration significatives (ce que Scènes ouvertes a le potentiel de faire).

5. Pratiques, précédents et conclusions

Dans cette section, nous prenons en considération les leçons générales apprises de l'examen des stratégies et programmes et dans le cadre de nos entrevues.

⁴⁰ Creative Scotland, *Time to Shine: Scotland's Youth Arts Strategy for Ages 0-25*, novembre 2013.

⁴¹ http://artsdigitalrmd.org.uk/wp-content/uploads/2015/06/DigitalRDFundGuide_Accessibility.pdf

⁴² <http://news.nationalpost.com/arts/tangled-torontos-first-accessible-art-gallery-for-disabled-artists-is-bringing-the-outsiders-in>

5.1. Forme d'art numérique par opposition à œuvre d'art à l'ère numérique

Certains artistes et bailleurs de fonds établissent une distinction entre les œuvres d'art numériques où la technologie fait partie intégrante de la forme d'art, et les œuvres où la technologie sert de véhicule de communication ou d'amélioration à une œuvre d'art plus traditionnelle. Par conséquent, « l'art numérique » peut être considéré comme une discipline autonome, tandis que l'art à l'ère numérique peut comporter des extensions numériques des arts visuels, de la danse, du théâtre ou d'autres formes d'art.

Au Canada, au niveau fédéral, diverses formes de création facilitée par le numérique sont appuyées financièrement par le ministère du Patrimoine canadien (livres, musique et périodiques), Téléfilm Canada (films) et le Fonds des médias du Canada (télévision et médias numériques interactifs). Cependant, ces bailleurs de fonds ne ciblent pas le financement de projets d'art numérique expérimentaux et novateurs.

5.2. Est-ce suffisamment numérique?

À un certain niveau, on pourrait soutenir que tous les organismes artistiques canadiens utilisent des technologies numériques, même aux niveaux les plus élémentaires du courriel, des téléphones mobiles ou des navigateurs web. Des sondages entrepris aux É.-U. et au R.-U. montrent que la vaste majorité des organismes artistiques ont des sites web (souvent optimisés pour mobiles) et des profils sur des sites de médias sociaux, font le suivi de mesures d'utilisation du numérique (habituellement en utilisant Google Analytics), acceptent des dons en ligne, vendent des billets en ligne et affichent ou téléchargent des vidéos sur leurs sites web.⁴³ De nombreux organismes considèrent le numérique comme étant important pour le marketing, la préservation et l'archivage, mais moins pour la création de nouvelles œuvres.

Plusieurs des bailleurs de fonds interviewés disposaient de lignes directrices relatives aux programmes pour la création numérique qui étaient délibérément ouvertes, comportant relativement peu de critères pour ce qui est des technologies ou du type d'œuvres d'art soutenues financièrement. Ce faisant, ces bailleurs de fonds cherchaient à ne pas limiter l'utilisation de la technologie par les organismes artistiques, et voulaient éviter de promouvoir par inadvertance l'utilisation de technologies « anciennes » fondées sur l'expérience passée. De nombreux bailleurs de fonds expliquent que la meilleure solution consiste à faire en sorte que les administrateurs de fonds qui possèdent une culture numérique offrent une orientation aux demandeurs éventuels, et que les politiques et lignes directrices soient itératives : comme les compétences, technologies et publics évoluent, les programmes de financement devraient en faire autant.

5.3. Effet de démonstration

Comment amener les chefs de file du numérique à partager leur expérience, leur expertise et leurs connaissances avec des organismes artistiques qui sont moins au courant des technologies et des modèles de fonctionnement? Au Québec, le MCCQ et le CALQ soulignent tous les deux l'importance de créer des partenariats et des consortiums auxquels participent de multiples organismes

⁴³ Voir Pew Research Center, *Arts Organizations and Digital Technologies*, janvier 2013; et Nesta, *Digital Culture 2015*, décembre 2015.

artistiques, petits et grands, régionaux et urbains, des chefs de file et des adeptes de la technologie, qui peuvent présenter des projets conjoints et encourager l'apprentissage collectif.

Un autre aspect de cet « effet de démonstration » se produit lorsque des organismes artistiques collaborent sur le plan créatif avec des chercheurs ou des organismes technologiques. Comme l'a démontré Nesta, une expérience directe, pratique d'une telle collaboration (plutôt qu'un simple partage d'études de cas ou d'ateliers) permet à des organismes artistiques de devenir plus compétents sur le plan technologique, plus confiants pour en explorer les utilisations, et plus susceptibles d'innover.

5.4. Engagement des organismes artistiques envers leurs membres

La mobilisation artistique, c'est plus que vendre des billets, ou envoyer un bulletin de nouvelles par courriel. La connectivité avec les publics, ce n'est plus seulement une question d'utiliser le courriel pour les informer des abonnements souples (étant donné que les abonnements annuels sont maintenant difficiles à vendre). À la place, la mobilisation pour les organismes artistiques est beaucoup plus vaste, et dans l'environnement actuel, il s'agit de liens plus solides avec plusieurs intervenants : public, bailleurs de fonds et donateurs, et autres éléments de l'écosystème. C'est une question de reconnaître que pour ceux qui sont totalement engagés dans les médias sociaux, l'organisme artistique est en quelque sorte en conversation à plein temps avec eux de sorte que la présence réelle devient une partie normale de leur participation. De façon générale, les organismes artistiques ne sont pas équipés pour penser ainsi; c'est d'ailleurs une raison, par exemple, pour laquelle le TTS.Digital (Time to Shine – Digital, de Creative Scotland) insiste sur la participation de la génération Y pour travailler à de nouvelles façons d'évoluer dans l'environnement AIDW.

5.5. Mesures d'efficacité

Un grand nombre des stratégies, initiatives et plans explorés ici sont relativement récents et n'ont pas été évalués, comme c'est le cas pour le Plan culturel numérique du Québec, ACE et les modèles de financement horizontal de Creative Scotland ou les initiatives de renforcement des capacités, et les initiatives entreprises au Québec. Dans d'autres cas, les programmes n'ont pas fait l'objet d'évaluations formelles. Il y a par conséquent une absence relative de mesures de rendement pour les initiatives et programmes de financement des arts numériques.

Là où il existe des mesures, elles ont tendance à se concentrer sur les « résultats » du programme, notamment une ventilation du financement et des projets par région, discipline, type d'activité, etc. L'absence de mesures générales des « résultats » pour les initiatives numériques dans le domaine des arts peut dépendre de la diversité de projets appuyés financièrement, du manque de ressources des organismes artistiques à consacrer à la collecte de données, ou du manque de sensibilisation au potentiel des données – en particulier les données relatives au public – pour soutenir la prise de décisions stratégiques.

Il est essentiel d'aider les organismes à renforcer leur capacité en matière de données tant pour fonctionner efficacement (analyse de données) que pour mesurer leur rendement (IRC). En Angleterre, le soutien d'ACE au Audience Finder aidera à recueillir des mesures systématiques, générales concernant les publics pour les œuvres ou les spectacles tant en ligne qu'hors ligne. Parallèlement, l'initiative Quality Metrics d'ACE sera des plus précieuses pour les organismes artistiques qui utilisent des technologies numériques afin d'acquérir une compréhension qualitative de la réponse des publics aux événements ou œuvres artistiques. Aucun organisme artistique, ou

même un consortium d'organismes artistiques, aurait eu la capacité de lancer de tels projets à grande échelle, axés sur des données; le financement, les plateformes et le savoir-faire technique ont dû venir de l'organisme de financement artistique lui-même, en collaboration avec des fournisseurs de services tiers.

5.6. Transition ou transformation?

Bien qu'il soit clair que les technologies numériques ont une incidence fondamentale, pénétrante sur la société et les arts, est-ce que les organismes de financement des arts apportent des modifications fondamentales à leurs modèles de financement? De façon générale, les organismes de financement des arts et des industries de la création que nous avons consultés ont apporté des ajustements et des ajouts à leurs approches de financement, plutôt que d'apporter des transformations globales à ces approches. Par exemple, « l'art numérique » en tant que discipline a été ajouté aux disciplines que les organismes de financement des arts soutiennent désormais. De nouveaux volets de financement pour l'ajout d'éléments numériques aux formes plus traditionnelles d'art et de création ont été mis en place, sans supplanter les programmes de financement actuels. Grâce aux technologies numériques, les créateurs repensent à ce que cela signifie de créer, de conserver et de consommer les arts, estompant la démarcation entre la création et la distribution, le créateur et le public, le public et le conservateur – ce sont des transformations dans le paradigme de la création. Les organismes de financement des arts ont adopté une approche progressive, transitoire, à la façon de composer avec ces transformations.

5.7. Modèles de programmes de rechange

Ayant décrit de nombreuses approches de la question des arts à l'ère numérique, nous résumons maintenant les constatations afin de créer des modèles différents à prendre en considération par les organismes de financement des arts. Ils comprennent à la fois des solutions de rechange et des approches qui sont plus complémentaires que de rechange. Ce ne sont pas nécessairement des « pratiques exemplaires ». La raison en est qu'en partie ces modèles couvrent une plage d'intervention si vaste dans le domaine des arts, et en partie parce que l'efficacité de ces approches n'a pas été évaluée adéquatement.

5.7.1. Programmes qui encouragent l'utilisation du numérique et d'autres technologies dans la démarche créatrice et dans l'expérimentation

Avec ce genre de programme, l'orientation est habituellement une création, et peut s'adresser à des artistes ou des organismes artistiques – ou les deux. On pourrait reconnaître dans ce genre de programme le rôle changeant des publics/utilisateurs en tant que cocréateurs et participants à l'œuvre artistique. À ce titre, les bailleurs de fonds pourraient envisager une création participative, des expériences immersives et explorer de nouveaux moyens d'engager le public dans la démarche créatrice.

Cependant, au-delà de la création, il semblerait évident que les bailleurs de fonds devraient tenir compte de critères qui ouvrent des perspectives pour des applications à des fins d'expérimentation sur de nouvelles méthodes de **mobilisation, diffusion et organisation** facilitées par la technologie.

5.7.2. Programmes qui encouragent le renforcement des capacités

Étant donné qu'il est souvent difficile d'obtenir un investissement dans des organismes artistiques – qu'il soit gros ou petit – un modèle de rechange consiste à encourager des facettes du développement des capacités. À part la rénovation, la réparation ou la reconstruction d'installations, l'investissement ferait habituellement intervenir la TI ou les systèmes numériques, les services et les pratiques.

Il existe de nombreux modèles de familiarisation/orientation du numérique dans d'autres administrations. Ce qui ne semble pas bien fonctionner, c'est la formation numérique officialisée pour les artistes, ou même pour ceux qui occupent des postes non artistiques au sein d'organismes artistiques. **L'expérience directe de travailler avec des entreprises techniques** et le personnel spécialisé en numérique ou TI semble donner plus de confiance et de compréhension aux administrateurs des arts. Recruter des « maniaques de la technologie » qui s'intéressent aux arts peut fonctionner, mais pas nécessairement – quoique ce que recherchent le plus les organismes artistiques dans le cas des stagiaires semble être qu'il s'agisse de candidats astucieux dans le domaine du numérique.

La vision du renforcement des capacités pourrait englober la réinvention de la mobilisation des publics, et un marketing pour attirer de nouveaux publics. Il pourrait également comprendre une plus grande sophistication dans l'utilisation de **l'analyse des données**, découlant de la compréhension du comportement du nouveau public, d'apparence jeune. Les organismes artistiques renforceraient leur capacité – individuellement ou, plus vraisemblablement, collectivement – pour recueillir les données sur les visites du site web, les ventes de billets, les réactions du public aux spectacles ou œuvres (p. ex., mesures de la qualité), données démographiques du public, etc.

Bien qu'il existe des solutions disponibles dans le commerce pour chaque activité opérationnelle, il est également possible d'adapter les plateformes actuelles afin de répondre aux besoins de l'organisme artistique au moyen de services partagés – dans les solutions de vente de billets, de marketing, de finances, de financement et d'autres solutions commerciales. Même si les activités fonctionnelles ne peuvent pas toutes faire l'objet de services partagés, il est possible de porter une attention particulière à certains secteurs pour le bénéfice des artistes et organismes artistiques.

5.7.3. Programmes qui stimulent l'innovation dans la réingénierie des processus, les modèles de gestion et les stratégies axées sur le client, c.-à-d. la transformation

La distinction entre la transformation et le renforcement des capacités n'est pas nécessairement grande, mais il s'agit de toute évidence d'un changement de mentalité. Grâce à une reconsidération fondamentale du lien avec le client, l'idée consiste à rendre l'organisme artistique inclusif, accessible à un plus large éventail démographique, un public plus jeune et à promouvoir la curiosité et le développement de la communauté. Bien qu'il n'existe aucune formulation de l'objectif général parmi les organismes artistiques, certains soutiendraient qu'un tel changement fondamental est nécessaire pour modifier l'orientation des organismes artistiques.

Jusqu'à présent, il n'existe aucun processus bien accepté pour déterminer où se situent les organismes artistiques dans le spectre de la tradition et de l'innovation, ni quelle est la bonne voie pour y parvenir. De toute évidence, dans le présent modèle, il doit y avoir un espace tant pour les organismes artistiques qui sont avancés au chapitre du numérique que ceux qui commencent à élaborer des stratégies et des capacités numériques. Il existe des modèles intéressants, notamment la distribution en ligne par le British Council d'œuvres britanniques dans des milieux étrangers, ou l'inclusion en Écosse de jeunes au personnel actuel d'organismes artistiques. Peut-être qu'une plus

grande expérimentation et la création d'une base de connaissances sur les processus qui engagent les organismes sur la voie de la croissance – sauf pour réagir à des crises – sont nécessaires.

Programmes en constant changement

Les organismes gouvernementaux chargés de développer les industries de la création (par opposition aux arts) semblent en constant changement. L'évolution est constante et les critères des programmes et même les objectifs changent tous les ans. En effet, il est important d'évoluer – vraisemblablement tous les ans. Il y a toujours un peaufinage et même une modification sensible des critères d'admissibilité des activités, l'admissibilité du demandeur, ainsi que le montant et les modalités du soutien financier. Une rétroaction continue, un appui axé sur la souplesse et l'encouragement à la collaboration et la durabilité constituent le fondement de pratiques exemplaires pour desservir les organismes artistiques à l'ère numérique.

5.8. Conclusions à soumettre à l'examen du Conseil

Des discussions avec une trentaine de personnes travaillant pour d'autres administrations et un survol de quelque 200 documents accessibles au public constituent la base de l'analyse à l'origine de nos conclusions, présentées ci-dessous.

Défis semblables, approches multiples

Il n'est peut-être pas surprenant constater que de nombreuses administrations font face à des défis semblables en matière de numérique et mettent à l'essai des solutions semblables pour la plupart. Bien que certaines administrations aient une plus grande avance, il semble qu'elles sont tout aussi susceptibles de connaître des faux départs et de faire face à des conséquences imprévues que celles qui ont commencé plus tard. Par contre, pour les quelques solutions fournies, de multiples approches sont employées. Le défi pour les bailleurs de fonds est de connaître et de retenir les approches qui fonctionnent (leçons apprises), mais d'avoir la souplesse pour s'adapter aux besoins changeants et aux pratiques artistiques qui évoluent.

« Comment les organismes de soutien aux arts peuvent-ils s'améliorer au chapitre de l'innovation numérique? La voie la plus probable est celle d'un mélange judicieux d'orientation et d'incitatifs de la part des bailleurs de fonds, accompagné de réseaux améliorés pour favoriser l'apprentissage entre pairs. Une solide culture en matière de recherche et d'expérimentation, de modèles de fonctionnement ainsi que d'approches relatives à la production et à la créativité sera nécessaire pour faire progresser les structures et réseaux améliorés. »

La valeur d'intégrer des principes et d'énoncer des objectifs globaux

Même si l'on a constaté qu'il y avait en général peu de liens entre les stratégies numériques nationales et les arts, il y a lieu d'intégrer certains principes dans la gouvernance du monde des arts. Par exemple, l'inclusion de plateformes numériques dans le plan décennal de l'Écosse permet à cet organisme de s'assurer que les firmes qui présentent des demandes ont de solides plans pour évoluer dans le monde numérique. Cela est important pour les administrations dotées de programmes qui offrent des subventions pluriannuelles aux grands organismes artistiques, de sorte que l'organisme de financement des arts puisse s'assurer que ses principes numériques généraux sont mis en œuvre par les organismes financés au cours du cycle de planification.

Se concentrer sur le problème plutôt que sur la technologie

Bien que l'approche galloise ne soit pas encore établie comme un programme et bien avant que les résultats aient été pris en considération, certains concluent qu'elle doit être imitée, c.-à-d. se concentrer sur le problème plutôt que sur la technologie. Au départ, l'accent sur la technologie numérique a amené les organismes artistiques à créer des sites web. Cette approche est bien comme point de départ, mais il semble qu'il y ait parfois un manque d'imagination de la part des organismes artistiques quant à la suite à donner. Par conséquent, le modèle bailleur de fonds-bénéficiaire devrait servir à résoudre le problème – au moyen de la technologie seulement au besoin.

Restreindre les objectifs quand on a la certitude de ce qu'il faut faire

Contrairement au besoin de souplesse et d'une structure limitée, il est nécessaire de restreindre les objectifs lorsque l'on s'entend au sujet d'un problème et de sa solution. Si le programme finance différentes initiatives qui visent à résoudre un problème donné, la portée de n'importe laquelle des solutions peut ne pas suffire à réaliser de véritables progrès. Par conséquent, lorsque les résultats ne peuvent être définis, il est important de financer les réponses réelles, souvent techniques, à l'égard du problème connu. Par exemple, le fonds de R-D de Nesta a engendré diverses solutions de billetterie, alors qu'il aurait peut-être été préférable de renforcer une solution qui aurait réglé le problème pour de multiples organismes qui financent des solutions sous-optimales.

Améliorer grâce à la récurrence et la souplesse

Qu'il faille préciser les problèmes ou les laisser ouverts pour permettre de nouvelles solutions, le principe dont de nombreuses sources ont fait mention était la nécessité d'évaluer le financement du programme de façon récurrente. Des examens annuels de tous les aspects des programmes et de bons processus de consultation font partie de la procédure récurrente d'évaluation des processus et critères d'admissibilité du programme. Tout en étant suffisamment souples pour ne pas mettre de côté certaines solutions novatrices, les gestionnaires de programmes devraient pouvoir rendre les exigences plus précises – et par conséquent utiles pour les demandeurs qui sont confrontés à de nouveaux défis et qui accèdent à de nouvelles solutions.

Projets pilotes, démonstrations, et partage des résultats

L'équilibre entre un programme pilote et une mise en œuvre générale est fragile. On veut des programmes pilotes et des démonstrations pour mettre à l'essai de nouvelles idées et adopter rapidement celles qui fonctionnent. Qu'il s'agisse de projets pilotes ou de démonstrations, leurs résultats devraient être communiqués aux organismes homologues. Le partage peut être stimulé de diverses façons par le bailleur de fonds, mais il est important que les résultats fassent l'objet d'une large diffusion – du moment que l'on ne contrevient pas à la propriété intellectuelle ou à d'autres considérations exclusives.

Transformation organisationnelle

Compte tenu de la vaste incidence de la technologie numérique, aucun ensemble de considérations ne serait complet sans référence à la nécessité pour la plupart des organismes artistiques d'entreprendre une transformation substantielle – en créant et présentant ou mettant en évidence de nouvelles œuvres; en mobilisant leurs publics et en établissant des liens dans la communauté; et en se faisant de façon générale concurrence pour les quelques fonds disponibles et l'attention du public au milieu d'attractions concurrentes.

Les organismes artistiques ne sont pas tous au même stade de leur développement, bien évidemment. Certains sont de toute évidence des chefs de file dans leurs domaines, tout comme d'autres accusent un léger retard sur leur époque – et par rapport aux pratiques des organismes plus déterminés qui se rendent compte qu'ils doivent changer considérablement pour se maintenir à niveau et éventuellement se bâtir un public très loyal et engagé. Par conséquent, il n'existe aucun « modèle Uber » de programme de financement fondé sur l'organisme qui met en œuvre des mesures de changement efficaces pour passer au niveau suivant. Les organismes n'ont pas tous besoin d'une révolution, mais beaucoup ont besoin de le faire pour la durabilité à long terme.

La mesure du rendement est essentielle

Partout dans le monde, les autorités publiques exercent des pressions sur les organismes sans but lucratif pour justifier leurs dépenses et tirer le maximum de leurs investissements. À son tour, ces pressions ont stimulé l'élaboration de mesures du rendement. En lançant l'étude nationale sur les besoins dans le domaine des arts, les investissements et les pratiques pour l'ère numérique, le Conseil a commencé à corriger l'écart au sein de la communauté artistique canadienne.

Cela ne s'arrête pas là, étant donné que les mesures ponctuelles n'ont pas un effet durable. Pour réduire les dépenses liées à un sondage régulier du secteur des arts afin d'obtenir des renseignements détaillés, l'objectif devrait être de concevoir un processus de collecte de données plus automatisé, simplifié, qui peut assurer un suivi des résultats de base au fil du temps. Est-ce que l'organisme artistique devient plus engagé, utilise efficacement les médias sociaux, attire des jeunes et des publics diversifiés, et diversifie ses sources de revenus? Il ne s'agit pas vraiment de questions liées à la compétence numérique, mais l'organisme artistique est susceptible de pouvoir répondre de façon positive lorsqu'il a déployé des mécanismes d'analyse et de collecte de données numériques.

A Annexes

A.1 Entrevues réalisées

Nom	Titre	Organisme
Susan Annis	Directrice générale	Conseil des ressources humaines du secteur culturel
Robert Hunter	Directeur, Appui stratégique aux arts	Ministère du Patrimoine canadien
Sophie Couture	Directrice, Politique et programmes de la musique	Ministère du Patrimoine canadien
Josée Peloquin	Gestionnaire, Politique du contenu, Direction générale de la radiodiffusion et des communications numériques	Ministère du Patrimoine canadien
Lise Laneville	Gestionnaire, Arts et planification des politiques, Direction générale de la politique des arts	Ministère du Patrimoine canadien
Peter Caldwell	Directeur et chef de la direction	Conseil des arts de l'Ontario
Carolyn Vesely	Directrice des subventions	Conseil des arts de l'Ontario
Kathryn Townsend	Directrice de la recherche, des politiques et de l'évaluation	Conseil des arts de l'Ontario
Janet Hawkins	Conseillère, Initiatives de l'industrie	Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario
Erika Kumar	Analyste de systèmes de gestion	Creative BC
Sarah Durno	Directrice	British Columbia Arts Council
Mathieu Rocheleau	Conseiller en développement culturel numérique	Ministère de la Culture et des Communications du Québec
Réjean Perron	Directeur du soutien à la diffusion et au rayonnement international	Conseil des arts et des lettres du Québec
Alain Depocas	Chargé de programme et répondant disciplinaire en arts numériques	Conseil des arts et des lettres du Québec
Sam Mitchell	Gestionnaire de programme, Arts et médias numériques	Nesta
Morgan Petrie	Gestionnaire des industries de la création	Creative Scotland
Claire Taylor	Membre du conseil consultatif	Arts and Humanities Research Council
Simon Mellor	Directeur administratif, Arts et culture	Arts Council England
Fiona Morris	PDG et directrice artistique	The Space
Jason Nelson	Directeur (ancien)	Australia Council for the Arts
Esther Gyorki	Administratrice de programmes	Creative Partnerships Australia
Anaïs Chassé	Chargée de mission culture et numérique	Fonds SCAN
Pauline Augrain	Chef du service de la création numérique	Centre national du cinéma et de l'image animée
Perrine Vincent	Chargée de mission	Centre national du cinéma et de l'image animée
Melanie de Groote	Coordinatrice	Bouger les lignes, Belgique
Maria Tsakiris	Conseillère principale	Nordic Culture Fund
Jim McDonald	Directeur adjoint/Directeur de programmes	Grantmakers for the Arts
Karen Helmerston	Electronic Media and Film	New York Council for the Arts
Jax Deluca	Directeur des arts médiatiques	National Endowment for the Arts
Alex Fleming	Chef, Communications et marketing	British Council

Nom	Titre	Organisme
Caroline Meaby	Chef de l'économie culturelle	British Council
Carolle Brabant	Directrice générale	Téléfilm Canada
Elisa Suppa	Conseillère principale, Stratégie et recherche	Téléfilm Canada
Kenneth Kwok	Directeur, Politiques, Arts et jeunesse et planification stratégique	Conseil national des arts de Singapour
Kristen Hardy	Analyste principale, Politique de l'édition du livre	Ministère du Patrimoine canadien
John Graham	Analyste, Politique de l'édition du livre	Ministère du Patrimoine canadien

A.2 Bibliographie annotée : rapports et politiques

Australie

Visual Arts and Craft Strategy: Evaluation Report (Australia Council for the Arts, 2010)

L'évaluation examine la façon dont les artistes, à titre individuel, et les organismes artistiques ont été financés par l'Australia Council for the Arts entre 2001 et 2009. Le rapport constate qu'un plus grand nombre d'artistes et d'événements artistiques ont obtenu des fonds au cours de cette période. Il attire aussi l'attention sur les résultats économiques du financement des arts, indiquant des revenus plus élevés et des publics plus nombreux. Le rapport définit quatre grands défis pour les arts visuels et les métiers d'art en Australie, dont l'un est l'ère numérique. Le rapport traite de la demande croissante des publics pour un contenu culturel numérique ainsi que de l'intérêt des artistes pour créer des œuvres dans des plateformes numériques multiples. Par contre, une compréhension limitée des droits de propriété intellectuelle, un manque d'expertise dans les technologies numériques et un accès inégal à un équipement de pointe dans les régions rurales et éloignées ralentissent tous l'innovation numérique dans les arts. Même si le rapport présente les principaux défis associés à la diffusion et la création numériques, il ne propose pas de solutions à ces problèmes, mais se concentre plutôt sur l'importance des processus d'évaluation pour les organismes de financement des arts.

[Creative Industries, a Strategy for 21st Century Australia](#) (Gouvernement de l'Australie, 2011)

Le rapport expose un engagement de l'ensemble du gouvernement envers les industries de la création de l'Australie en reconnaissance de leurs contributions tant à l'activité économique qu'à l'activité culturelle. Le rapport donne les grandes lignes de l'investissement dans trois secteurs clés pour s'assurer que les industries de la création réalisent leur potentiel de rehausser la position concurrentielle de l'Australie dans l'économie mondiale. Le premier point d'intérêt est celui des fondations nationales et le rapport traite des investissements en innovation, infrastructure numérique, capital humain et recherche. Le deuxième point d'intérêt est celui de la capacité commerciale, en particulier en ce qui a trait à encourager l'investissement et le commerce à l'échelle internationale et à cerner les débouchés commerciaux et les exigences des consommateurs. Le dernier point est celui de la croissance du contenu créatif et des services, ce qui exige des investissements dans les droits de propriété intellectuelle, les modèles de fonctionnement et les réseaux de collaboration. Le rapport définit les industries de la création comme étant « la génération d'une propriété intellectuelle créatrice ayant le potentiel d'être commercialisée ». Même si le rapport mentionne la culture australienne en termes généraux, il n'indique pas dans quelle mesure le soutien à l'expression artistique ou aux organismes culturels contribue à la croissance économique, soit locale, soit nationale.

Advancing Australia as a Digital Economy: An Update to the National Digital Economy Strategy (National Broadband Network, 2013)

Le rapport fait le point sur les initiatives entreprises depuis la publication de la stratégie de l'économie numérique de l'Australie en 2011. Le rapport répertorie les mesures en fonction de 14 thèmes, allant des soins de santé à la sécurité en ligne, en passant par les données ouvertes et le télétravail. Un engagement à assurer les services gouvernementaux dans des plateformes numériques sous-tend la stratégie : l'objectif est que quatre Australiens sur cinq dialoguent avec le gouvernement australien en ligne dès 2020. Le rapport mentionne des organismes culturels comme les musées en lien avec l'éducation, mais il ne traite pas de l'incidence de la technologie numérique sur le contenu créateur ou les formes d'art.

Belgique

Bouger les lignes : Coupole plan culturel numérique (Ministère de la culture, 2016)

Bouger les lignes est une initiative ministère de la Culture de la Belgique qui vise à élaborer pour la Belgique francophone une politique culturelle qui répond aux défis et perspectives du XXI^e siècle. L'initiative s'articule autour de six nœuds : les artistes d'abord, l'éducation culturelle, la démocratie et la diversité culturelle, l'entrepreneuriat culturel, les nouveaux modèles de gouvernance et la politique culturelle numérique. Chaque nœud est dirigé par un groupe d'experts qui s'engagent à mener des consultations publiques et qui réalisent des recherches. Le nœud pour la politique culturelle numérique adopte une approche ascendante, l'accent étant mis sur l'offre et la demande, et la politique est fortement influencée par Plan culturel numérique du Québec. Finalement, Bouger les lignes vise à appuyer la création, la promotion et la diffusion d'une culture numérique et à réglementer la formation et les conditions de travail des artistes.

Digital Belgium (2016)

Le plan d'action présente une vision à long terme de l'avenir du numérique en Belgique ancré sur cinq priorités stratégiques. Le rapport reconnaît la technologie numérique comme un moteur primaire de croissance économique, d'emploi et de bien-être. En conséquence, il vise à propulser la Belgique parmi les trois premiers rangs de l'Indice relatif à l'économie et à la société numériques d'ici 2020. Le rapport aborde les thèmes stratégiques suivants : économie numérique, infrastructure numérique, compétences et emplois numériques, sécurité numérique et services publics numériques. Digital Belgium ne fait aucune mention des arts ou de la culture.

France

Rapport d'évaluation du Dispositif pour la création artistique multimédia (Michel Balluteau pour le ministère de la Culture et de la Communication, 2004)

Le rapport a été préparé par le ministère de la Culture et de la Communication et évalue le Dispositif pour la création artistique multimédia (Dicréam). Le rapport trace la mise au point du mécanisme de financement découlant de l'émergence d'un intérêt envers l'expérimentation numérique au cours des années 1990 pour l'établissement du fonds en tant que responsabilité du Centre National de la Cinématographie en 2001. La création du fonds reposait sur l'idée voulant qu'il y ait un rôle pour une intervention nationale dans le but de soutenir financièrement les arts numériques. En conséquence, le fonds appuie trois grandes activités : développement de concepts, production et événements publics. Même si le mot numérique n'a pas encore été ajouté au nom du fonds au moment de la rédaction du rapport, l'évaluation comprend une importante discussion des arts numériques. Le fait que le fonds conserve le même acronyme (Dicréam) renforce la notion qu'il a toujours été préoccupé

par le numérique, même si son nom a évolué de façon à mettre en évidence ce point d'intérêt. En outre, l'organisation des activités de financement met l'accent sur les démarches créatrices plutôt que sur les disciplines artistiques, permettant par conséquent un chevauchement et une expérimentation parmi les technologies émergentes et les nouvelles formes d'expression. Le rapport conclut que même si le fonds a des répercussions positives sur le développement et la réalisation de projets multimédias, les subventions concernant des rassemblements publics devraient être concentrées dans un nombre plus petit d'événements afin de maximiser l'avantage pour le public.

France numérique 2012-2020 (cabinet du premier ministre, 2011)

Le rapport a été préparé par le cabinet du premier ministre de France et repose sur les réalisations de France numérique 2008-2012. Le rapport s'articule autour de cinq objectifs stratégiques. Le premier objectif consiste à utiliser le numérique pour renforcer la position concurrentielle de la France au sein de l'économie mondiale. Le deuxième objectif vise à assurer l'accès à des réseaux numériques haute vitesse, le but étant une pénétration totale d'ici 2025. Le troisième objectif vise à accroître la qualité et la diversité du contenu numérique produit et distribué en France. Le quatrième objectif consiste à diversifier l'utilisation du numérique tant par les connexions aux services publics existants que par le développement de nouvelles applications. Le dernier objectif consiste à réformer la gouvernance de l'économie numérique en reconnaissance des défis posés par les droits de propriété intellectuelle et les perspectives fournies par la réglementation de l'UE. Même si le rapport reconnaît les façons dont le numérique transforme la consommation de médias, il ne traite pas du lien entre les activités artistiques et le rendement économique.

Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique (Pierre Lescure, 2013)

Le rapport résume les résultats de neuf mois de consultations publiques, d'entrevues avec des experts et de recherches secondaires sur l'état de la culture française à l'ère numérique. Le rapport a été commandé par le ministre de la Culture française et ressuscite le concept de l'exceptionnalisme culturel pour mettre en évidence les dimensions éthique, politique et sociale de la culture. Cependant, contrairement à l'utilisation initiale du terme dans les années 1960, les auteurs du rapport affirment que l'idée de l'exceptionnalisme culturel ne s'applique pas uniquement à la France, mais est plutôt universelle. Le rapport propose 80 mesures pour rapprocher la création culturelle et l'innovation numérique et il se divise en trois volumes. Le premier met l'accent sur un accès accru à diverses formes d'expression artistique en ligne. Cela exige à la fois un élargissement de la plage de contenu culturel accessible sur de multiples plateformes et un investissement dans l'infrastructure numérique afin d'assurer une connectivité à la grandeur du pays. L'hypothèse veut que l'augmentation du contenu culturel accessible légalement en ligne diminue le piratage et, par conséquent, augmente en même temps les revenus imposables. Le deuxième volume examine des approches à la fois du financement de la création de contenu numérique et la rémunération des artistes qui mettent leurs œuvres en ligne. Par exemple, le rapport propose une taxe sur les appareils mobiles. En conséquence, le troisième volume traite du cadre juridique nécessaire pour protéger les droits de propriété intellectuelle, tant en France qu'au sein de l'Union européenne.

Évaluation des aides d'Arcadi Île de France (Cabinet Asdo, 2013)

Arcadi, un organisme financé par les fonds publics, a été créé en 2004 afin de soutenir financièrement les arts numériques, la musique, la danse, l'opéra et le théâtre dans la région Île-de-France. En 2012, Arcadi a retenu les services du cabinet de consultation Asdo pour mener une évaluation des activités de financement de l'organisme. Asdo a analysé les états financiers pour les exercices de 2009 à 2012 concernant trois programmes qui financent la création, la production et la diffusion. Dans chaque cas, les arts numériques ont été les moins financés de toutes les disciplines. Asdo a également effectué une analyse quantitative de l'incidence du financement sur les carrières individuelles; la circulation

des œuvres d'art; la diversité des formes d'art; et les partenariats entre les organismes. Le rapport a conclu que même si les activités d'Arcadi sont actuellement centrées sur la création artistique plutôt que sur la diffusion, il existe un potentiel pour un plus grand soutien du développement des publics et de l'interdisciplinarité.

Évaluation du DICRéAM (Inspection générale des affaires culturelles, 2015)

Le ministère de la Culture et de la Communication a commandé une évaluation du Dispositif pour la création artistique multimédia (DICRéAM). DICRéAM a été créé en 2001 pour aider financièrement des œuvres artistiques qui intègrent des technologies numériques. Le rapport repose sur les résultats d'une évaluation réalisée en 2004 dans le but de réaffirmer que le mécanisme de financement fonctionne efficacement et devrait être maintenu. Le rapport constate que DICRéAM a contribué de façon importante aux arts, malgré l'absence d'une politique nationale coordonnée. Plus précisément, DICRéAM a soutenu financièrement plus de 4 000 projets en 15 ans. Le rapport demande la collecte annuelle de données dans les activités de DICRéAM, les partenariats améliorés et l'engagement additionnel dans la recherche, par exemple en tenant des séminaires et des événements. Le rapport conclut que l'incidence positive de DICRéAM démontre que la création artistique devrait être intégrée dans des stratégies plus larges afin de promouvoir la technologie numérique et d'y investir.

Royaume-Uni

Cox Review of Creativity in Business: building on the UK's strengths (Sir George Cox, 2005)

Le rapport a été présenté pour l'énoncé budgétaire de 2005 et est adressé au gouvernement du R.-U. Il repose sur l'idée voulant qu'une concurrence mondiale croissante soit à la fois une menace et une perspective commerciale pour les entreprises du R.-U. L'accent est mis sur les petites et moyennes entreprises (que l'on définit comme comptant moins de 250 employés) et en particulier sur les façons dont une plus grande utilisation de capacités créatives peut répondre aux économies en émergence. Le rapport adopte une vue générale de créativité comme étant la génération de nouvelles idées. Dans ce contexte, il constate cinq grands obstacles à une plus grande créativité pour les PME, allant d'un manque de sensibilisation ou d'expérience par rapport à l'innovation et une incertitude quant aux endroits où l'on peut trouver un soutien, jusqu'à un appétit limité pour le risque. Les recommandations comprennent notamment une amélioration du soutien du gouvernement pour la R-D par des crédits d'impôt, l'utilisation de l'approvisionnement public pour encourager la créativité et la création d'un réseau national de centres d'innovation. Finalement, le rapport conclut que les recommandations pourraient avoir des répercussions positives non seulement sur les PME, mais sur les entreprises de toutes les tailles; par contre, la mise en œuvre exige une collaboration entre les divers organismes gouvernementaux et d'autres organismes.

Digital Britain (ministère des Affaires, de l'Innovation et du Savoir-faire et ministère de la Culture, des Médias et du Sport, 2009)

Le rapport décrit une approche visant à mettre la technologie numérique au centre de la reprise économique. Le rapport repose sur le concept d'activisme industriel du gouvernement travailliste, qui préconise une action gouvernementale dans les domaines où la politique publique recoupe les forces du marché. Le rapport établit l'importance d'une infrastructure des communications numériques et de l'accès abordable à la large bande. Il traite aussi de sujets comme les services publics numériques et la sécurité numérique. Digital Britain contient un chapitre sur les industries de la création et introduit l'ambition de faire du R.-U. une capitale mondiale de la création. L'essentiel du chapitre porte sur des propositions législatives relatives à la modernisation de l'octroi de licences afin de protéger et de récompenser la créativité. Le chapitre reconnaît aussi la nécessité pour de nouveaux

modèles de fonctionnement afin de monétiser les nouveaux médias interactifs ainsi que les formes d'art traditionnelles comme la cinématographie et la littérature. Globalement, Digital Britain présente les industries de la création comme n'étant qu'une partie d'une économie mondiale concurrentielle, accompagnée de nouvelles approches en matière de gouvernement ouvert, d'éducation et de réglementation.

<http://www.cci.edu.au/sites/default/files/ccook/Not-Rocket-Science-Hasan-Bakhshi-Radhika-Desai-Alan-Freeman.pdf> (Hasan Bakhshi, Radhika Desai et Alan Freeman, 2009)

Le rapport établit que les organismes culturels et artistiques devraient s'engager en R-D et recevoir des fonds publics pour le faire. Bakhshi et autres reconnaissent que le rôle de la R-D dans les arts est limité par des définitions de R-D qui privilégient la science et la technologie, mais excluent les arts et les sciences humaines. Pour cette raison, la R-D dans les arts et la culture doit adopter des pratiques des sciences, notamment des questions de recherche claires et l'investissement de beaucoup de temps et d'argent. Le rapport présente l'innovation comme l'application sociale de nouvelles idées et soutient que puisque les organismes artistiques et culturels génèrent déjà une valeur publique et reçoivent un financement public, ils sont bien positionnés pour mener de la R-D. En outre, l'appui public à la R-D exige que les résultats de la recherche soient également communiqués au public. Le rapport conclut avec dix paramètres qui visent à faire de la R-D une activité centrale des organismes culturels et artistiques financés à même les fonds publics.

Scotland's Digital Future: A Strategy for Scotland (gouvernement de l'Écosse, 2011)

Le rapport offre une discussion approfondie de la façon de réaliser l'ambition de l'Écosse concernant l'accès à la large bande de nouvelle génération pour tous d'ici 2020. La stratégie porte principalement sur quatre grands secteurs : prestation de services publics, économie numérique, participation numérique et connectivité large bande. La section sur la prestation des services publics mentionne l'importance de la numérisation pour accéder à un contenu culturel; cependant, l'accent est mis sur des exemples actuels plutôt que sur des buts futurs ou que sur des mesures ciblées. Finalement, la stratégie ne traite pas de la façon dont l'expression artistique ou les organismes culturels contribuent à l'ambition numérique de l'Écosse.

The New Art of Finance: Making Money Work Harder for the Arts (Nesta, 2014)

Le rapport utilise huit études de cas du R.-U. et de l'Australie pour explorer de quelle façon le financement public et le financement privé peuvent avoir une plus grande incidence sur les organismes artistiques. Le rapport commence par établir que même si les arts présentent un intérêt de plus en plus grand pour la croissance économique, les modèles de financement n'ont pas évolué pour refléter cette réalité. En conséquence, Nesta propose plusieurs stratégies pour que le soutien financier aux arts « travaille plus fort ». Premièrement, cinq ans après la publication de son *It's Not Rocket Science*, le rapport réitère l'importance de la R-D pour les organismes culturels et artistiques. Il reconnaît que même si l'innovation est déjà soutenue financièrement en ce qui a trait à l'expression artistique, il existe un potentiel de financer de nouvelles formes de mobilisation des publics et de modèles de fonctionnement. Deuxièmement, le rapport traite de la nécessité de fonds de capital de risque et d'accélérateurs. Bien que l'octroi de subventions puisse comprendre la conversion du financement public en parts de placement pour des projets présentant un potentiel commercial, les accélérateurs permettraient un investissement par des tiers dans des activités culturelles et artistiques sans but lucratif. Troisièmement, le rapport soupèse les perspectives et défis de modèles de financement qui seraient en contrepartie de financement collectif. Le rapport conclut que les organismes publics de financement des arts devraient investir 1 % en R-D et que les bailleurs de fonds tant publics que privés devraient réaliser des projets pilotes sur les fonds de capital de risque, les accélérateurs et le financement collectif de contrepartie.

Unlocking Potential Embracing Ambition: 2014-2024 (Creative Scotland, 2014)

Le plan stratégique décrit les priorités et ambitions de Creative Scotland pour la période de dix ans entre 2014 et 2024. Le numérique forme l'un des quatre thèmes de raccordement qui soutiennent le plan. En conséquence, les organismes culturels et artistiques doivent discuter de leur travail dans le domaine du numérique dans le cadre de demandes de financement, d'évaluations et d'examen par Creative Scotland. Les objectifs futurs concernant le numérique dans les arts et la culture comprennent l'élaboration d'une stratégie pour le cinéma et la télévision, un soutien pour diffuser les œuvres axées sur le lieu et un encouragement à la documentation et la numérisation des activités des organismes subventionnés. Creative Scotland présente aussi le numérique comme ayant un rôle important à jouer dans la collecte de données, qui à son tour renforcera la façon dont la technologie s'applique aux arts. Finalement, le numérique complète les trois autres thèmes de raccordement du plan, soit l'apprentissage créatif, les égalités et les diversités et l'environnement, puis confirme l'importance des arts et de la culture pour le mieux-être économique et social de l'Écosse.

Creative Media Policy (Arts Council England, 2015)

Cette politique répond à la hausse d'utilisation d'Internet dans de multiples plateformes, en particulier chez les jeunes, et englobe toutes les formes d'art et tous les aspects d'Arts Council England (ACE). La politique repose sur des programmes antérieurs de soutien des médias numériques comme The Space (en partenariat avec la BBC et BFI) et le fonds de R-D numérique pour les arts et la culture (en partenariat avec Nesta et le Arts and Humanities Research Council). ACE décrit neuf aspects qui doivent être développés afin d'accroître la qualité, le volume, la portée du contenu en médias numériques produit par les organismes financés. Il s'agit des aspects suivants : compétences et formation; développement des talents; production média; exposition et distribution numériques; archives et collections; données et métadonnées; droits et propriété intellectuelle; mobilisation des publics et apprentissage; et modèles de fonctionnement et développement organisationnel. ACE s'engage à prendre des mesures dans ces neuf aspects, et ce de plusieurs façons. Premièrement, la politique introduit un indicateur de rendement clé pour « augmenter le nombre d'œuvres rendues disponibles en numérique » parmi les organismes financés. Deuxièmement, la politique énumère les partenaires avec lesquels on devra travailler dans le cadre d'activités futures pour appuyer le développement de médias créatifs. Troisièmement, ACE confirme que des mécanismes d'investissement, principalement des subventions, continueront à financer l'innovation numérique. La politique conclut en dressant la liste d'autres formes d'investissement d'ACE qui ont trait aux médias créatifs comme le fonds Audience Focus et le programme Strategic Touring. Effectivement, la politique établit qu'une augmentation de la créativité numérique concerne toutes les activités d'ACE et exige un partenariat renouvelé avec un éventail d'organismes locaux et nationaux.

Digital R&D Fund for the Arts: Evaluation (Tom Fleming Creative Consultancy, 2016)

L'évaluation examine le Digital R&D Fund for the Arts, un partenariat entre Nesta, Arts Council England et le Arts and Humanities Research Council. Le fonds a versé un montant total de sept millions de livres pour 52 projets au cours de cinq cycles de financement entre 2012 et 2015. Les projets disposaient de budgets variant entre 42 000 et 300 000 de livres, et visaient à faciliter la collaboration entre les organismes artistiques, les fournisseurs de technologie et les chercheurs. L'évaluation a permis de constater que le financement a donné lieu à six réalisations principales. Premièrement, le fonds a contribué à la mobilisation des publics à court terme en atteignant de nouveaux groupes ainsi qu'à moyen terme en renforçant les liens avec les membres des publics actuels. La deuxième réalisation consistait en de nouveaux modèles de fonctionnement et nouveaux mécanismes pour générer des recettes. La troisième réalisation a été une collaboration accrue pour

soutenir l'innovation, ce qui a mené à une plus grande compréhension des collaborations tripartites et à un nombre plus élevé d'activités de collaboration. La quatrième réalisation a été un changement culturel au sein des organismes financés vers une intégration du numérique dans les pratiques artistiques et l'adoption de projets qui recoupent de multiples secteurs. La cinquième réalisation a été un accroissement de la capacité numérique au sein des organismes artistiques et culturels. La dernière réalisation a été la mise sur pied d'un nouvel organe de recherche sur la R-D dans le secteur des arts qui améliore la base de connaissances chez les décideurs, les professionnels des arts et les investisseurs. L'évaluation a conclu que même si le fonds de R-D a augmenté la capacité du numérique et sensibilisé au rôle du numérique dans le domaine des arts, les organismes ont de la difficulté à convertir l'innovation en nouveaux modèles de fonctionnement qui diversifient les revenus et encouragent la monétisation d'activités artistiques.

Digital Culture: How the Digital R&D Fund for the Arts impacted the arts and cultural sector (2016)

Le rapport offre une analyse quantitative de l'incidence du Digital R&D Fund for the Arts tant pour les participants financés que d'autres organismes artistiques. L'évaluation se fonde sur un sondage visant à assurer un suivi de l'utilisation de la technologie numérique dans le secteur des arts et de la culture sur une période de trois ans, et qui comportait également des questions supplémentaires à l'intention des organismes qui ont reçu un financement en R-D. L'analyse a permis de constater que les organismes qui ont participé au fonds étaient plus actifs et avancés dans leur utilisation de la technologie numérique que d'autres organismes. En outre, au cours de l'étude qui s'est déroulée sur trois ans, l'écart dans les capacités numériques entre les organismes financés et ceux qui ne l'étaient pas s'est élargi, en particulier pour ce qui est d'approches novatrices de la distribution. Cependant, les organismes des domaines de la danse et des arts visuels ont tiré davantage du fonds que les organismes des domaines de la musique et du patrimoine. En outre, les organismes du portefeuille national du Arts Council England étaient disproportionnellement représentés parmi les organismes qui ont fait état d'une incidence favorable de l'engagement envers le fonds. Cela laisse entendre que les organismes de plus grande taille étaient mieux placés pour tirer parti des possibilités offertes par la R-D. Dans l'ensemble, le rapport conclut que le Digital R&D Fund for the Arts a eu une incidence favorable sur les organismes qui ont reçu un soutien financier et a aussi influé sur les attitudes envers la technologie numérique dans le secteur des arts et de la culture, et ce de façon plus générale.

State of the Art: Analysing where art meets technology using social network data (Nesta, 2016)

Le rapport analyse les données de la plateforme de réseautage social Meetup.com afin de comprendre les intersections de l'art et de la technologie recherchées par des gens de différentes disciplines dans différentes parties de l'Angleterre. Le rapport repose sur l'idée voulant que la technologie ait une incidence aussi économique qu'esthétique sur la production artistique. Il constate qu'il existe une distribution géographique inégale de rencontres axées sur l'art et la technologie numérique, plus d'activités s'étant déroulées à Londres que dans toutes les autres villes ensemble. Le rapport laisse entendre que les interactions entre l'art et la technologie peuvent être plus susceptibles de se produire dans les villes plus grandes où l'on retrouve de nombreuses personnes possédant différentes compétences. Malgré tout, les « laboratoires ouverts » forment des plaques tournantes importantes de l'innovation dans les collectivités de toutes les tailles. Le rapport constate également que l'utilisation d'une nouvelle technologie est plus limitée dans le secteur des beaux-arts que dans d'autres formes d'expression créative. Le rapport conclut en soulignant l'importance de la personnalisation des technologies utilisées par les participants aux rencontres et laisse entendre que les fonctionnalités nécessaires pour appuyer la rétroaction des utilisateurs et la cocréation prendront de plus en plus d'importance au fil du temps.

États-Unis

[Arts Organizations and Digital Technologies](#) (Pew Research Centre, 2013)

Le rapport analyse un sondage mené auprès de plus de 1 200 organismes artistiques à but non lucratif qui ont reçu un financement du National Endowment for the Arts entre 2006 et 2011. Les organismes touchent aux arts littéraires, au cinéma, au patrimoine et aux arts visuels, mais la majorité des répondants se définissent comme étant des groupes des arts de la scène ou des organismes de services dans le domaine des arts. L'étude constate que la technologie numérique est largement employée au sein du secteur des arts à but non lucratif, tant pour produire que pour promouvoir des œuvres artistiques dans de multiples plateformes. Les outils en ligne jouent un rôle important à chaque étape de la démarche créatrice, depuis la demande de fonds jusqu'à la collaboration entre les artistes et la mobilisation des publics avant, pendant et après un événement ou une exposition. Les répondants ont parlé de nombreuses répercussions positives de la technologie numérique, mais ils ont aussi exprimé des inquiétudes quant à la quantité de temps et d'efforts pour maintenir une présence en ligne. En outre, certains organismes ont indiqué qu'ils pourraient tirer parti d'un financement accru pour investir dans l'équipement et mettre à niveau les compétences du personnel. Parmi les autres préoccupations, mentionnons l'incidence de la technologie numérique sur l'attention du public et la participation en personne, malgré le potentiel croissant de la mobilisation en ligne envers l'art. Finalement, le rapport indique aussi que les nouvelles technologies ont modifié les idées de ce qu'est l'art et de la façon dont on devrait y avoir accès. Plus particulièrement, les organismes artistiques ont fait état d'une attente selon laquelle le contenu numérique devrait être gratuit, une idée qui réduit les obstacles à l'accès, mais qui conteste aussi les modèles de fonctionnement actuels.

[Like, Link, Share: How cultural institutions are embracing digital technology](#) (Wyncote Foundation, 2014)

La Wyncote Foundation a commandé un rapport sur la façon dont les organismes artistiques s'ajustent aux technologies émergentes. Le rapport porte sur des institutions culturelles qui existent depuis des décennies, qui ont reçu d'importants investissements privés et publics et qui ne sont pas dirigées par le fondateur. Plus particulièrement, le rapport examine 40 organismes artistiques américains à l'aide d'une combinaison de visites, d'entrevues et de recherche documentaire. Les constatations du rapport sont regroupées sous cinq thèmes : Premièrement, le rapport révèle que l'engagement numérique doit être relié à une stratégie numérique qui est intégrée à une vision plus large pour l'organisme et qui façonne aussi les mesures et évaluations futures des activités artistiques. Deuxièmement, les meilleurs résultats viennent du financement du renforcement des capacités plutôt que de projets autonomes. Troisièmement, les structures organisationnelles changent et doivent s'adapter aux exigences de la création numérique. Le nouveau poste de directeur du numérique démontre l'évolution de la gouvernance et de l'administration. Quatrièmement, la technologie numérique est essentielle pour satisfaire aux attentes des publics et permettre expositions et des événements interactifs. Cependant, les droits de propriété intellectuelle empêchent le partage numérique de certaines formes d'art. Finalement, le rapport met l'accent sur la nécessité de nouveaux modèles de fonctionnement étant donné que le revenu tiré de pratiques traditionnelles est en baisse et que celui tiré d'activités numériques n'a pas comblé l'écart. Le rapport conclut que l'intégration réussie de la technologie numérique dépend d'un solide leadership tant de la part d'une personne engagée que d'une équipe de soutien très compétente.

[Molto + Media: Digital Culture Funding](#) (Media Impact Funders 2013)

Le rapport dresse le profil de neuf organismes artistiques américains qui démontrent un leadership en innovation numérique dans différentes formes d'art, régions géographiques et organisations de

différentes tailles. Le rapport révèle que dans le contexte américain, les philanthropes sont lents à intégrer la technologie numérique et les formes associées d'expression créative à des subventions. En conséquence, les organismes artistiques utilisent souvent un financement opérationnel plutôt que des subventions pour financer des activités numériques. Le rapport recense plusieurs thèmes qui unissent divers organismes et des pratiques artistiques divergentes. Premièrement, les organismes se concentrent sur l'acquisition de compétences numériques plutôt que sur la réalisation de projets individuels. Deuxièmement, les organismes veulent que les bailleurs de fonds reconnaissent les succès passés à l'aide de subventions plus importantes, en particulier compte tenu du coût de la technologie numérique. Troisièmement, les organismes signalent également la nécessité de mettre à disposition des fonds pour appuyer la prise de risques, étant donné que les projets entrepris ne seront pas tous fructueux. L'idée de prendre des risques s'inspire des expériences de l'industrie de la technologie, où de nombreux projets ont échoué, et évoque l'appel de Nesta pour la R-D numérique dans les arts. Finalement, le rapport affirme que la technologie numérique a la capacité d'être vaste et variée en ce qui a trait à l'élargissement de la mobilisation des publics et du ciblage de publics spécialisés. Le rapport conclut que l'énergie et la créativité permettent à des organismes artistiques engagés de poursuivre l'innovation numérique malgré des modèles de financement désuets qui ne reconnaissent pas les défis et les possibilités que présente la technologie numérique.

A.3 Programmes de soutien à la technologie numérique dans les arts

Australie

Nom	Bailleur de fonds
Programme MATCH	Creative Partnerships Australia
Administration	Partenaires
Australie (national)	S.O.
Objectifs	
1) Accroître les volets de revenu du secteur privé 2) créer des campagnes de financement collectif efficaces 3) acquérir des compétences en activités de financement 4) accroître les investissements dans les réseaux existants 5) créer et entretenir des liens avec de nouveaux donateurs et adeptes 6) sensibiliser et attirer de nouveaux publics.	
Financement total disponible	Financement par projet
Non indiqué.	Contrepartie du financement collectif jusqu'à concurrence de 10 000 \$.
Candidats admissibles	Projets admissibles
Artistes actifs ou groupes artistiques qui organisent une campagne de financement collectif. Les artistes doivent être des citoyens australiens. Les organismes artistiques ne sont pas admissibles.	Campagnes de financement collectif organisées entre février et mai 2016. Le programme versera une somme égale aux legs, aux prêts, au soutien financier ou au soutien en nature du gouvernement.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Renforcement de la capacité pour des campagnes de financement collectif réussies.	

Canada

Nom	Bailleur de fonds
Programme de production à micro-budget	Téléfilm Canada
Administration	Partenaires
Canada (national)	S.O.
Objectifs	
1) stimuler l'utilisation de nouvelles plateformes de distribution numériques et accroître l'accès du public aux œuvres de nouveaux talents canadiens 2) encourager et soutenir des cinéastes canadiens émergents 3) encourager l'innovation et la créativité à toutes les étapes du développement, de la production, de la distribution et de la promotion 4) accroître l'accès du public à du contenu autochtone et à du contenu provenant des CLOSM par le biais de plateformes de distribution innovatrices.	
Financement total disponible	Financement par projet
Non indiqué.	7 500 \$

Candidats admissibles	Projets admissibles
Les candidats doivent être invités à présenter une demande.	Projets narratifs d'une durée de 10 à 74 minutes de créateurs web qui en sont à leur première œuvre.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Soutien aux artistes pour qui la distribution numérique est nouvelle.	

Nom	Bailleur de fonds
Fonds pour la collaboration et l'innovation	Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario
Administration	
Canada (ON)	S.O.
Objectifs	
1) répondre aux nouveaux débouchés intersectoriels, multiplateformes et/ou exigeant des partenariats non conventionnels 2) relever les défis et saisir les occasions générées par l'économie numérique en explorant de nouvelles propositions de valeur en plus des modèles opérationnels actuels 3) convertir les idées entrepreneuriales et novatrices en biens et en services afin de stimuler la croissance et la productivité.	
Financement total disponible	
Non indiqué.	Financement par projet
	Jusqu'à 7 500 \$ pour le développement et jusqu'à 150 000 \$ pour la mise en œuvre.
Candidats admissibles	
Être en Ontario, appartenir majoritairement à des intérêts canadiens et être majoritairement sous contrôle canadien, avoir été retenu comme bénéficiaire de fonds de la SODIMO.	Projets admissibles
	Projets comportant des stratégies et des concepts commerciaux nouveaux qui favorisent l'élaboration, la production et l'exploitation de propriétés intellectuelles.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Répondre au mélange de contenu intersectoriel et multiplateformes et à la nécessité de nouveaux modèles opérationnels. Cet exemple porte sur les industries de la création, mais le secteur des arts est confronté à des problèmes semblables.	

Nom	Bailleur de fonds
Arts Innovation Fund	Creative BC
Administration	
Canada (C.-B.)	British Columbia Arts Council
Objectifs	
Encourager les organismes artistiques et culturels sans but lucratif à collaborer avec les créateurs de médias numériques à des projets qui mobilisent les publics de façons nouvelles et innovatrices.	

Financement total disponible	Financement par projet
Non indiqué.	Jusqu'à 25 000 \$.
Candidats admissibles	Projets admissibles
Organisme à but non lucratif qui a reçu un soutien financier du BC Arts Council au cours des deux dernières années.	Les projets doivent être numériques, l'accent étant mis sur l'interactivité, et destinés à être réalisés sur une plateforme numérique. Priorité accordée aux projets qui se prêtent à une exploitation commerciale.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Encourage des partenariats entre les beaux-arts et la technologie.	

Bailleur de fonds	
Nom	
Mesure d'aide à la création et au développement de contenus culturels numériques originaux	CALQ
Administration	Partenaires
Canada (Québec)	S.O.
Objectifs	
1) assurer un rayonnement continu de la culture québécoise 2) aider la création et le développement de contenus culturels numériques originaux 3) appuyer les artistes dans leurs efforts d'intégration de nouveaux outils dans leurs pratiques créatives.	
Financement total disponible	Financement par projet
Non indiqué.	Maximum 50 000 \$ par projet
Candidats admissibles	Projets admissibles
Écrivains ou artistes qui sont des citoyens canadiens ou des résidents permanents et qui habitent au Québec. Doivent posséder une solide feuille de route en création artistique dans leur discipline.	Non indiqué.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Le programme est un résultat direct du Plan culturel numérique du Québec.	
Nom	Bailleur de fonds
Mesure d'aide à la numérisation de contenus artistiques et littéraires et au déploiement d'infrastructures numériques	CALQ
Administration	Partenaires
Canada (national)	S.O.

Objectifs	
1) Numérisation : convertir le contenu créatif dans des formats qui peuvent être partagés en ligne 2) Infrastructure numérique : acquérir, développer, mettre à jour, entretenir et partager des logiciels et du matériel qui contribuent aux activités opérationnelles.	
Financement total disponible	Financement par projet
2,4 millions de dollars	Non indiqué. 42 organismes ont reçu des fonds.
Candidats admissibles	Projets admissibles
Écrivains ou artistes qui sont des citoyens canadiens ou des résidents permanents et qui habitent au Québec. Doivent posséder une solide feuille de route en création artistique dans leur discipline.	Non indiqué.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Le programme est un résultat direct du Plan culturel numérique du Québec.	

Nom	Bailleur de fonds
Scènes ouvertes	Société des arts technologiques
Administration	Partenaires
Canada (Québec)	S.O.
Objectifs	
Redéfinir la géographie culturelle du Québec. Encourager des approches innovatrices du télétravail et de la collaboration en ligne.	
Financement total disponible	Financement par projet
S.O.	S.O.
Candidats admissibles	Projets admissibles
Communautés rurales, éloignées et autochtones de partout au Québec.	Chaque communauté est équipée du logiciel Scenic 2, un programme conçu sur un modèle de source ouverte pour encourager l'innovation en télétravail, la collaboration en ligne et des pratiques artistiques en réseau.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Partenariat entre la SAT et le Plan culturel numérique du Québec.	

France

Nom	Bailleur de fonds
Dispositif pour la création artistique multimédia et numérique (DICRéAM)	Centre national du cinéma et de l'image animé
Administration	Partenaires
France (national)	Direction générale de la création artistique, Secrétariat général, Délégation générale à la langue française et aux langues de France, Centre national du livre
Objectifs	
Appuyer le développement, la production et la diffusion.	
Financement total disponible	Financement par projet
Non indiqué. 70 % du budget total octroyé par le CNC.	Développement : 75 % des coûts; production : 50 % des coûts; diffusion : 50 % des coûts, jusqu'à concurrence de 10 000 €.
Candidats admissibles	Projets admissibles
Artistes à titre individuel ou organismes établis en France.	Diffusion physique ou numérique d'un projet précis ou la présentation d'une œuvre d'art pour la première fois.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Vise à appuyer une œuvre expérimentale, en particulier l'utilisation de la technologie numérique et multimédia dans la démarche créatrice.	

Nom	Bailleur de fonds
Objectif Croissance	Grappe de contenu Imaginove
Administration	Partenaires
France (Rhône-Alpes)	S.O.
Objectifs	
Aider des entreprises à atteindre des objectifs de croissance.	
Financement total disponible	Financement par projet
Budget annuel du projet de 100 000 euros.	Non indiqué. Imaginove aide aussi les entreprises participantes à trouver du financement auprès d'autres sources.
Candidats admissibles	Projets admissibles

Membres d'Imaginove œuvrant dans les films, la télévision, le multimédia et les jeux vidéo. Cinq nouvelles entreprises sont choisies par année.	Objectifs de croissance précis qui peuvent être atteints en trois ans. Des exemples antérieurs comprennent : lancer un nouveau produit, entrer sur un nouveau marché, développer un réseau ou collecter des fonds.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Relie les entreprises de médias numériques à des services publics et des entreprises privées utilisant de nouvelles technologies et un contenu numérique créatif.	

Nom	Bailleur de fonds
Fonds de soutien à la création artistique numérique (Fonds SCAN)	Région Rhône-Alpes
Administration	Partenaires
France (Rhône-Alpes)	S.O.
Objectifs	
Financer la recherche, l'expérimentation et la création de contenus numériques créatifs dans la région Rhône-Alpes.	
Financement total disponible	Financement par projet
Non indiqué.	50 % du budget total du projet jusqu'à concurrence de 25 000 €.
Candidats admissibles	Projets admissibles
Artistes à titre individuel ou organismes établis dans la région Rhône-Alpes. Étudiants dirigeant des projets collectifs multidisciplinaires avec un soutien professionnel.	Les projets doivent utiliser des techniques numériques et travailler en partenariat avec une autre institution comme un radiodiffuseur, un centre de recherche, etc. Les résultats du projet doivent aussi être à la disposition du public.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Soutien aux artistes pour qui la distribution numérique est nouvelle.	

Royaume-Uni

Nom	Bailleur de fonds
Digital R&D Fund for the Arts	Nesta
Administration	Partenaires
R.-U. (Angleterre, ainsi que des projets parallèles en Écosse et au Pays de Galles)	Arts Council England, Arts and Humanities Research Council

Objectifs	
1) Accroître la portée et l'engagement des publics 2) Explorer de nouveaux modèles de fonctionnement.	
Financement total disponible	Financement par projet
7 millions de livres	jusqu'à 300 000 £
Candidats admissibles	Projets admissibles
Organismes en Angleterre.	Marketing, restauration et archivage, opérations, distribution et exposition, création, modèles de fonctionnement.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Encourager l'application de la technologie numérique à l'engagement des publics et à de nouveaux modèles de fonctionnement. Approche innovatrice de l'admissibilité, n'importe quel organisme entreprenant des projets en arts peut présenter une demande, au lieu de se concentrer plus précisément sur les organismes artistiques.	

Nom	Bailleur de fonds
Financement ouvert de projets	Creative Scotland
Administration	Partenaires
R.-U. (Écosse)	S.O.
Objectifs	
1) Acquérir des compétences ou développer une pratique artistique 2) Projets qui créent quelque chose de nouveau et de grande qualité 3) Développer et rejoindre de nouveaux publics 4) Encourager plus de gens à s'impliquer dans l'activité artistique et créatrice.	
Financement total disponible	Financement par projet
10,5 millions de livres.	jusqu'à 150 000 £
Candidats admissibles	Projets admissibles
Artistes, praticiens du secteur de la création et collaborations ou organismes établis en Écosse. Les étudiants, universitaires et autres professionnels de l'enseignement ne sont pas admissibles.	Le mécanisme de financement soutient des projets qui permettent : d'acquérir des compétences ou de développer une pratique artistique; de créer quelque chose de nouveau et de grande qualité; de présenter des œuvres à des publics ou d'essayer de développer et rejoindre de nouveaux publics; d'encourager plus de gens à s'impliquer dans l'activité artistique et créatrice.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Un modèle de financement souple encourage la collaboration et soutient l'acquisition de compétences.	
Nom	Bailleur de fonds
The Space	BBC

Administration	Partenaires
R.-U. (Angleterre)	Arts Council England
Objectifs	
1) Commande d'œuvres : enregistrer de grands spectacles en direct, élargir des expériences artistiques existantes utilisant la technologie ou créées avec le numérique comme élément central 2) Ressources : guides de l'utilisation de la technologie numérique à chaque étape de la démarche créatrice.	
Financement total disponible	Financement par projet
Non indiqué.	Non indiqué.
Candidats admissibles	Projets admissibles
Artistes et organismes établis au R.-U.	Projets dans toutes les formes d'art qui utilisent des technologies numériques à la poursuite de l'excellence artistique et pour rejoindre de nouveaux publics.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Accent mis sur le développement des publics à l'aide de la technologie numérique, quelle que soit la forme d'art.	

Nom	Bailleur de fonds
Financement des organismes du portefeuille national	Arts Council England
Administration	Partenaires
R.-U. (Angleterre)	S.O.
Objectifs	
Financement sur trois ans d'organismes artistiques	
Financement total disponible	Financement par projet
1 milliard de livres sur trois ans.	663 organismes non inscrits ont reçu des fonds.
Candidats admissibles	Projets admissibles
Organismes artistiques en Angleterre.	Projets qui aident plus de gens à s'engager envers les arts et la culture et créent des perspectives pour les jeunes tout en démontrant en même temps une excellence artistique.
Pertinence pour l'examen documentaire	
Un financement soutenu permet un engagement envers la technologie numérique et des investissements dans cette dernière	

Nom		Bailleur de fonds	
Financement en capital		Arts Council England	
Administration		Partenaires	
R.-U. (Angleterre)		S.O.	
Objectifs			
Le soutien aux organismes artistiques devient plus durable et innovateur, y compris l'amélioration du rendement environnemental et une augmentation de la connectivité numérique.			
Financement total disponible		Financement par projet	
88 millions de livres.		Non inscrit, 16 candidats retenus.	
Candidats admissibles		Projets admissibles	
Bénéficiaires de financement du portefeuille national		Le financement met l'accent sur la consolidation et l'amélioration de l'infrastructure artistique existante.	
Pertinence pour l'examen documentaire			
Financement de capital utilisé pour développer davantage l'infrastructure numérique dans le secteur des arts et pour appuyer la qualité, le volume et la portée du contenu numérique.			

Nom		Bailleur de fonds	
Organismes régulièrement financés		Creative Scotland	
Administration		Partenaires	
R.-U. (Écosse)		S.O.	
Objectifs			
1) Accroître la répartition géographique des organismes soutenus par Creative Scotland 2) Renforcer les thèmes de raccordement, soit apprentissage créatif, égalités et diversité, numérique et environnement, introduits dans le plan stratégique.			
Financement total disponible		Financement par projet	
100 millions sur trois ans.		119 organismes ont reçu des fonds.	
Candidats admissibles		Projets admissibles	
Artistes, praticiens du secteur de la création et collaborations ou organismes établis en Écosse. Les étudiants, universitaires et autres professionnels de l'enseignement ne sont pas admissibles.		Demandes évaluées en fonction de ce qui suit : excellence et expérimentation, accéder à des expériences créatrices et les apprécier, viabilité financière, gouvernance et gestion.	
Pertinence pour l'examen documentaire			
Le plus grand segment d'organismes du portefeuille de financement régulier pour les œuvres 2015-2018 dans de multiples disciplines artistiques, ce qui laisse entendre qu'un financement régulier encourage l'innovation.			

Nom		Bailleur de fonds	
Time to Shine Digital		Creative Scotland	
Administration		Partenaires	
R.-U. (Écosse)		S.O.	
Objectifs			
Inspirer la créativité et l'expérimentation numériques chez les jeunes par une série de projets dirigés par des jeunes travaillant avec des organismes artistiques en collaboration avec des partenaires du secteur de la technologie.			
Financement total disponible		Financement par projet	
401 444 £		De 50 000 à 100 000 £ chacun pour six organismes.	
Candidats admissibles		Projets admissibles	
Organismes d'art pour les jeunes en Écosse.		Projets culturels et d'arts numériques dirigés par des jeunes qui créent des partenariats avec des intervenants travaillant dans des médias interactifs.	
Pertinence pour l'examen documentaire			
Exemple de l'encouragement de partenariats avec des entre des organismes artistiques et des compagnies de technologie. Rôle du numérique dans le cadre de stratégies numériques plus vastes, en l'occurrence la stratégie artistique nationale des jeunes de l'Écosse.			