

Conseil des arts du Canada

# Les arts à L'ère numérique

Rapport thématique

## 2. Utilisation globale de la technologie

---



Rapport sur les données du sondage

Février 2017

Préparé par

[Nordicity](#)

Préparé pour

[Conseil des arts du Canada](#)

Présenté à

[Gabriel Zamfir](#)

Directeur, Service de la recherche, de l'évaluation et des mesures de rendement

[gabriel.zamfir@conseildesarts.ca](mailto:gabriel.zamfir@conseildesarts.ca)

Février 2017

Publication is also available in English

Pour obtenir plus de précisions veuillez-vous adresser au :



**Conseil des arts  
du Canada**

**Canada Council  
for the Arts**

Service de la Recherche, évaluation et mesures du rendement

150 rue Elgin | Elgin Street

CP 1047 | PO Box, Ottawa ON K1P 5V8

[conseildesarts.ca](http://conseildesarts.ca) | [canadacouncil.ca](http://canadacouncil.ca)

[recherche@conseildesarts.ca](mailto:recherche@conseildesarts.ca)

Ou bien consulter <http://conseildesarts.ca/recherche>

Rapport thématique

## **2. Utilisation globale de la technologie**

Préparé par : Nordicity



## 1. Contexte

Le Conseil des arts du Canada a lancé une initiative afin de comprendre comment les artistes et les organismes artistiques s'adaptent à la création et à la diffusion à l'ère numérique pour vivre de leur art. Dans le cadre d'une enquête continue, le Conseil des arts du Canada a demandé à Nordicity de réaliser un sondage auprès d'artistes et d'organismes artistiques au Canada.

Les données présentées dans ce rapport sont tirées principalement des résultats d'un sondage en ligne réalisé auprès d'artistes et d'organismes artistiques canadiens entre mai et juillet 2016, bon nombre des questions posées se rapportant à l'activité des répondants dans l'année écoulée. Comme leur interaction avec les technologies numériques n'est pas la même, artistes et les organismes artistiques avaient chacun leur questionnaire.

Globalement, 908 organismes artistiques et 2 680 artistes ont répondu au sondage, soit environ 25 % des organismes artistiques et 23 % des artistes (connus) au Canada. S'il n'est pas possible de calculer de marge d'erreur pour les organismes artistiques (car ils n'adhèrent pas à une distribution normale), Nordicity estime que la marge d'erreur dans le cas de l'échantillon d'artistes est de 2 % (résultats exacts 19 fois sur 20).

Les résultats de cette recherche se divisent en plusieurs sous-rapports thématiques comme suit :

- **Rapport 1** : Présente l'étendue de la recherche et la méthodologie utilisée et décrit les organismes artistiques et les artistes qui ont participé au sondage
- **Rapport 2** : Décrit l'utilisation générale que les répondants font de la technologie numérique
- **Rapport 3** : S'intéresse de plus près aux outils numériques utilisés à chaque étape du processus créatif
- **Rapport 4** : Présente les différentes utilisations des données par les organismes artistiques et les artistes, et examine le rendement des investissements
- **Rapport 5** : Explique les obstacles que doivent surmonter les organismes artistiques et les artistes et donne un résumé les principales observations.

À travers ces rapports, les données sont organisées selon plusieurs catégories :

Organismes artistiques :	Artistes :
Chaque répondant a indiqué son niveau d'aisance générale par rapport aux technologies numériques, divisé en « très à l'aise » et « peu à l'aise ».	Chaque répondant a indiqué son niveau d'aisance générale par rapport aux technologies numériques, divisé en « très à l'aise » et « peu à l'aise ».
Taille de l'organisme (en budget d'exploitation annuel) : « grands organismes », avec un budget supérieur à 250 000 \$, et « petits organismes », avec un budget inférieur à 250 000 \$.	Étape de carrière : « début de carrière » et « carrière établie ». Les artistes au début de carrière ont travaillé pendant moins de dix ans dans leur domaine.
Discipline artistique (si possible).	Discipline artistique (si possible).

## 2. Utilisation globale de la technologie

Cette section présente un résumé de la façon dont les organismes et les artistes utilisent la technologie numérique dans leur travail. Il ressort du sondage que les organismes attachent surtout de l'importance aux outils numériques pour les activités de marketing, suivies par les activités visant à élargir le public. Les artistes classent également le marketing au premier rang, mais la recherche au

deuxième. **Les sites Web et les médias sociaux sont les deux outils numériques les plus couramment utilisés par les deux groupes**, mais les organismes sont un peu plus actifs en ligne que les artistes. En tout, **98 % des organismes utilisent les médias sociaux et 97 % ont un site Web**, contre 85 % et 89 %, respectivement, pour les artistes.

Les organismes et les artistes font état de vitesses d'adoption du numérique similaires, 39 % des organismes et 38 % des artistes estimant avoir une longueur d'avance sur leurs pairs. En revanche, tout juste 47 % des organismes sont satisfaits de leurs investissements dans la technologie numérique, contre 59 % des artistes. Les répondants moins à l'aise avec le numérique sont moins susceptibles d'utiliser la technologie ou d'en percevoir les avantages, tandis que la taille d'un organisme ou l'étape de carrière d'un artiste a moins d'incidence dans ces domaines.

## 2.1 Importance

Le sondage demandait aux répondants de préciser l'importance des technologies numériques dans différents aspects de leurs activités. **Les organismes artistiques et les artistes mentionnent tous deux le marketing, la communication et la promotion comme étant l'application la plus importante de la technologie numérique.** L'élargissement du public est la deuxième activité en importance pour les organismes artistiques, alors que pour les artistes, c'est la recherche. En outre, bien que des artistes plus ou moins à l'aise avec le numérique et à différentes étapes de leur carrière attachent autant d'importance à différentes fonctions, **les organismes peu à l'aise avec le numérique sont beaucoup moins susceptibles de percevoir l'importance des outils numériques** pour la création, la diffusion et la gestion organisationnelle.

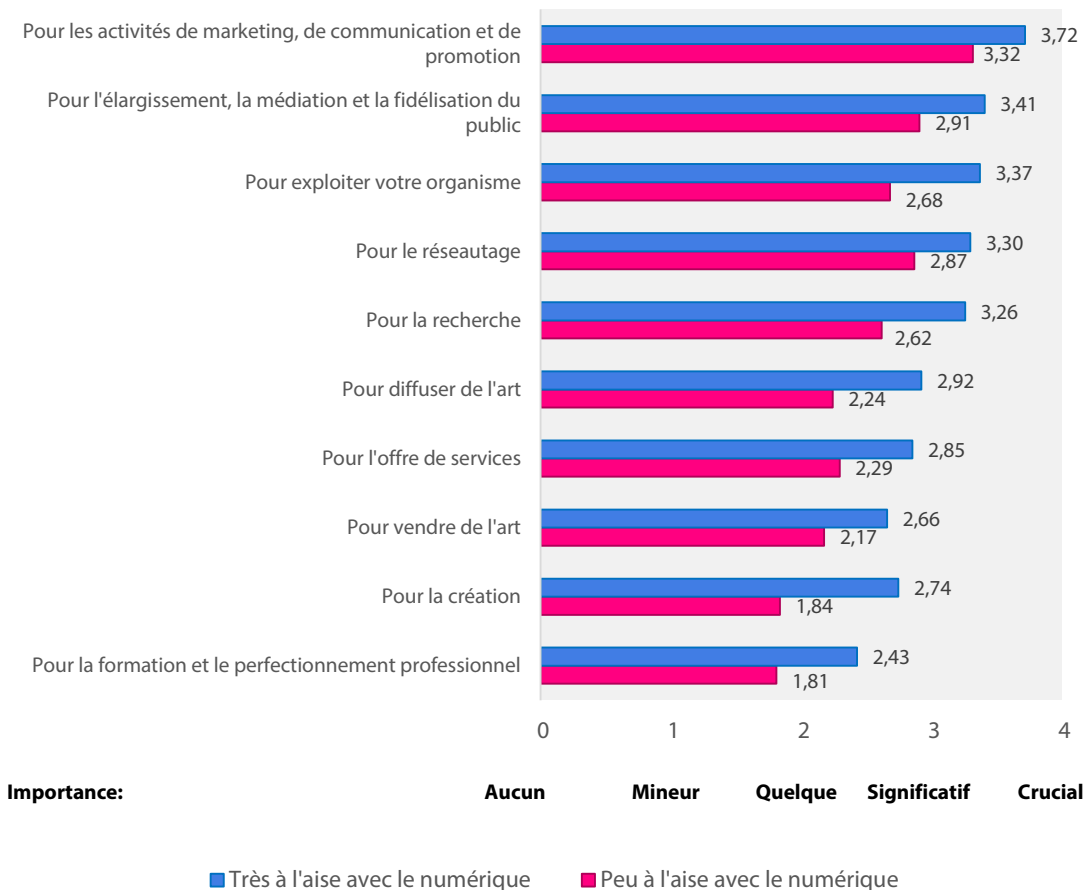
### 2.1.1 Organismes artistiques

#### Principales conclusions

- Les organismes très ou peu à l'aise avec le numérique considèrent tous deux le marketing et l'élargissement du public comme étant les utilisations les plus importantes des outils numériques.
- Les organismes peu à l'aise avec le numérique attachent beaucoup moins d'importance aux outils numériques pour la création, la diffusion et la gestion organisationnelle.
- Aucune différence significative du point de vue de l'importance par taille d'organisme.

Le graphique sur la page suivante montre l'importance moyenne que les organismes artistiques attachent à l'utilisation d'outils numériques dans différentes activités. Comme on pouvait s'y attendre, les organismes à l'aise avec le numérique accordent plus d'importance en moyenne aux outils numériques que ceux qui le sont moins. Dans les deux cas, le marketing et l'élargissement du public sont les applications les plus populaires des outils numériques dans les organismes.

Figure 1 : Importance des outils numériques, par niveau d'aisance avec le numérique (organismes artistiques)



n=866  
Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Comme on le voit ci-dessus, les plus grands écarts en ce qui concerne l'importance par niveau d'aisance avec le numérique concernent l'utilisation d'outils pour la création, la diffusion et la gestion organisationnelle. Dans les trois catégories, les organismes peu à l'aise avec le numérique attachent nettement moins d'importance aux outils numériques employés à ces fins. Malgré les différences observées entre les organismes plus ou moins à l'aise avec le numérique, il n'y a guère de différence dans l'importance des technologies numériques indiquée par les grands et les petits organismes.

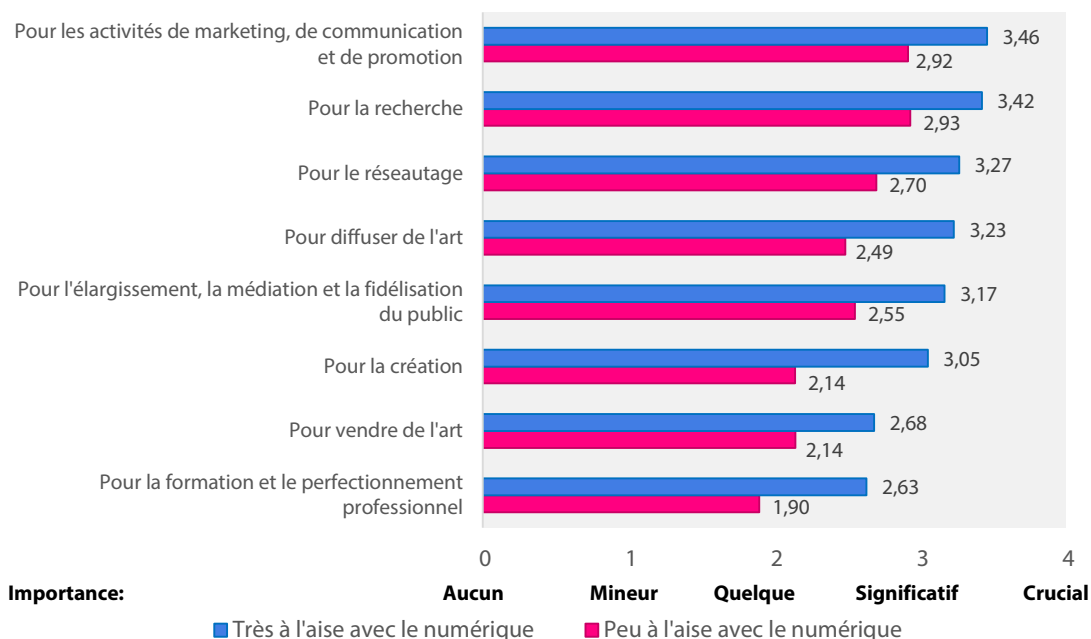
## 2.1.2 Artistes

### Principales conclusions

- Le marketing et la recherche sont les applications les plus importantes des technologies numériques pour les répondants.
- La plus grande différence entre les artistes très et peu à l'aise avec le numérique réside dans l'importance des outils numériques pour la création.
- Des artistes de différents niveaux d'aisance par rapport au numérique et se trouvant à différentes étapes de leur carrière donnent un profil de classement similaire de chaque fonction des outils.

Comme le montre la figure ci-dessous, les artistes considèrent les outils numériques comme étant très importants pour le marketing, la communication et la promotion, suivies de près par la recherche et le réseautage. La ventilation des données par niveau d'aisance des artistes avec le numérique montre que ceux qui sont peu à l'aise donnent un profil de classement similaire pour toutes les fonctions des outils, bien que leurs réponses moyennes soient légèrement inférieures globalement.

Figure 2 : Importance des outils numériques, par niveau d'aisance avec le numérique (artistes)



n=2 585

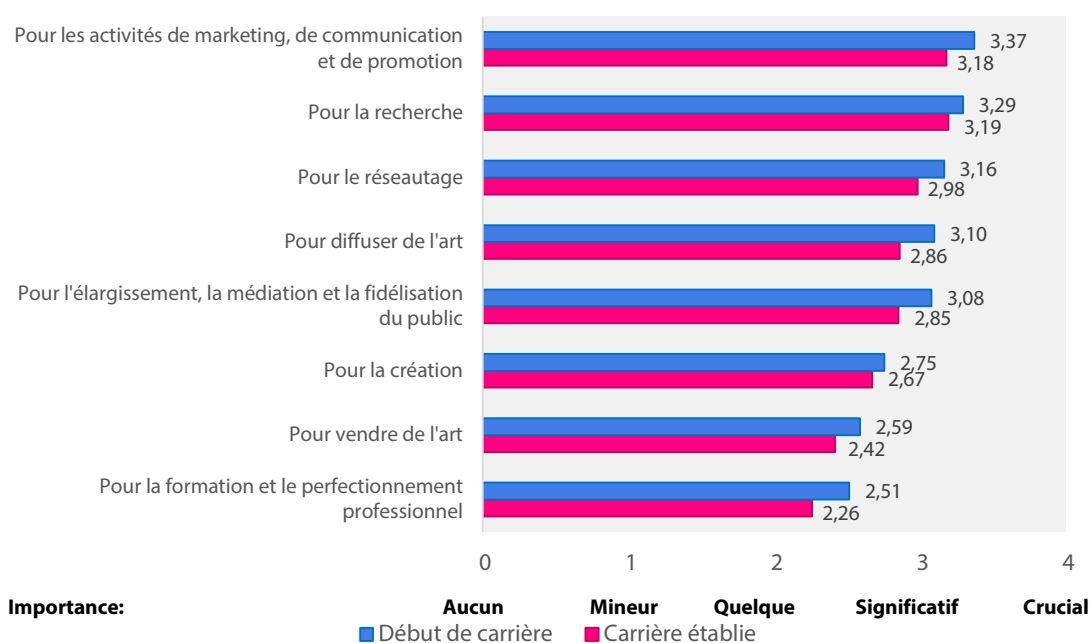
Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

La « création » semble être la fonction des outils numériques qui présente la plus grande corrélation avec le niveau d'aisance des artistes par rapport au numérique. Autrement dit, la plus grande différence observée entre les réponses d'artistes très et peu à l'aise avec le numérique concerne leur perception de l'importance des outils numériques pour la création, ce qui est logique, car l'utilisation

d'outils numériques pour la création (c.-à-d. comme outil artistique dans leur pratique) serait normalement renforcée par une plus grande aisance avec le numérique ou découlerait de celle-ci.

En revanche, cependant, la figure suivante montre que l'importance de la création présente la plus faible relation avec l'étape de carrière des artistes. Globalement, la création manifeste la plus grande sensibilité à l'aisance par rapport au numérique, mais la plus faible à l'étape de carrière. Cette constatation laisse supposer que les artistes à une étape avancée de leur carrière considèrent généralement les outils numériques comme un peu moins importants globalement, mais ils sont relativement moins opposés à leur utilisation pour la création.

Figure 3 : Importance des outils numériques, par étape de carrière (artistes)



n=2 585

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Comme pour le niveau d'aisance avec le numérique, cette figure laisse supposer un profil de classement des outils similaire pour des artistes à différentes étapes de leur carrière.

## 2.2 Outils utilisés

Le sondage demandait aux répondants de préciser quels outils de communication ils utilisent, que ce soit dans leur pratique artistique individuelle ou en tant qu'organismes. **Les sites Web et les réseaux sociaux sont les formes les plus courantes d'outils de communication numériques pour les organismes comme pour les artistes.** Globalement, 97 % des organismes ont un site Web et 98 % sont actifs dans les médias sociaux, contre 89 % et 85 %, respectivement, pour les artistes. Dans les deux cas, **c'est sur l'utilisation de blogues et d'applications que le niveau d'aisance avec le numérique influe le plus.** Ainsi, 45 % des artistes et 37 % des organismes à l'aise avec le numérique déclarent utiliser des applications, contre seulement 26 % et 16 %, respectivement, de ceux qui le sont.



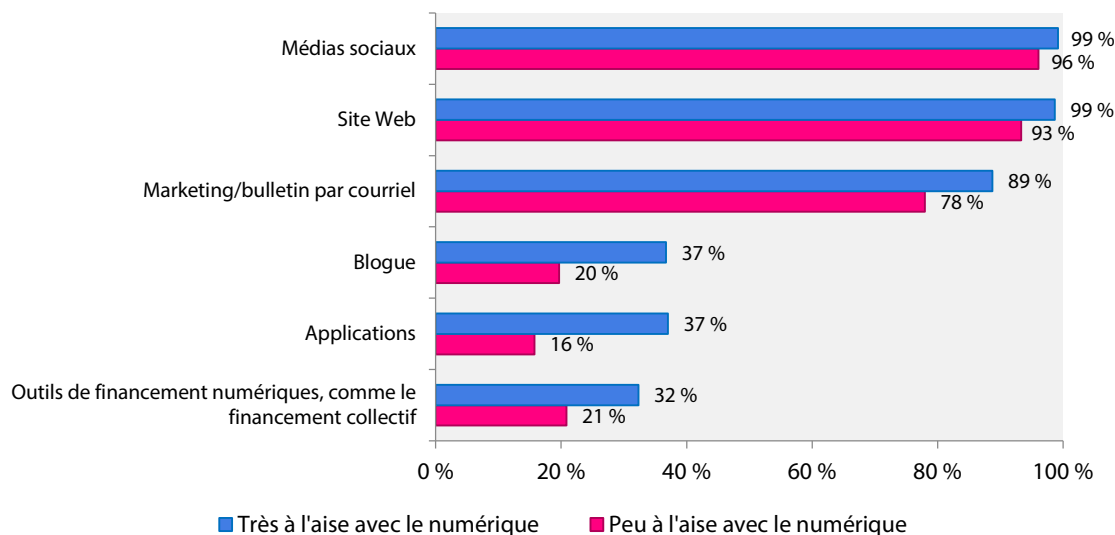
## 2.2.1 Organismes artistiques

### Principales conclusions

- Les médias sociaux et les sites Web sont les outils numériques les plus courants pour la communication, 98 % des organismes utilisant les médias sociaux et 97 % ayant un site Web.
- C'est sur les blogues et les applications que l'aisance avec le numérique a le plus d'incidence : 37 % des organismes à l'aise avec le numérique utilisent ces outils, alors que seulement 20 % de ceux qui sont moins à l'aise utilisent des blogues et 16 %, des applications.
- Les petits organismes sont un peu moins susceptibles d'utiliser la technologie numérique que les grands, mais la taille de l'organisme n'a pas autant d'incidence sur l'utilisation de blogues ou d'applications que le niveau d'aisance avec le numérique.

Comme on le voit sur le graphique ci-dessous, l'utilisation des deux premières technologies numériques (médias sociaux et sites Web) ne diffère guère entre les organismes présentant différents niveaux d'aisance avec le numérique. Les organismes à l'aise sont légèrement plus susceptibles d'utiliser le marketing ou des bulletins par courriel.

Figure 4 : Utilisation des technologies numériques, par niveau d'aisance avec le numérique (organismes artistiques)



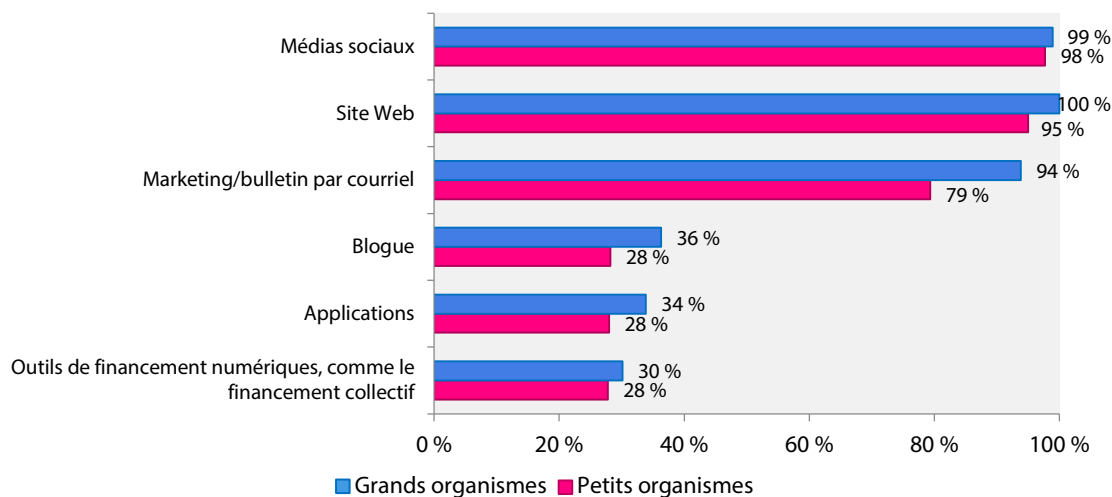
n=869

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Le plus grand écart entre les organismes à l'aise ou non avec le numérique concerne l'utilisation de blogues et d'applications, que les premiers sont presque deux fois plus susceptibles d'utiliser que les seconds.

Le graphique ci-dessous montre que les petits organismes sont, de manière générale, un peu moins susceptibles que les grands de recourir aux technologies numériques.

Figure 5 : Utilisation des technologies numériques, par taille d'organisme (organismes artistiques)



n=869

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Fait intéressant, la taille des organismes n'a pas autant d'incidence sur l'utilisation de blogues ou d'applications que le niveau d'aisance avec le numérique.

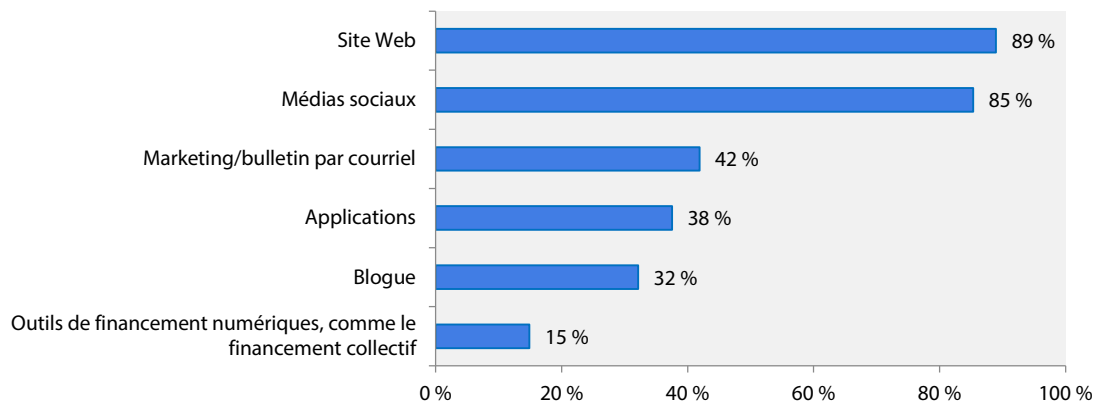
## 2.2.2 Artistes

### Principales conclusions

- 89 % des artistes utilisent des sites Web et 85 % ont des comptes de médias sociaux.
- C'est sur l'utilisation d'applications et de blogues que l'aisance avec le numérique a le plus d'incidence : 45 % des artistes à l'aise avec le numérique utilisent des applications, contre 26 % des artistes moins à l'aise. De même, 40 % des artistes à l'aise avec le numérique utilisent des blogues, contre seulement 20 % des artistes moins à l'aise.
- Les artistes à une étape plus avancée de leur carrière sont plus susceptibles d'utiliser le marketing par courriel et des applications que des artistes plus en début de carrière. En revanche, les artistes plus en début de carrière utilisent davantage les médias sociaux et les blogues.

Comme le montre la figure sur la page qui suit, près de neuf artistes sur dix utilisent un site Web et les médias sociaux comme outils de communication, tandis qu'une bien plus petite proportion utilise le courriel, des applications ou un blogue. Le financement collectif est l'outil numérique le moins utilisé.

Figure 6 : Utilisation d'outil de communication (artistes)

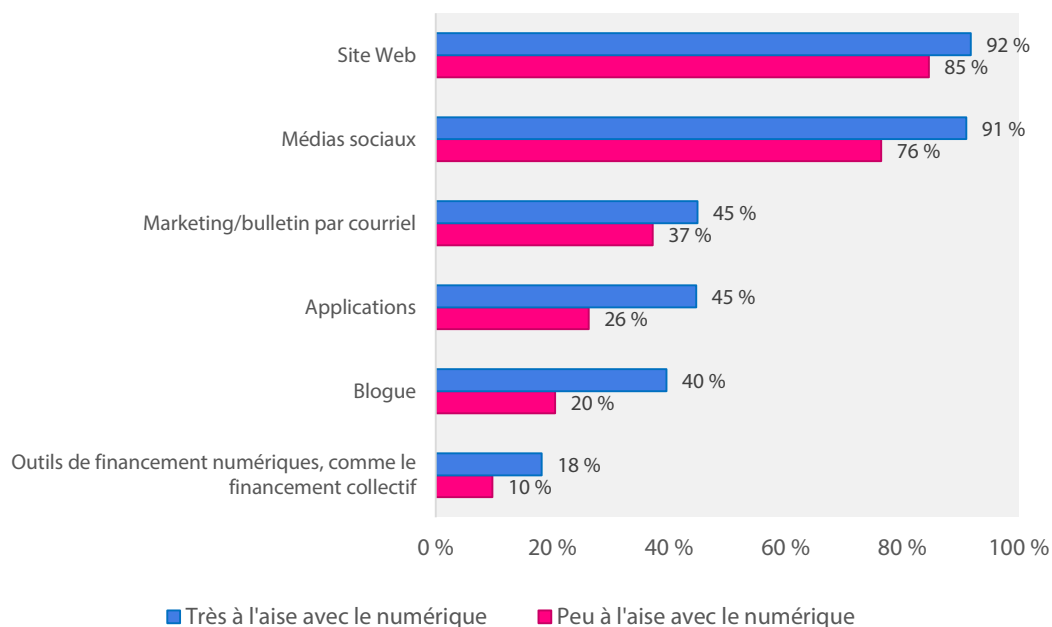


n=2 473

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

La figure suivante ventile l'utilisation par les artistes de technologies numériques par niveau d'aisance avec le numérique. Ce graphique montre que si les sites Web, les médias sociaux et le marketing par courriel sont un peu moins utilisés par les artistes peu à l'aise avec le numérique, la différence la plus marquée entre ces groupes concerne l'utilisation d'applications, de blogues et de financement collectif. De fait, les artistes peu à l'aise avec le numérique sont moitié moins susceptibles d'utiliser des applications, des blogues et le financement collectif que les artistes à l'aise avec le numérique.

Figure 7 : Utilisation d'outil de communication, par niveau d'aisance avec le numérique (artistes)

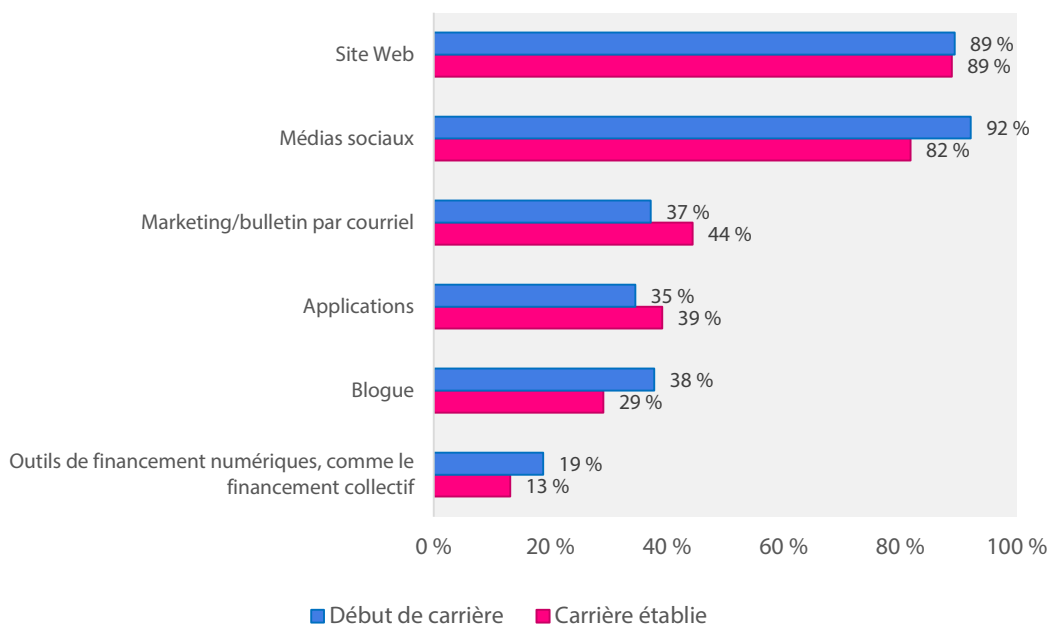


n=2 473

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Une figure légèrement différente se dessine lorsqu'on compare les artistes en début de carrière et à une étape avancée de leur carrière, comme le montre le graphique ci-dessous.

Figure 8 : Utilisation d'outil de communication, par étape de carrière (artistes)



n=2 473

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Tous les artistes utilisent largement les sites Web. Les artistes à une étape de carrière avancée sont plus susceptibles d'utiliser le marketing par courriel et des applications, alors que les artistes en début de carrière sont plus susceptibles d'utiliser les médias sociaux, des blogues et le financement collectif.

## 2.3 Vitesse d'adoption

Le sondage demandait aux répondants d'évaluer à quelle vitesse ils adoptent de nouvelles technologies numériques par rapport à leurs pairs. **La majorité des répondants déclarent être dans la moyenne, 50 % des organismes et 44 % des artistes choisissant l'option « neutre ».** Dans les deux cas, davantage de répondants estiment avoir une longueur d'avance plus que du retard pour ce qui est de la rapidité à adopter des technologies. Comme on s'en doute, la majorité de ceux qui adoptent rapidement les technologies sont à l'aise avec le numérique, tandis que l'inverse est également vrai dans le cas de ceux qui sont lents à les adopter.

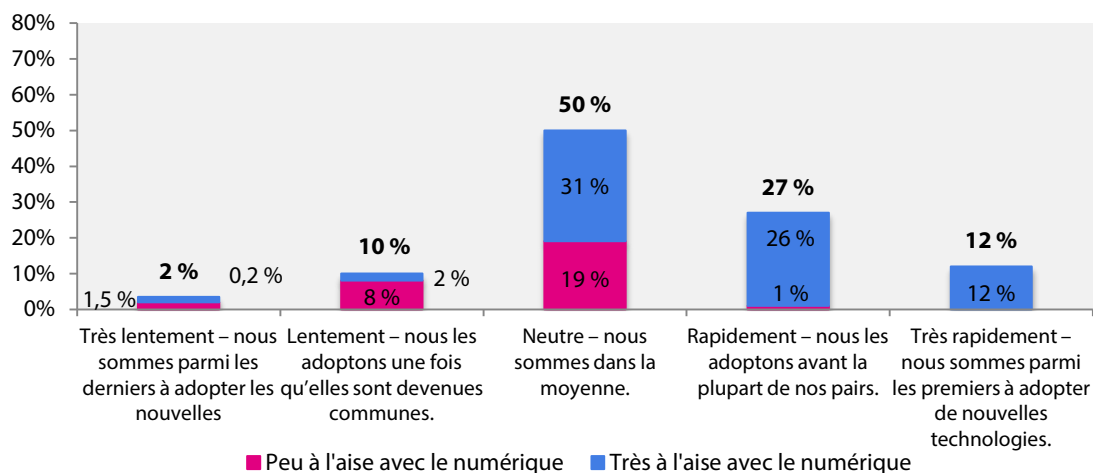
## 2.3.1 Organismes artistiques

### Principales conclusions

- 50 % des organismes déclarent que leur vitesse d'adoption est moyenne.
- Sur les 39 % de répondants qui se considèrent plus rapides que la moyenne, 38 % sont des artistes à l'aise avec le numérique.
- Sur les 12 % de répondants qui se considèrent plus lents que la moyenne, 9,5 % sont moins à l'aise avec le numérique.

Le graphique ci-dessous montre la distribution de la vitesse d'adoption des nouvelles technologies numériques dans les organismes artistiques. La moitié de l'échantillon se déclare dans la vitesse moyenne d'adoption ou proches de cette vitesse.

Figure 9 : Vitesse d'adoption du numérique, par niveau d'aisance avec le numérique (organismes artistiques)

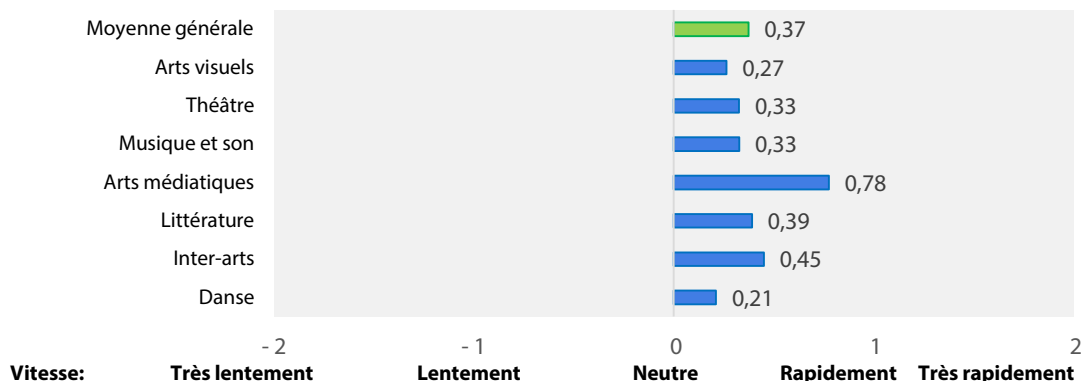


n=868

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Le graphique ci-dessous présente la vitesse moyenne d'adoption du numérique, ventilée par discipline<sup>1</sup>. Comme on pouvait s'y attendre, en général, les organismes des arts médiatiques adoptent les technologies numériques plus rapidement que la moyenne.

Figure 10 : Vitesse moyenne d'adoption du numérique par discipline (organismes artistiques)



n=868

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Comme on le voit ci-dessus, 39 % des organismes déclarent avoir une longueur d'avance pour ce qui est de l'adoption de technologies numériques. Seuls 12 % des répondants s'estiment lents à adopter de nouvelles technologies. Sans surprise, l'immense majorité des organismes qui s'estiment rapides à les adopter se déclarent aussi très à l'aise avec le numérique, tandis que l'inverse est vrai pour les organismes peu à l'aise avec le numérique.

### 2.3.2 Artistes

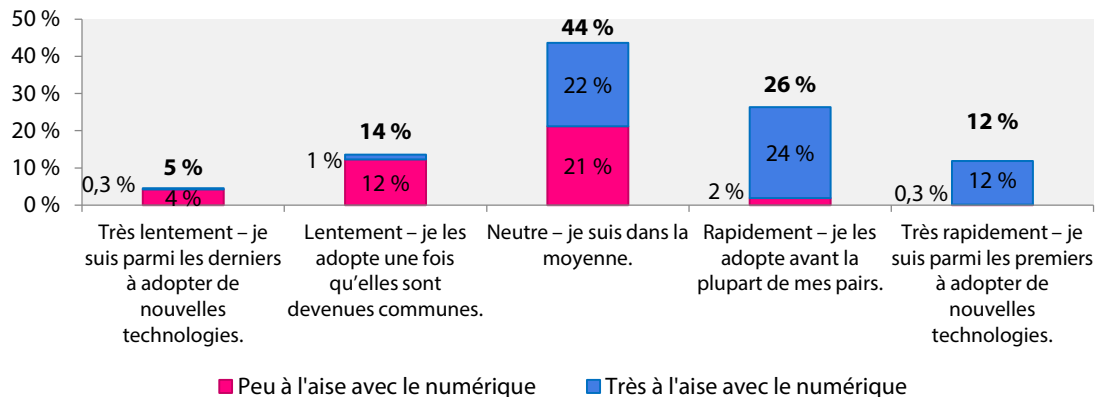
#### Principales conclusions

- 44 % des artistes se considèrent neutres pour ce qui est de la vitesse d'adoption.
- Sur les 38 % de répondants qui se considèrent plus rapides que la moyenne, 36 % sont des artistes à l'aise avec le numérique.
- Sur les 17 % de répondants qui se considèrent plus lents que la moyenne, 16 % sont moins à l'aise avec le numérique.

Comme le montre la figure sur la page suivante, les taux d'adoption autodéclarés des artistes de l'échantillon de sondage penchent généralement en faveur de « neutre », avec une légère préférence pour une adoption plus rapide.

<sup>1</sup> L'échantillon est trop petit en ce qui concerne les médias numériques, les arts du cirque et les artistes handicapés ou sourds pour présenter ces catégories de cette façon.

Figure 11 : Vitesse d'adoption, par niveau d'aisance avec le numérique (artistes)



n=2 569

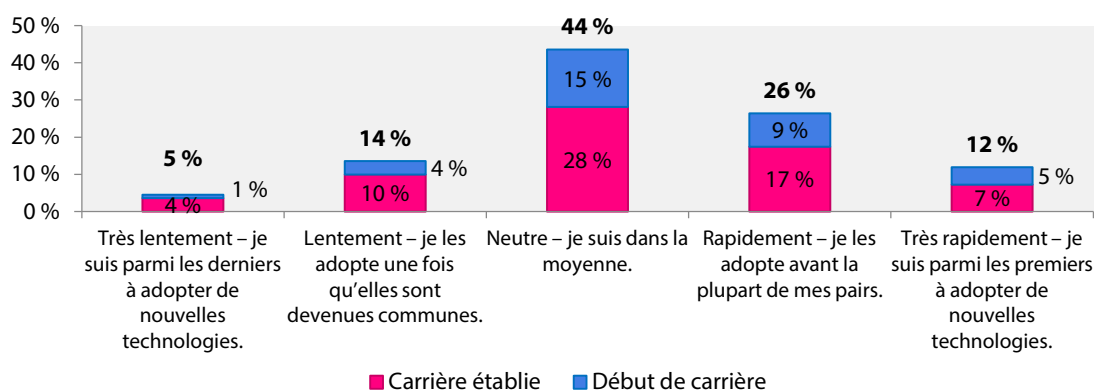
Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Ce résultat est logique sur un plan intuitif, car les 38 % de répondants qui adoptent les technologies rapidement ou très rapidement semblent le faire avant la plupart (62 %) de leurs pairs (ce qui correspond au libellé de la question), tandis que ceux qui sont lents à les adopter ne le font qu'après 81 % de leurs pairs. Donc, la perception que les artistes ont de leurs taux d'adoption est cohérente à l'intérieur de l'échantillon.

En plus de la répartition générale des réponses, la figure ci-dessus montre comment les artistes très et peu à l'aise avec le numérique ont répondu à cette question. Comme on pouvait s'y attendre, les artistes peu à l'aise avec le numérique sont prédisposés à se montrer plus lents à adopter des nouvelles technologies que les autres.

La figure ci-dessous ventile les réponses par étape de carrière et fait apparaître une répartition similaire des artistes en début de carrière et à une étape de carrière avancée sur la courbe d'adoption.

Figure 12 : Vitesse d'adoption, par étape de carrière (artistes)



n=2 541

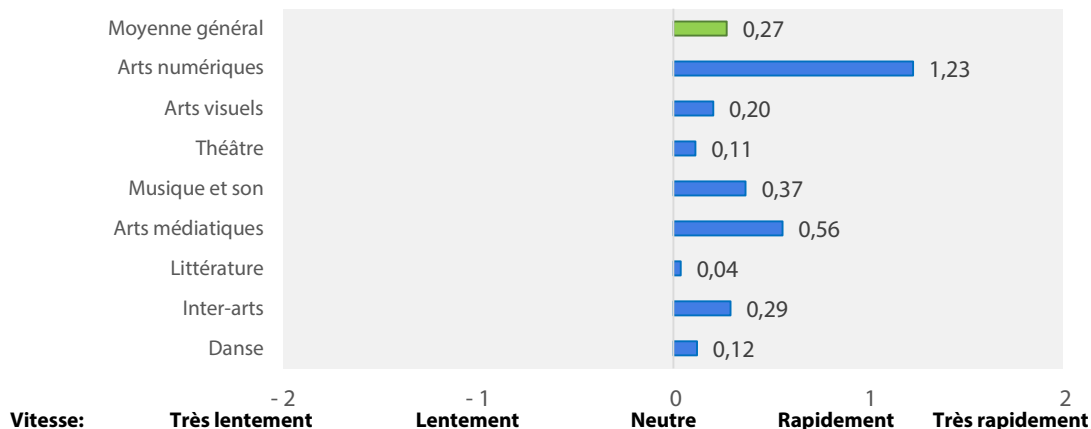
Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

La différence entre ces graphiques est significative parce qu'une grande partie de l'analyse ultérieure montrera que les réponses des artistes à une étape de carrière avancée et des artistes peu à l'aise avec

Le numérique présente des caractéristiques très similaires. À ce stade, il est important de souligner que ce sont, en fait, des groupes de répondants distincts.

Le graphique suivant ventile ces réponses par discipline et montre que les répondants de toutes les disciplines, sauf les arts numériques, présentent généralement des taux d'adoption auto-perçus similaires.

Figure 13 : Vitesse moyenne d'adoption, par discipline (artistes)



n=2 548

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Comme on pouvait s'y attendre, les artistes numériques ont des taux d'adoption nettement plus élevés que les artistes de toutes les autres disciplines. Les artistes des arts médiatiques, du son et de la musique, ainsi que des inter-arts manifestent également une légère tendance à des taux d'adoption plus rapides. Dans l'ensemble, cependant, toutes les disciplines sont bien représentées dans ce paramètre.

## 2.4 Satisfaction globale

Le sondage demandait aux répondants de décrire leur niveau de satisfaction par rapport aux investissements dans la technologie numérique. Globalement, les organismes sont un peu plus satisfaits que les artistes. **En effet, 47 % des organismes se déclarent satisfaits ou très satisfaits, contre seulement 45 % des artistes.** En outre, les niveaux de mécontentement sont légèrement plus élevés chez les artistes (19 %) que dans les organismes (15 %).

Dans les deux cas, les répondants plus à l'aise avec le numérique se déclarent plus satisfaits. Sur une échelle de -2 à 2, les organismes à l'aise avec le numérique obtiennent un score moyen de 0,6, contre -0,11 pour les organismes moins à l'aise. De même, 50 % des artistes moins à l'aise avec le numérique se sentent neutres par rapport à leurs investissements, contre seulement 22 % des artistes plus à l'aise. En revanche, la taille des organismes et l'étape de carrière ont moins d'incidence sur la satisfaction.



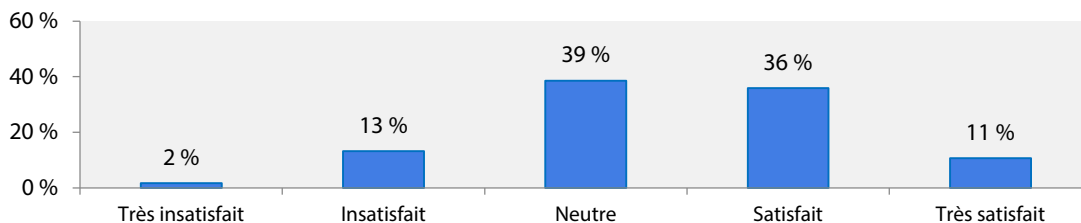
## 2.4.1 Organismes artistiques

### Principales conclusions

- 47 % des organismes sont satisfaits ou très satisfaits de leurs investissements dans la technologie numérique.
- 15 % des organismes sont mécontents ou très mécontents du temps et des ressources qu'ils y consacrent.
- Les organismes à l'aise avec le numérique sont en moyenne les plus satisfaits.

Comme le montre le graphique suivant, près de la moitié des organismes artistiques sont satisfaits (36 %) ou très satisfaits (11 %) de leurs investissements en temps et en ressources dans des outils de création et de production numériques. Seuls 15 % se déclarent globalement mécontents de ces investissements.

Figure 14 : Satisfaction par rapport aux outils de création et de production (organismes artistiques)

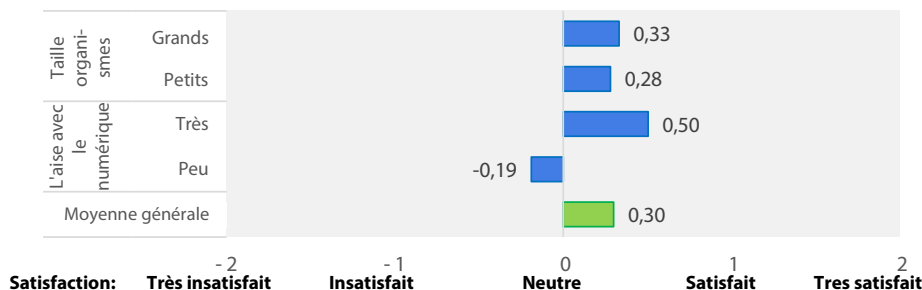


n=705

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Le graphique ci-dessous montre le score de satisfaction moyen par rapport à deux dimensions : l'aisance avec le numérique et la taille de l'organisme. Le score varie de -2 (très mécontent) à 2 (très satisfait), zéro (0) indiquant une réponse neutre. Les organismes à l'aise avec le numérique obtiennent le score moyen le plus élevé (0,50), ceux moins à l'aise obtenant le plus faible (-0,19), ce qui montre qu'ils sont en moyenne légèrement mécontents de leurs investissements dans des technologies numériques globalement.

Figure 15 : Satisfaction moyenne par rapport aux technologies numériques globalement, par taille d'organisme et niveau d'aisance avec le numérique (organismes artistiques)



n=722

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

Une plus grande satisfaction n'est pas surprenante parmi les organismes plus à l'aise avec le numérique, mais plusieurs facteurs pourraient contribuer à l'écart entre les petits et les grands organismes. Ainsi, les répondants des petits organismes pensent faire bon usage des technologies numériques, étant donné leurs ressources limitées.

La figure suivante montre que les organismes des arts médiatiques, du monde littéraire et des arts visuels déclarent le plus grand niveau de satisfaction pour ce qui est de leur investissement en temps et en ressources dans les technologies numériques. Les organismes du monde inter-arts et de la danse, en revanche, donnent en moyenne une réponse plus neutre, tout en restant légèrement positifs.

Figure 16 : Satisfaction moyenne par rapport aux technologies numériques globalement, par discipline (organismes artistiques)



Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

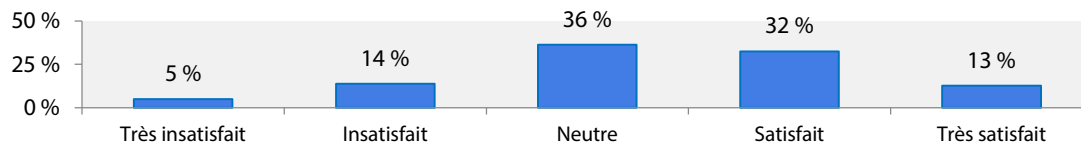
## 2.4.2 Artistes

### Principales conclusions

- 45 % des artistes sont satisfaits ou très satisfaits de leurs investissements dans la technologie numérique.
- Seuls 19 % des artistes sont mécontents ou très mécontents du temps et des ressources qu'ils y consacrent.
- Le niveau d'aisance avec le numérique influence davantage sur la satisfaction que l'étape de carrière : 25 % des artistes à l'aise avec le numérique sont très satisfaits, contre seulement 8 % de ceux qui le sont moins.

Comme le montre la figure suivante, près de la moitié des artistes (45 %) sont satisfaits (32 %) ou très satisfaits (13 %) de leur investissement en temps et en ressources dans des outils de création et de production numériques, tandis que moins d'un sur cinq (19 %) se déclare plus ou moins mécontent.

Figure 17 : Satisfaction par rapport à l'investissement dans les technologies numériques globalement (artistes)

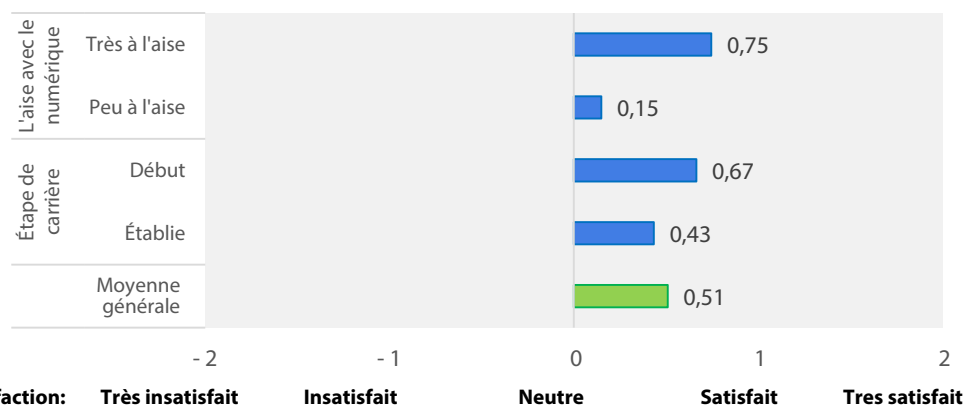


n=2 154

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

La figure ci-dessous montre que les artistes très à l'aise avec le numérique sont plus susceptibles d'être satisfaits de leur investissement en temps et en ressources dans les technologies numériques. Le score moyen des artistes peu à l'aise avec le numérique est nettement inférieur. La différence de satisfaction entre des artistes à différentes étapes de leur carrière n'est pas grande, mais il est évident que des artistes en début de carrière sont généralement plus satisfaits de leur investissement dans les technologies numériques.

Figure 18 : Satisfaction moyenne par rapport aux technologies numériques globalement, par niveau d'aisance avec le numérique et étape de carrière (artistes)

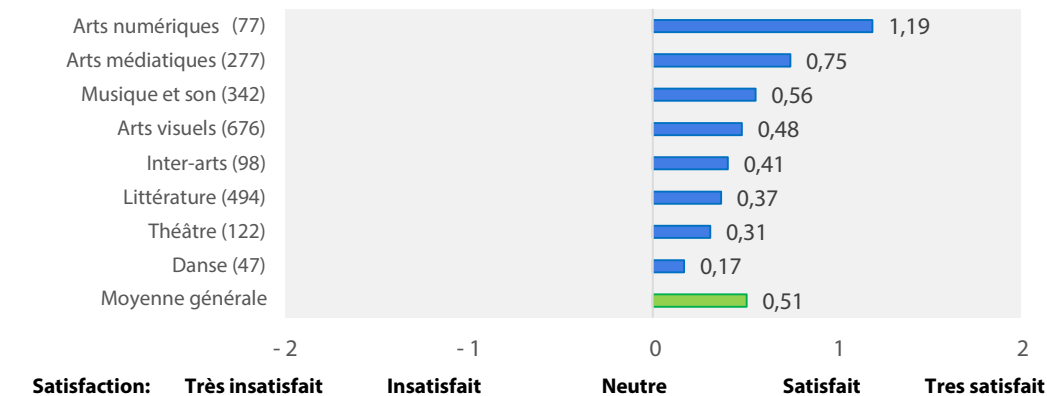


n=2 152

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

La figure ci-dessous montre que les artistes numériques sont beaucoup plus satisfaits de leur investissement en temps et en ressources dans les technologies numériques que les artistes qui travaillent dans d'autres disciplines.

Figure 19 : Satisfaction par rapport à l'investissement dans les technologies numériques globalement, par discipline (artistes)



n=2 133

Source : Sondage de Nordicity sur les arts à l'ère numérique (2016).

En dehors des arts numériques, ce sont les artistes qui travaillent dans les arts médiatiques, la musique et les sons, et les arts visuels qui se déclarent les plus satisfaits des technologies numériques. Les artistes du monde de la danse, du théâtre et de la littérature sont ceux qui se déclarent les moins satisfaits de ces technologies.