

Retombées de l'initiative Présent numérique 2021-2025
Août 2025
Préparé par Hill & Knowlton

Table des matières

Résumé	3
Objectifs et méthode	6
Résultats	10
• Retombées positives.....	17
• Faire progresser les pratiques artistiques et améliorer la connaissance du numérique.....	20
• Présentation.....	23
• Revenus.....	29
• Diversité.....	32
• Conditions de travail sécuritaires.....	35
Conclusions	37

Résumé

Résumé

Objectifs

En 2021, le Conseil des arts a lancé Présent numérique, une initiative ponctuelle d'innovation numérique visant à aider les artistes ainsi que les groupes et les organismes artistiques à adapter des œuvres existantes ou à en créer de nouvelles afin de les présenter virtuellement au public. Les objectifs clés du programme étaient de soutenir la transition numérique et la relance du secteur des arts et de stimuler la création d'emplois. L'analyse a porté sur les activités financées, les avantages pour le secteur et pour diverses communautés, et les stratégies de diffusion, de monétisation et de création d'environnements de travail sécuritaires.

Méthode

Une analyse des réponses fournies dans 903 rapports finaux de bénéficiaires de Présent numérique entre 2021 et 2025 a été effectuée.

Projets créés

L'initiative Présent numérique a financé la création de 5 036 nouvelles œuvres et l'adaptation de 9 440 œuvres existantes, dont environ 29 % de coproductions.

Soutenir la relance du secteur artistique et stimuler la création d'emplois

Plus de 53 000 artistes et travailleuses et travailleurs du secteur ont été engagés. Elles et ils ont touché un total de 48,6 millions de dollars en honoraires et en salaires.

Numérisation d'œuvres d'art et développement de la pratique artistique

Les bénéficiaires ont fait état d'avancements importants pour leurs pratiques artistiques, notamment l'acquisition de nouveaux publics (95 %), l'élargissement de leurs réseaux professionnels (94 %), l'amélioration de leurs compétences artistiques (91 %) et l'ajout de nouvelles dimensions à leur art (90 %). En outre, 77 % ont affirmé que le financement a soutenu la numérisation de leur art, 47 % des bénéficiaires ayant rendu leurs œuvres disponibles en ligne pour la première fois.

Diffusion d'œuvres numériques et stratégies de «découvrabilité»

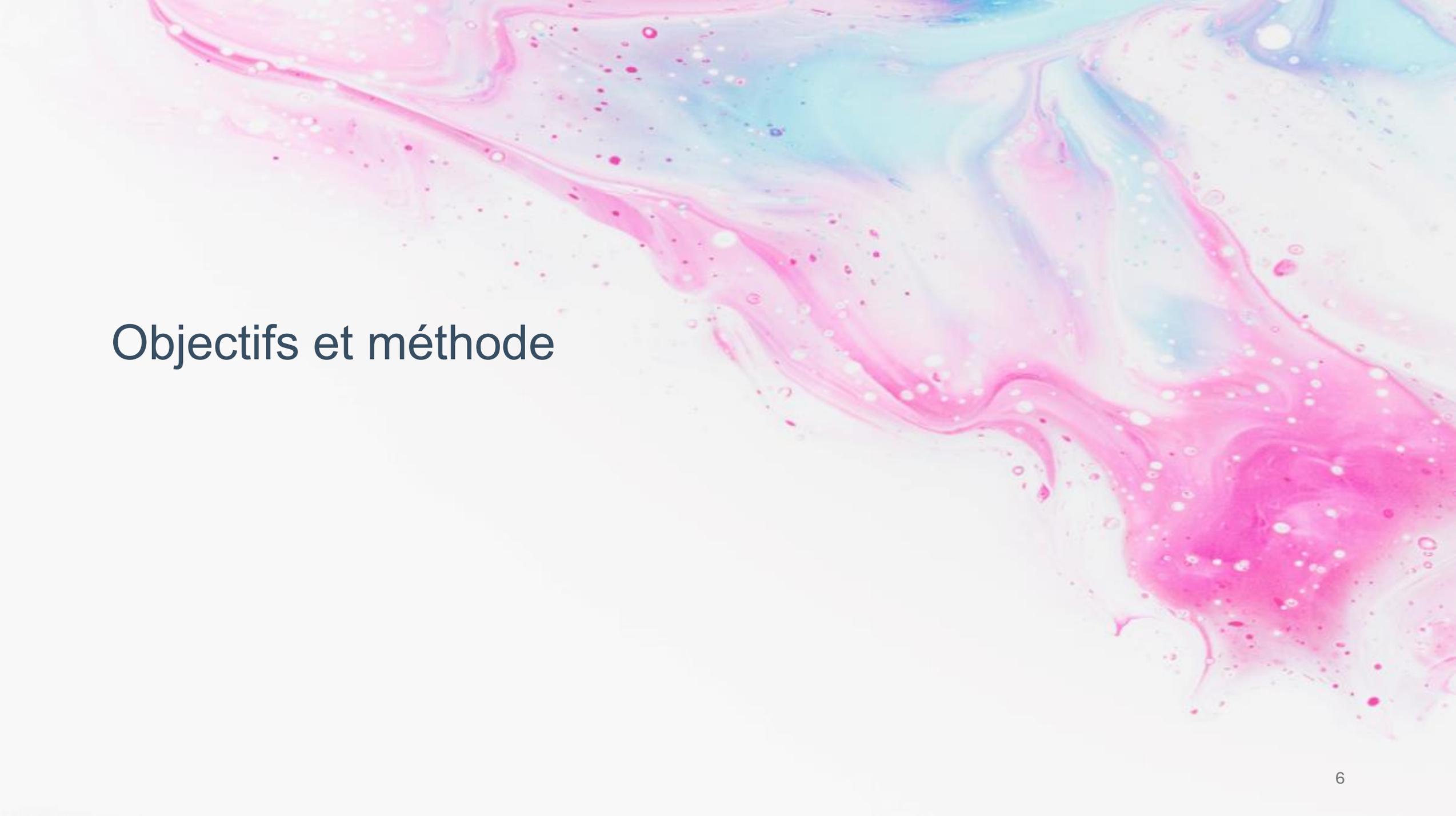
Des œuvres numériques ont été largement diffusées, surtout par la publication de vidéos en ligne (73 %), ce qui a permis aux artistes de joindre des publics existants et nouveaux. Les œuvres ont suscité l'intérêt d'un éventail de communautés, dont les personnes âgées (75 %), la communauté 2ELGBTQI+ et les personnes de diverses identités de genre (73 %), les enfants et les jeunes (73 %) et les communautés racisées (71 %).

Stratégies de monétisation

Les stratégies de monétisation étaient nombreuses, mais la principale source de revenus était les subventions (73 %), auxquelles se sont ajoutés des dons et des commandites. Beaucoup d'artistes ont aussi offert du contenu gratuit afin de se faire connaître et d'attirer de nouveaux publics.

Garantir des espaces de travail sécuritaires

Les artistes se sont montrés très respectueux des protocoles liés à la COVID-19 et ont affirmé avoir suivi les directives gouvernementales et les pratiques exemplaires.



Objectifs et méthode

Objectifs et méthode

La pandémie de COVID-19 a obligé la société à adopter le numérique dans son travail. En 2021, en réponse à cette situation, le Conseil des arts du Canada (le Conseil) a lancé Présent numérique, une initiative ponctuelle d'innovation numérique. Ce programme visait à aider les artistes ainsi que les groupes et les organismes artistiques à adapter des œuvres existantes ou à en créer de nouvelles afin de les présenter virtuellement au public. Les objectifs clés du programme étaient de soutenir la transition numérique et la relance du secteur des arts et de stimuler la création d'emplois.

Un financement total de 75,3 M\$ a été octroyé à 1 111 projets dans tous les champs artistiques et un peu partout au pays.

L'analyse porte sur les activités financées, les avantages pour le secteur et pour diverses communautés ainsi que les stratégies de diffusion, de monétisation et de création d'environnements de travail sûrs.

Alors qu'un rapport antérieur* était fondé sur les données tirées des demandes, l'analyse contenue dans le présent rapport se base sur les 903 rapports finaux que le Conseil a reçus entre 2021 et 2025. Aucune comparaison avec les résultats antérieurs n'est établie en raison des différences touchant les échantillons.

**Présent numérique – Analyse quantitative et qualitative des données provenant des demandes de subvention, 2021*

Objectifs et méthode

Après le versement des subventions Présent numérique et une fois les projets entrepris, les bénéficiaires du programme ont été invitées et invités à remplir des rapports décrivant leurs projets et l'incidence du programme sur leur groupe/organisme et sur le secteur artistique dans son ensemble. Ces rapports comprennent trois types de données :

1. Des chiffres, comme le nombre d'œuvres nouvelles ou adaptées qui seraient produites, les honoraires et salaires à verser et le nombre de personnes participant au projet.
2. Des réponses quantitatives aux questions 1 à 5 décrivant leurs projets, y compris les modes de diffusion et les publics touchés.
3. De la rétroaction qualitative décrivant les retombées découlant de la subvention Présent numérique (question 6).

Pour certaines questions, la proportion de réponses «autre» reçue est relativement élevée. L'analyse a révélé que la plupart de ces commentaires ne font que réitérer les réponses aux questions fermées déjà fournies.

Objectifs et méthode

Voici les six questions incluses dans cette analyse:

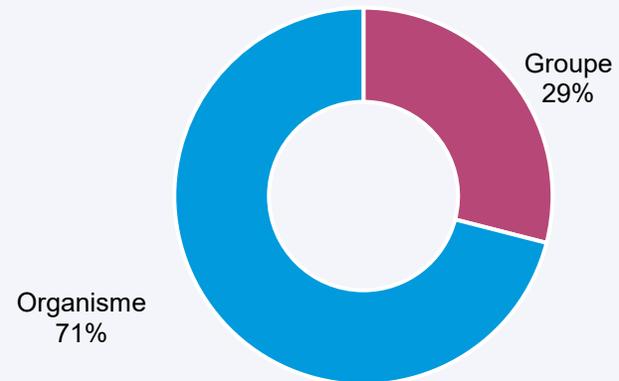
1. Sélectionnez les options qui décrivent le mieux la manière dont votre projet vous a permis à votre groupe ou à votre organisme de développer et d'élargir sa pratique artistique ou sa connaissance du numérique.
2. Comment avez-vous diffusé le projet dans un environnement numérique? Quels publics avez-vous réussi à toucher avec ce projet? Quelles stratégies de marketing ou de communication avez-vous employées pour vous assurer que votre œuvre soit découverte par les publics?
3. Quelles stratégies avez-vous utilisées pour générer des revenus directs ou indirects et créer de la valeur grâce à votre contenu numérique (ex. : paiement à la carte, abonnement, contributions volontaires, dons, vente de produits, publicité, commandites, etc.)?
4. Nous souhaitons nous renseigner sur la manière dont votre projet reflète la diversité de la communauté ou de la région géographique dans lesquelles il a eu lieu, particulièrement en ce qui a trait à la participation et à l'inclusion des jeunes, des communautés de langue officielle en situation minoritaire et des groupes historiquement marginalisés (Autochtones, personnes noires, racisées, sourdes, handicapées, membres de la communauté 2ELGBTQI+, personnes de diverses identités de genre, femmes et personnes au croisement de diverses identités). Veuillez indiquer si votre projet visait à accroître la participation et l'inclusion de ces groupes.
5. Comment avez-vous garanti des conditions de travail sécuritaires aux personnes qui participent à vos activités?
6. À votre avis, quelles ont été les principales retombées positives de l'initiative Présent numérique pour vous ou votre groupe ou organisme?

Résultats

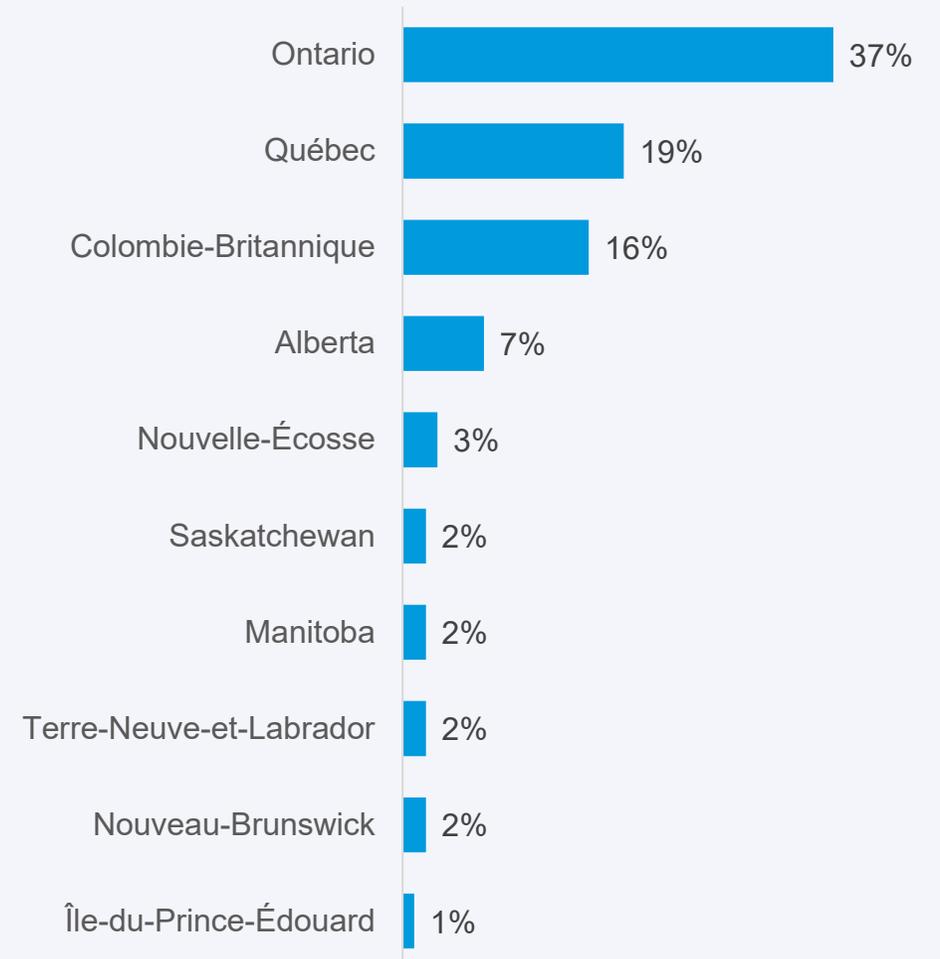


Profils des répondantes et répondants

Type de bénéficiaire

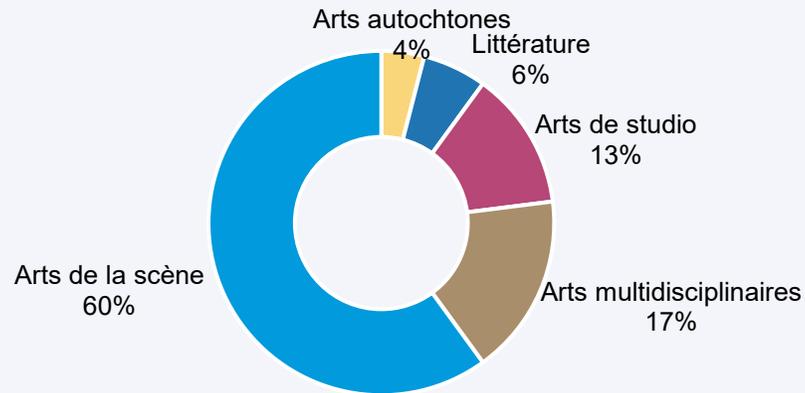


Région



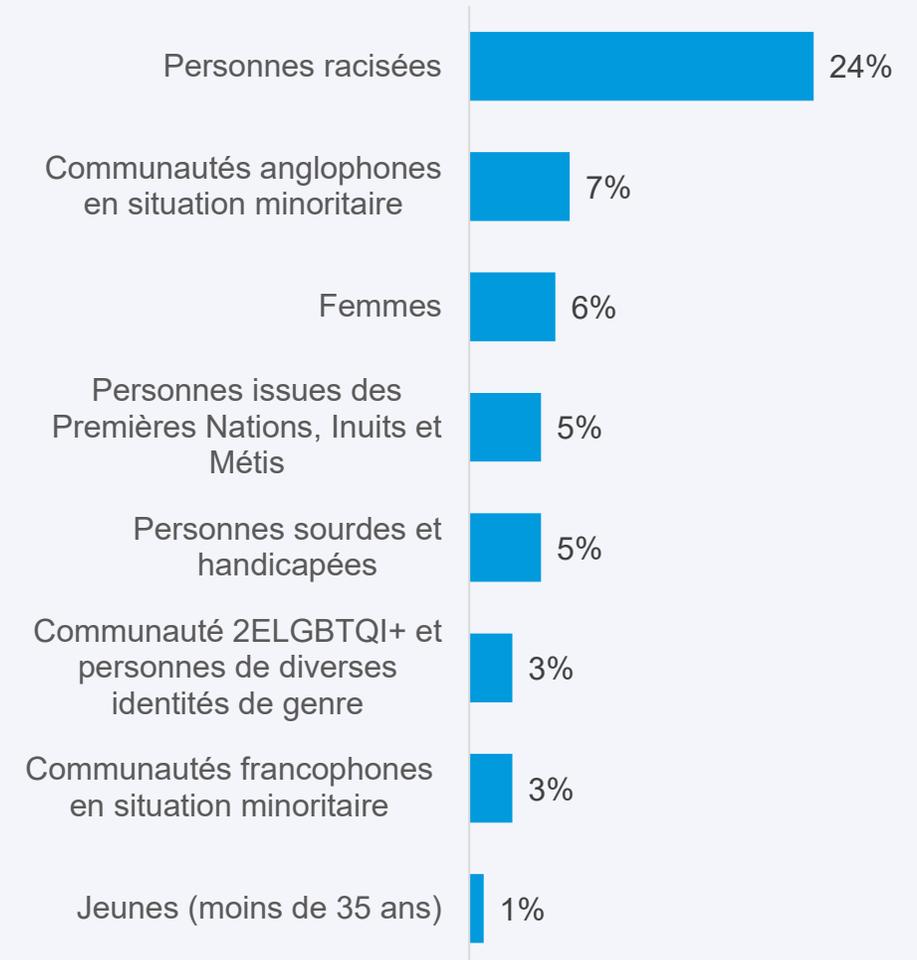
Profils des répondantes et répondants

Champ de pratique



Arts du cirque	Arts de la scène
Danse	
Musique et son	
Théâtre	
Arts médiatiques	Arts de studio
Arts visuels	
Inter-arts	Arts multidisciplinaires
Activités multidisciplinaires	
Pratiques des artistes sourds ou handicapés	
Arts numériques	

Groupe stratégique



Subvention moyenne

Par type de
bénéficiaire

Moyenne
générale
67,4 k\$

Groupes
64,8 k\$

Organismes
68,4 k\$

Par champ de
pratique

Arts de la scène
67,8 k\$

Arts de studio
65,6 k\$

Arts
multidisciplinaires
70 k\$

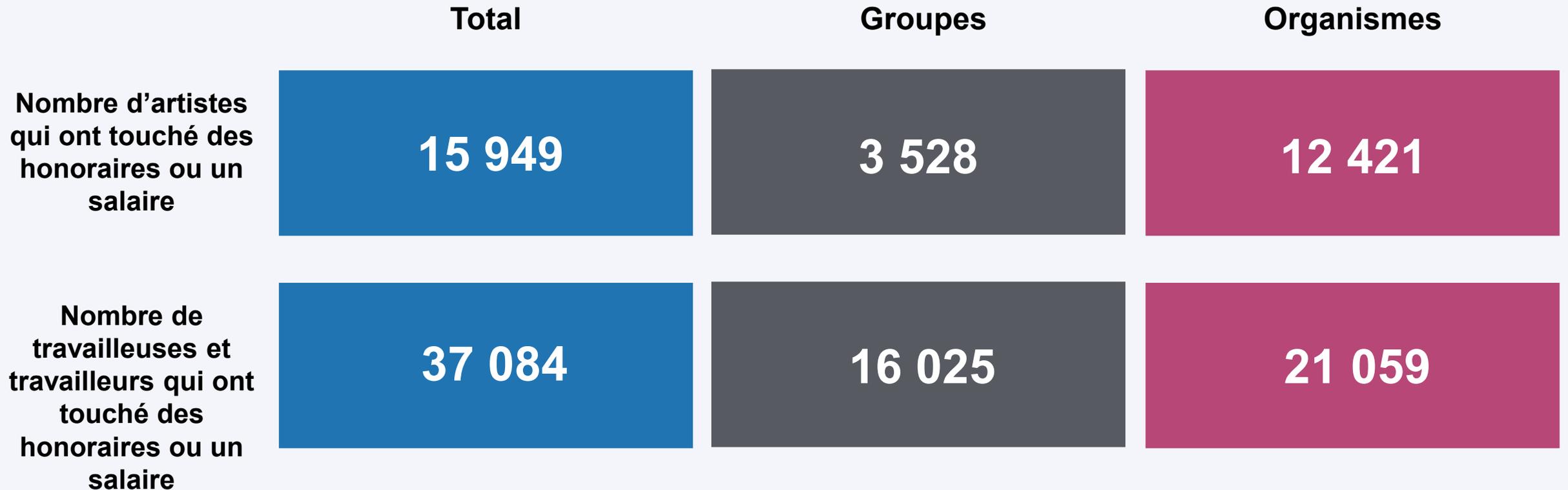
Littérature
52,2 k\$

Arts
autochtones
80,5 k\$

Nombre d'œuvres financées

	Total	Groupes	Organismes
Nombres d'œuvres existantes adaptées	5 036	1 941	3 395
Nombre de nouvelles œuvres	9 440	3 205	6 235
Nombre de coproductions	4 187	2 159	2 028

Nombre d'artistes et de travailleuses et travailleurs du secteur des arts ayant reçu une rémunération



Honoraires et salaires versés aux artistes et travailleuses et travailleurs du secteur

	Total	Groupes	Organismes
Total des honoraires versés aux artistes	25,5 M\$	6,7 M\$	18,8 M\$
Total des salaires versés aux artistes	2,4 M\$	744,4 k\$	1,6 M\$
Total des honoraires versés aux travailleuses et travailleurs	16,3 M\$	3,7 M\$	12,6 M\$
Total des salaires versés aux travailleuses et travailleurs	4,4 M\$	616 k\$	3,8 M\$

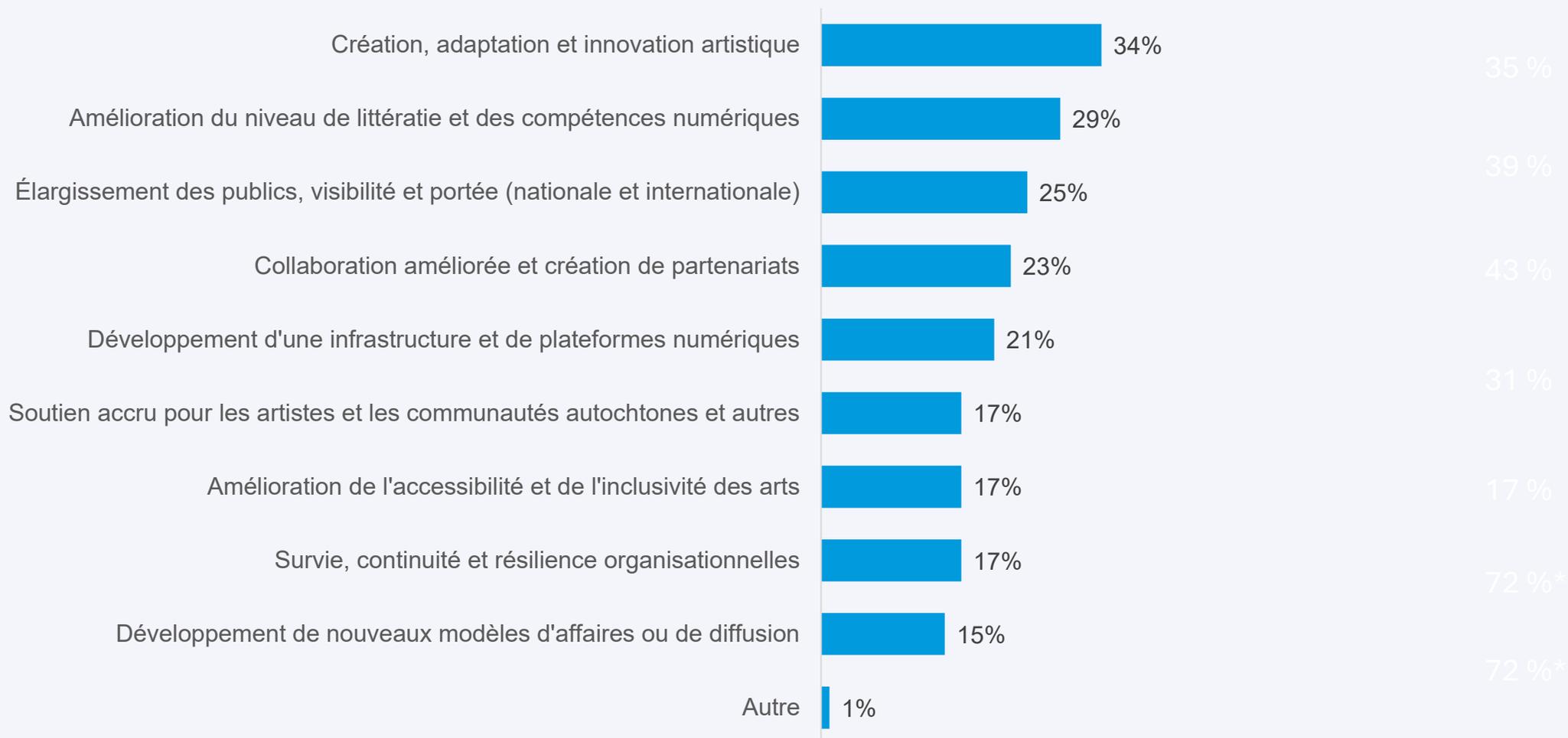
Retombées positives

À votre avis, quelles ont été les principales retombées positives de l'initiative Présent numérique pour vous ou votre organisme?

Les artistes ont décrit un grand nombre de retombées positives découlant de leur subvention Présent numérique. Le tiers des artistes (34 %) ont affirmé que le financement avait soutenu la création, l'adaptation et l'innovation artistique, et leur avait permis de créer de nouvelles œuvres numériques, d'adapter leurs œuvres pour des supports virtuels et d'expérimenter de nouvelles technologies.

Elles et ils ont également indiqué que le financement leur a permis d'améliorer leur niveau de littératie numérique (29 %), d'élargir leurs publics, d'accroître leur visibilité et leur portée (25 %) et d'améliorer leurs partenariats et leurs collaborations, ce qui les a aidés à forger des relations nouvelles et renforcées avec d'autres artistes, organismes et partenaires communautaires à l'échelle nationale et internationale (23 %).

Retombées positives : résultats



Retombées positives : exemples

«Nous avons employé plus de 50 artistes et techniciennes et techniciens afin de produire et de filmer nos répétitions et l'événement.»

-Animals of Distinction

«L'avantage le plus important que notre organisme a tiré de la subvention Présent numérique a été la capacité de rendre les œuvres de nos auteures et auteurs accessibles à un public élargi composé de personnes aveugles et partiellement voyantes ou ayant des difficultés liées à la lecture. Nous nous sommes ainsi rapprochés de notre objectif de mieux servir les communautés atteintes de handicaps invisibles.»

-Gordon Hill Press

«Nos deux spectacles célébraient les voix et les expériences noires. Présent numérique nous a permis d'amplifier ces voix, et grâce au numérique, nous avons pu joindre des publics à l'extérieur de l'Ontario et du Canada.»

-Up From The Roots

«Avec cette subvention, nous visions à créer un festival hybride pendant la COVID, puis retourner [...] à un festival standard en personne après la pandémie. Toutefois, les membres de notre communauté ont aimé [...] pouvoir regarder la programmation diffusée en direct. Nous avons donc adopté cette approche de façon permanente.»

-Victoria Festival of Authors Society

«La subvention a été une forme importante de reconnaissance pour nous. Elle nous a permis de créer des partenariats fructueux et d'explorer de nouvelles avenues technologiques. Nous avons pu attirer des artistes plus jeunes à l'organisme, ce qui était très important, et nous avons élargi nos publics.»

-Xchanges Artists' Gallery and Studios

Faire progresser les pratiques artistiques et améliorer la connaissance du numérique

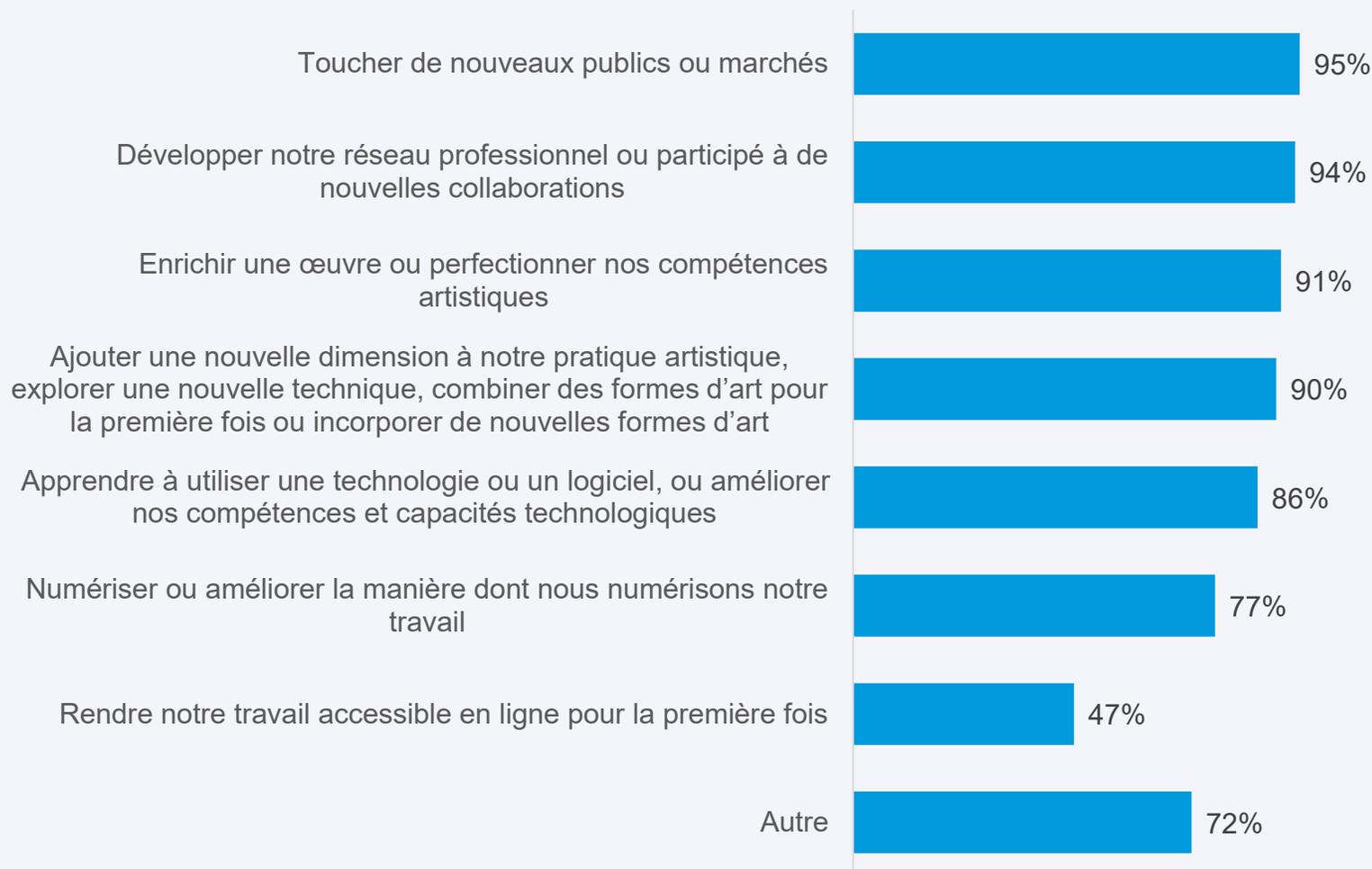
Sélectionnez les options qui décrivent le mieux la manière dont votre projet a permis à votre groupe ou à votre organisme de développer et d'élargir sa pratique artistique ou sa connaissance du numérique.

Les résultats liés à cette question semblent indiquer que Présent numérique a eu une incidence importante sur les artistes et les groupes et organismes artistiques. Selon pratiquement tous les bénéficiaires, ce financement leur a permis de toucher de nouveaux publics ou de nouveaux marchés (95 %) et de développer leurs réseaux professionnels (94 %). Elles et ils ont également presque toutes et tous indiqué avoir enrichi une œuvre ou perfectionné leurs compétences artistiques (91 %) et ajouté une nouvelle dimension à leur pratique artistique (ex. : explorer une nouvelle technique ou combiner des formes d'art) (90 %).

De plus, selon près de la moitié des bénéficiaires (47 %), ce financement leur a permis de rendre leur travail disponible en ligne pour la première fois.

Cette initiative a permis aux artistes de travailler à toutes les étapes du processus artistique, y compris la production (75 %), la création (71 %) et la diffusion/distribution (70 %).

Faire progresser les pratiques artistiques et améliorer la connaissance du numérique: Résultats

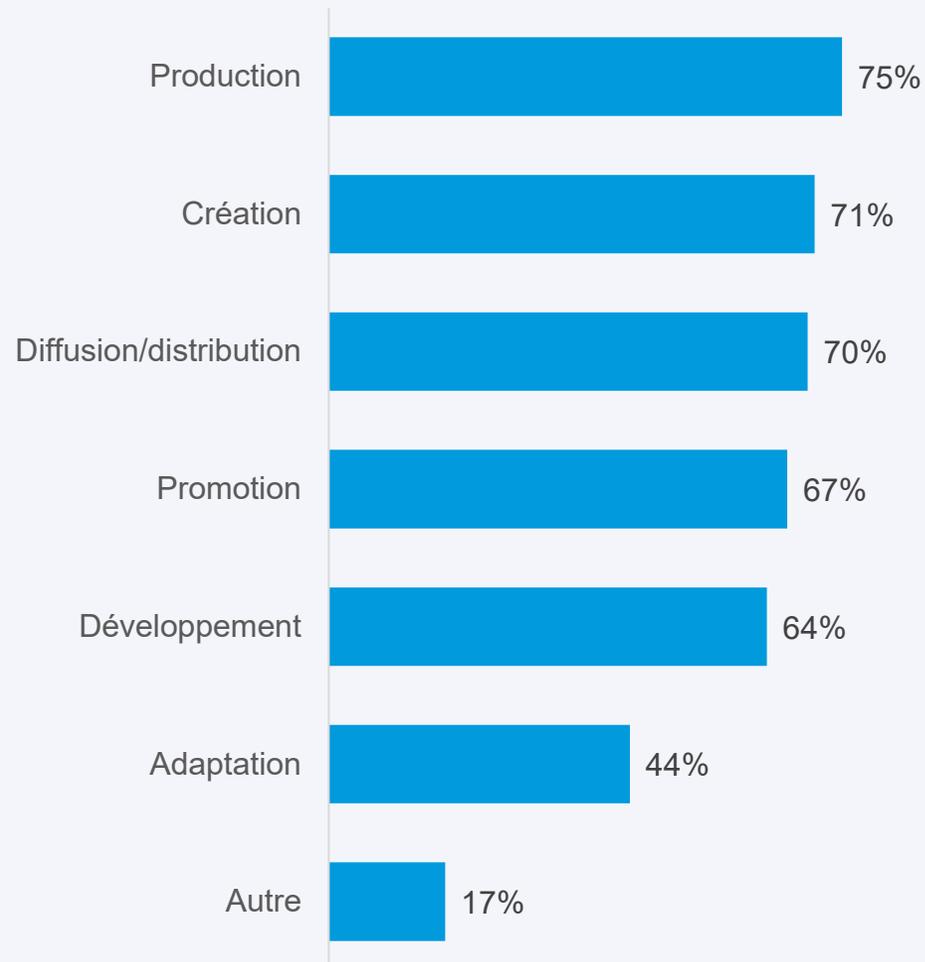


Catégorie «autre»

Pour cette question, les répondantes et répondants ont surtout utilisé la catégorie «autre» pour fournir des détails sur leurs œuvres. Les artistes ont utilisé cette option pour parler de toutes les façons dont elles et ils ont utilisé la subvention.

D'autres réponses mentionnaient des expériences d'apprentissage (ex. : amélioration des compétences en marketing des artistes).

Faire progresser les pratiques artistiques et améliorer la connaissance du numérique : résultats



Catégorie «autre»

Les réponses dans la catégorie «autre» abordaient notamment les thèmes suivants :

- Lancement ou mise à jour d'un site web (ex. : amélioration de l'accessibilité du site web)
- Recherche et développement des compétences (ex. : découverte de collaborations avec des spécialistes des technologies)

Nota : plusieurs artistes ont utilisé la catégorie «autre» pour fournir une description plus détaillée de l'une des catégories énumérées ou pour offrir de l'information générale sur leur travail.

Présentation

Cette question est divisée en trois composantes relatives à la présentation:

- Comment avez-vous diffusé le projet dans un environnement numérique?
- Quels publics avez-vous réussi à toucher avec ce projet?
- Quelles stratégies de marketing ou de communication avez-vous employées pour vous assurer que votre œuvre soit découverte par les publics?

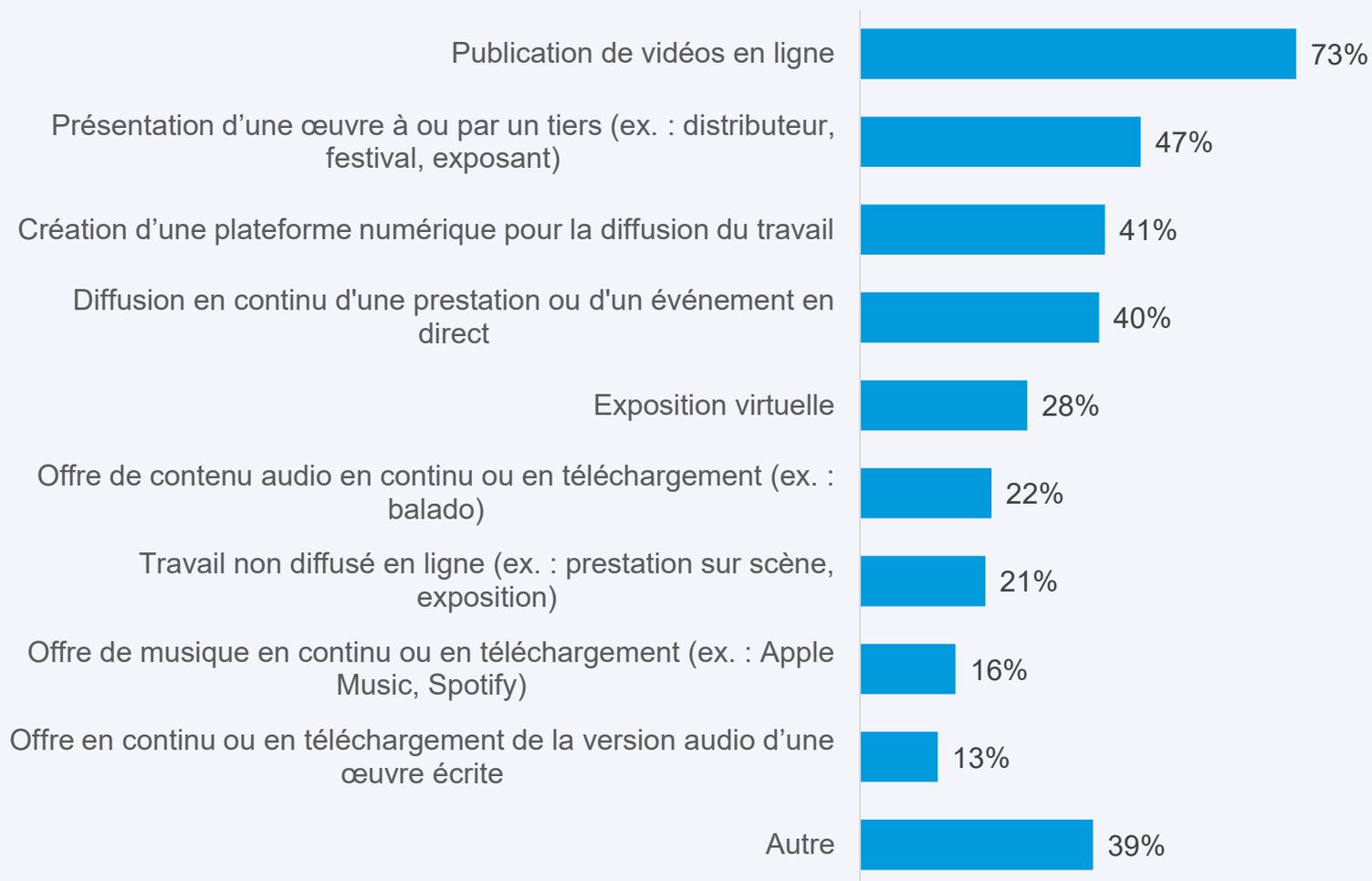
Pour diffuser leurs œuvres dans un environnement numérique, trois artistes sur quatre ont publié des vidéos en ligne (73 %), tandis que la moitié ont fait présenter leur travail par un tiers, comme un distributeur, un festival ou un exposant (47 %).

Les artistes ont affirmé avoir pu joindre un éventail de personnes et de communautés. Elles et ils ont touché leur public habituel (94 %) et de nouveaux publics (95 %).

Les projets ont attiré des publics composés d'adultes (88 %), de professionnelles et professionnels des arts et d'autres artistes (86 %), de personnes âgées (75 %), de membres de la communauté 2ELGBTQI+ et de personnes de diverses identités de genre (73 %), d'enfants et de jeunes (73 %), de personnes racisées (71 %) et d'enseignantes et enseignants et de pédagogues (66 %).

Les artistes ont employé différentes stratégies promotionnelles pour joindre ces publics. Elles et ils ont pratiquement toutes et tous utilisé les médias sociaux (93 %) et la promotion collaborative avec d'autres artistes et organismes (84 %). Elles et ils ont passé le mot au moyen d'infolettres et par l'envoi massif de courriels ciblés (79 %). Conformément à l'objectif de l'initiative, les deux tiers des artistes (66 %) ont dit avoir utilisé une forme de référencement naturel pour promouvoir leur travail.

Présentation : résultats des divers modes de diffusion



Catégorie «autre»

Les réponses dans la catégorie «autre» abordaient notamment les thèmes suivants :

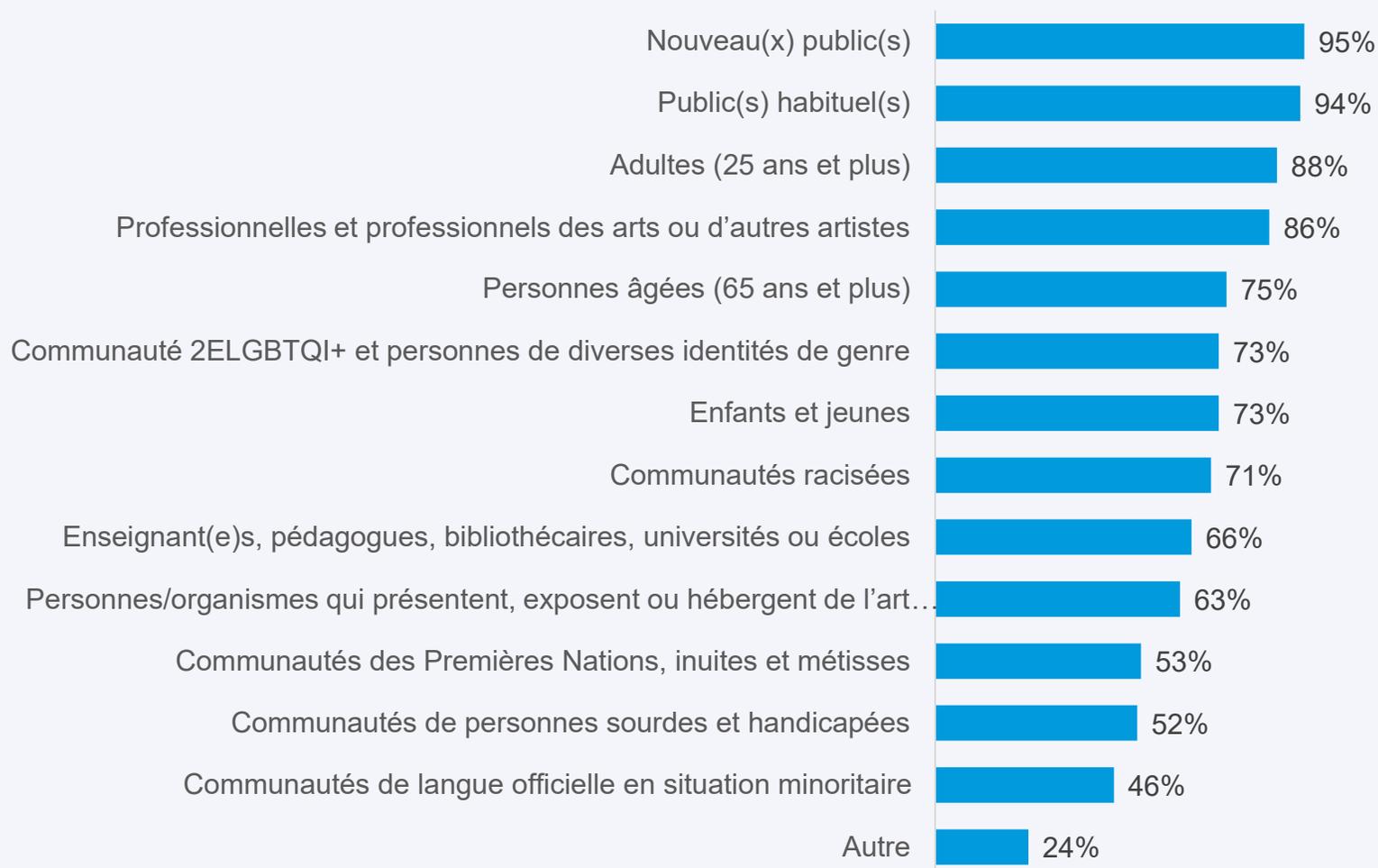
- Applications
- Expériences de réalité virtuelle
- Jeux vidéo
- Sites web

Nota : plusieurs artistes ont utilisé la catégorie «autre» pour fournir une description plus détaillée de l'une des catégories énumérées ou pour offrir de l'information générale sur leur travail.

Analyse des sous-groupes

- Les groupes étaient les plus susceptibles de faire présenter leur œuvre par un tiers (55 %) ou d'offrir de la musique en continu ou en téléchargement (24 %).
- C'est chez les organismes que la diffusion en continu d'une prestation ou d'un événement était la plus courante (44 %).
- Les bénéficiaires dans le domaine littéraire étaient les plus susceptibles d'offrir du contenu audio (ex. : balado) (39 %) ou la version audio d'une œuvre écrite (29 %) en continu ou en téléchargement.
- Les bénéficiaires en arts de studio et en arts multidisciplinaires étaient les plus susceptibles d'avoir créé une plateforme numérique (62 % et 58 % respectivement) ou une exposition virtuelle (49 % et 40 % respectivement).
- Les artistes issus des Premières Nations ou des communautés inuites ou métisses étaient les plus susceptibles de faire présenter leur œuvre par un tiers (68 %).
- Les artistes des communautés francophones en situation minoritaire étaient plus susceptibles d'offrir la version audio d'une œuvre écrite en continu ou en téléchargement (32 %).
- Les bénéficiaires au Québec étaient les plus susceptibles de ne pas avoir diffusé leur travail en ligne (28 %).

Présentation : résultats relatifs aux publics



Catégorie «autre»

Les réponses dans la catégorie «autre» abordaient notamment les thèmes suivants :

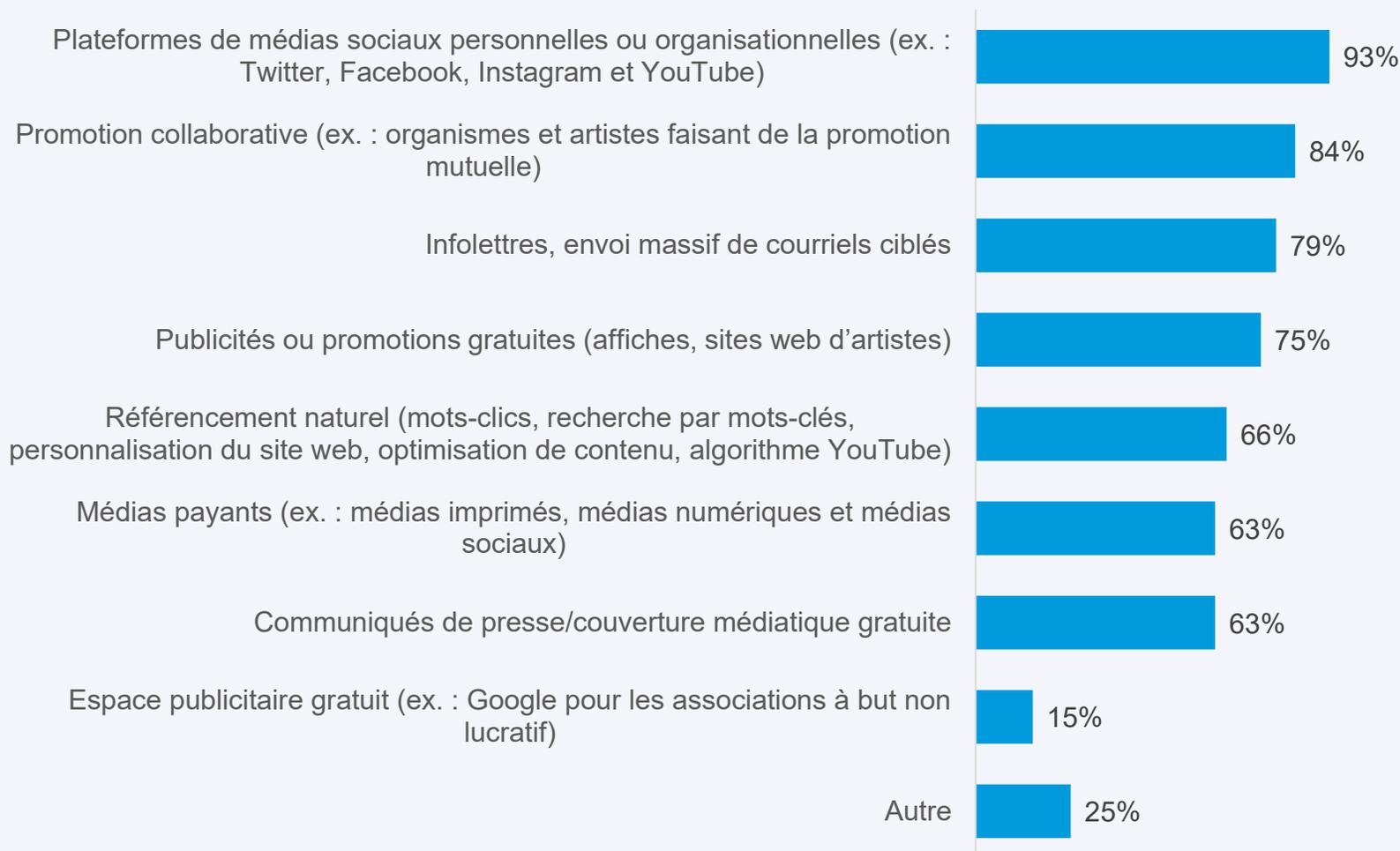
- Projets visant le grand public plutôt qu'un public cible en particulier
- Immigrant(e)s récent(e)s
- Régions précises
- Public cible pas encore identifié
- Public cible non applicable

Nota : plusieurs artistes ont utilisé la catégorie «autre» pour fournir une description plus détaillée de l'une des catégories énumérées ou pour offrir de l'information générale sur leur travail.

Analyse des sous-groupes

- Les organismes étaient les plus susceptibles d'avoir touché les personnes âgées (79 %) et les personnes issues des Premières Nations et des communautés inuites et métisses (58 %).
- Les bénéficiaires en arts de studio étaient les plus susceptibles d'avoir touché les communautés racisées (83 %), les personnes qui présentent, exposent ou hébergent de l'art (81 %) et les personnes issues des Premières Nations et des communautés inuites et métisses (68 %).
- Les résidentes et résidents du Nouveau-Brunswick étaient les plus susceptibles d'avoir joint des communautés de langue officielle en situation minoritaire (93 %).
- Les bénéficiaires en Saskatchewan étaient les plus susceptibles d'avoir touché des personnes qui présentent, exposent ou hébergent de l'art (90 %).
- Les résidentes et résidents de la Colombie-Britannique étaient les plus susceptibles d'avoir touché des personnes sourdes ou handicapées (63 %).
- Les bénéficiaires en Ontario étaient les plus susceptibles d'avoir joint des communautés racisées (77 %).
- Les bénéficiaires au Québec étaient les plus susceptibles d'avoir joint des enseignantes, enseignants et pédagogues (82 %) et des communautés de langue officielle en situation minoritaire (78 %).
- Les bénéficiaires faisant partie d'un groupe stratégique étaient les plus susceptibles d'avoir touché leur groupe stratégique respectif :
 - Premières Nations, Inuits ou Métis (96 %)
 - Personnes racisées (90 %)
 - Personnes sourdes ou handicapées (91 %)
 - Communauté anglophone en situation minoritaire (95 %)
 - Communauté francophone en situation minoritaire (76 %).

Présentation : résultats relatifs aux stratégies de promotion



Analyse des sous-groupes

Les organismes étaient les plus susceptibles d'avoir eu recours à des infolettres et à l'envoi massif de courriels ciblés (84 %), à des médias payants (66 %), à des communiqués de presse et à une couverture médiatique gratuite (66 %), et à un espace publicitaire gratuit (19 %).

Catégorie «autre»

Les réponses dans la catégorie «autre» abordaient notamment les thèmes suivants :

- Bouche-à-oreille
- Publicitaires ou autres professionnelles ou professionnels du marketing
- Rayonnement communautaire
- Publications locales ou babillards communautaires

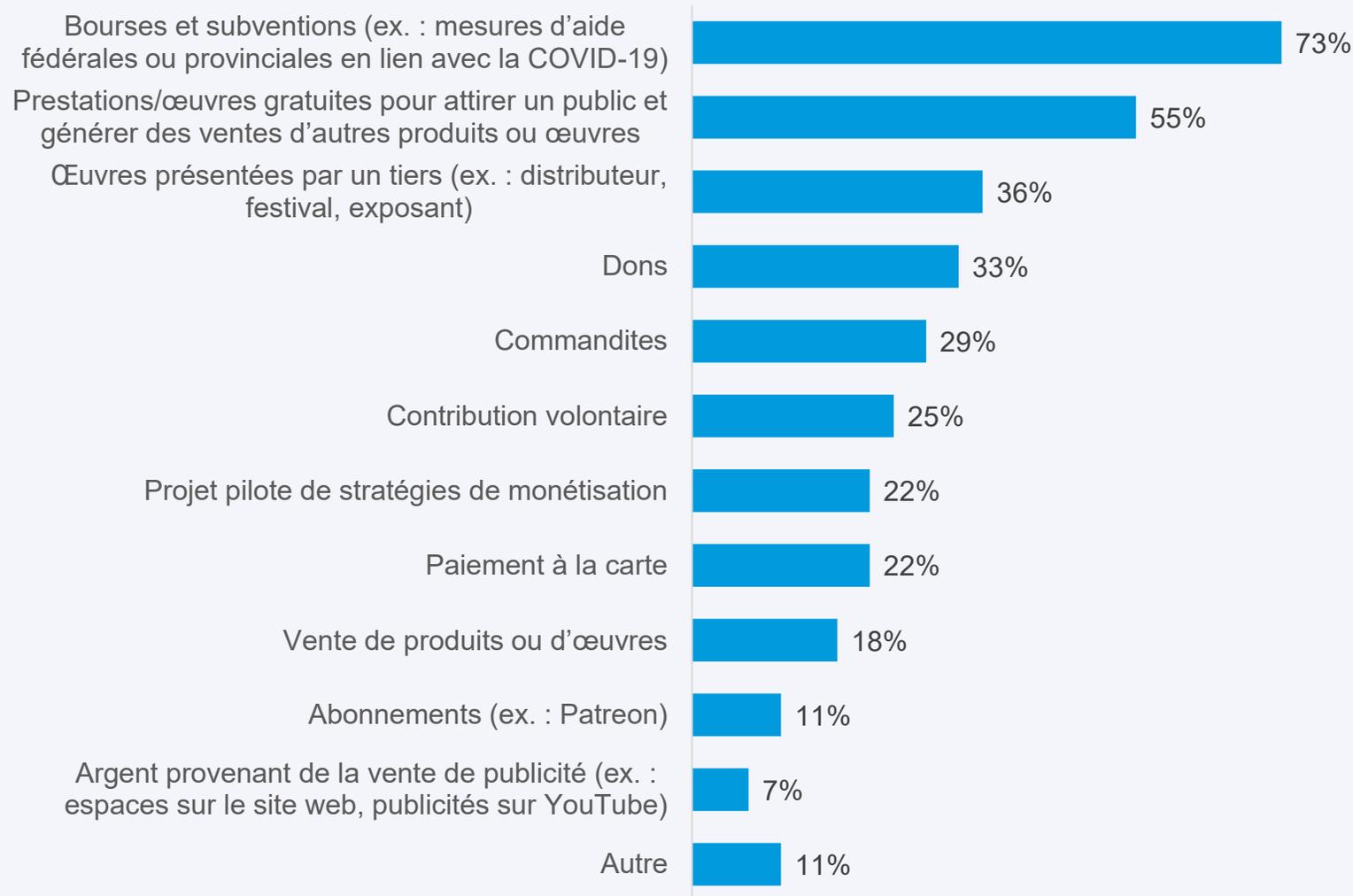
Nota : plusieurs artistes ont utilisé la catégorie «autre» pour fournir une description plus détaillée de l'une des catégories énumérées ou pour offrir de l'information générale sur leur travail.

Quelles stratégies avez-vous utilisées pour générer des revenus directs ou indirects et créer de la valeur grâce à votre contenu numérique (ex. : paiement à la carte, abonnement, contributions volontaires, dons, vente de produits, publicité, commandites, etc.)?

Les subventions et le financement ont été la principale source de soutien des artistes (73 %). Les artistes ont aussi généré des revenus au moyen de dons (33 %), de commandites (29 %) ou d'un modèle de contribution volontaire (25 %).

En outre, un peu plus de la moitié (55 %) ont offert un accès gratuit à leurs œuvres pour attirer un public et générer des ventes futures. Un bénéficiaire sur cinq (22 %) a indiqué qu'il s'est agi d'un projet pilote de stratégies de monétisation.

Revenus : résultats



Catégorie «autre»

Les réponses dans la catégorie «autre» abordaient notamment les thèmes suivants :

- Partenariats
- Projet ne visant pas à générer des revenus

Nota : plusieurs artistes ont utilisé la catégorie «autre» pour fournir une description plus détaillée de l'une des catégories énumérées ou pour offrir de l'information générale sur leur travail.

Analyse des sous-groupes

- Les groupes étaient les plus susceptibles d'avoir généré des revenus grâce à la vente de produits et d'œuvres (25 %), tandis que les organismes étaient les plus susceptibles d'avoir généré des revenus au moyen de dons (37 %) et de commandites (33 %).
- C'est dans le domaine de la littérature que les bénéficiaires étaient les plus susceptibles d'avoir généré des revenus grâce à la vente de produits et d'œuvres (38 %).
- Les bénéficiaires en arts de studio étaient les plus susceptibles d'avoir généré des revenus au moyen d'abonnements (21 %), tandis que ceux en arts de la scène étaient les plus susceptibles d'avoir eu recours au paiement à la carte (25 %).
- Les bénéficiaires des communautés francophones en situation minoritaire étaient les plus susceptibles d'avoir généré des revenus grâce à la vente de produits et d'œuvres (52 %).
- Les femmes étaient les plus susceptibles d'avoir fait présenter leurs œuvres par un tiers (57 %).
- Les bénéficiaires au Manitoba étaient les plus susceptibles d'avoir reçu des commandites (63 %).
- Les bénéficiaires au Québec étaient les plus susceptibles d'avoir présenté leur œuvre à un tiers (47 %) ou d'avoir généré des revenus grâce à la vente de produits ou d'œuvres (26 %).
- Les artistes de l'Ontario étaient les plus susceptibles d'avoir utilisé cette occasion comme projet pilote d'une stratégie de monétisation (29 %).

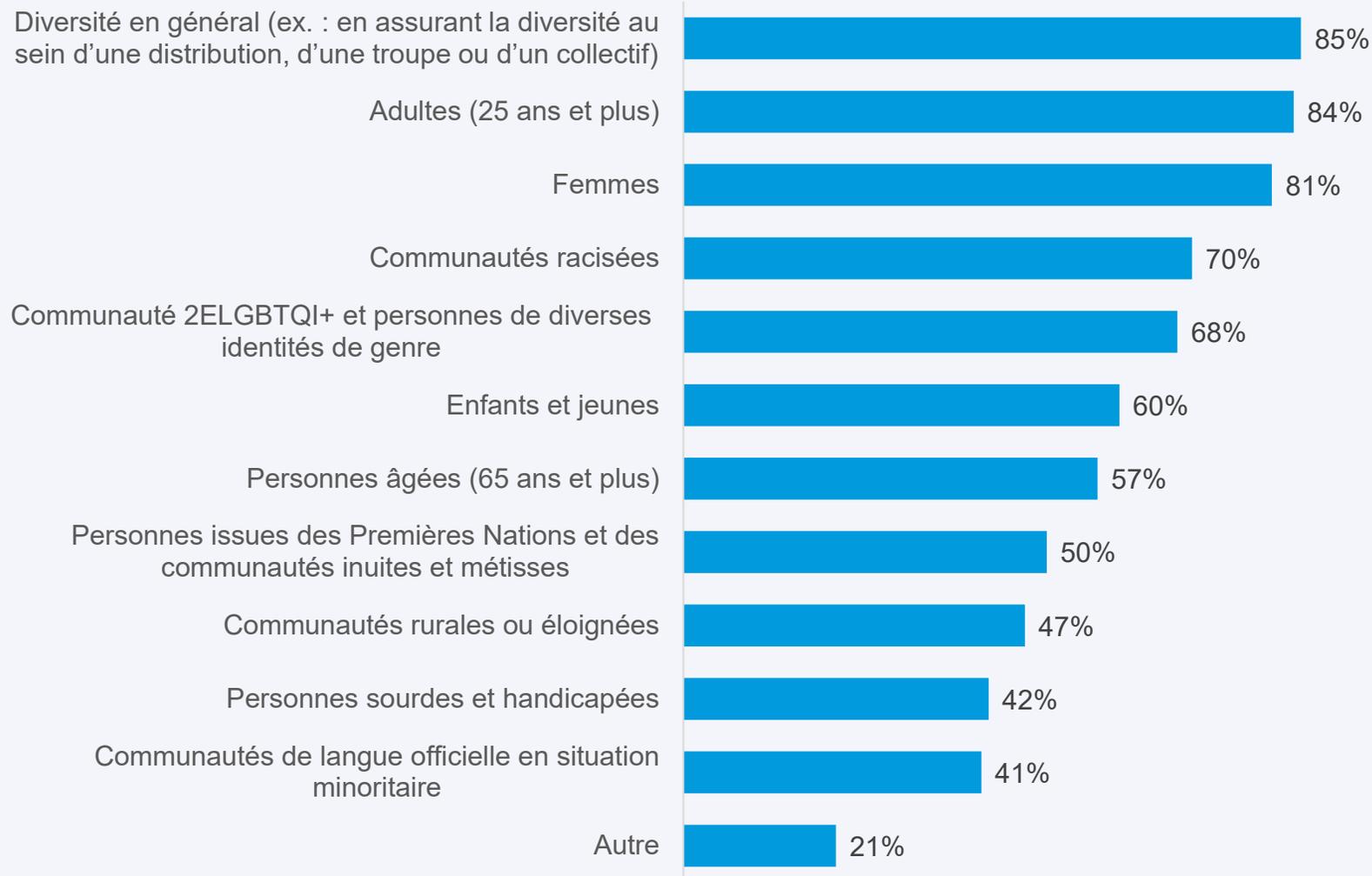
Veillez indiquer si votre projet visait à accroître la participation et l'inclusion de ces groupes :

Comme il a déjà été mentionné, les bénéficiaires ont mobilisé un large éventail de communautés, notamment :

- Adultes (84 %)
- Femmes (81 %)
- Communautés racisées (70 %)
- Communauté 2ELGBTQI+ et personnes de diverses identités de genre (68 %)
- Enfants et jeunes (60 %)

En outre, la majorité (85 %) a indiqué avoir essayé de promouvoir la diversité en général, par exemple en assurant la diversité au sein d'une distribution, d'une troupe ou d'un collectif.

Diversité : résultats



Catégorie «autre»

Les réponses dans la catégorie «autre» abordaient notamment les thèmes suivants :

- Publics religieux
- Immigrant(e)s récent(e)s
- Résident(e)s de régions ou de municipalités précises
- Aucune communauté précise mentionnée

Nota : plusieurs artistes ont utilisé la catégorie «autre» pour fournir une description plus détaillée de l'une des catégories énumérées ou pour offrir de l'information générale sur leur travail.

Analyse des sous-groupes

- Les organismes étaient plus susceptibles de déclarer avoir mobilisé des personnes âgées (61 %), des personnes issues des Premières Nations ou des communautés inuites et métisses (54 %) et des membres de communautés rurales et éloignées (52 %).
- Les bénéficiaires en arts de studio étaient plus susceptibles de déclarer avoir mobilisé des personnes issues des Premières Nations ou des communautés inuites et métisses (64 %).
- Les bénéficiaires en arts multidisciplinaires étaient plus susceptibles de déclarer avoir mobilisé des membres de la communauté 2ELGBTQI+ et des personnes de diverses identités de genre (78 %).
- Les artistes issus des Premières Nations ou des communautés inuites ou métisses étaient plus susceptibles de déclarer avoir mobilisé des communautés des Premières Nations, inuites et métisses (96 %), et des communautés rurales et éloignées (74 %).
- Les bénéficiaires de la communauté 2ELGBTQI+ et de diverses identités de genre étaient plus susceptibles de déclarer avoir mobilisé des membres de la communauté 2ELGBTQI+ et des personnes de diverses identités de genre (100 %) ainsi que des personnes sourdes et handicapées (68 %).
- Les bénéficiaires d'autres groupes stratégiques étaient plus susceptibles de déclarer avoir mobilisé leurs communautés respectives :
 - Personnes racisées (91 %).
 - Personnes sourdes et handicapées (87 %)
 - Anglophones en situation minoritaire (98 %)
 - Francophones en situation minoritaire (84 %)
- Les bénéficiaires à Terre-Neuve-et-Labrador et en Nouvelle-Écosse étaient plus susceptibles de déclarer avoir mobilisé des communautés rurales et éloignées (87 % et 74 % respectivement).
- Les résidentes et résidents de l'Ontario étaient plus susceptibles de déclarer avoir mobilisé des communautés racisées (76 %).
- Les bénéficiaires au Québec étaient plus susceptibles de déclarer avoir mobilisé des femmes (89 %) et des communautés de langue officielle en situation minoritaire (76 %).
- Les bénéficiaires au Nouveau-Brunswick étaient plus susceptibles de déclarer avoir mobilisé des communautés de langue officielle en situation minoritaire (93 %), des personnes issues des Premières Nations et des communautés inuites et métisses (86 %) et des communautés rurales et éloignées (86 %).

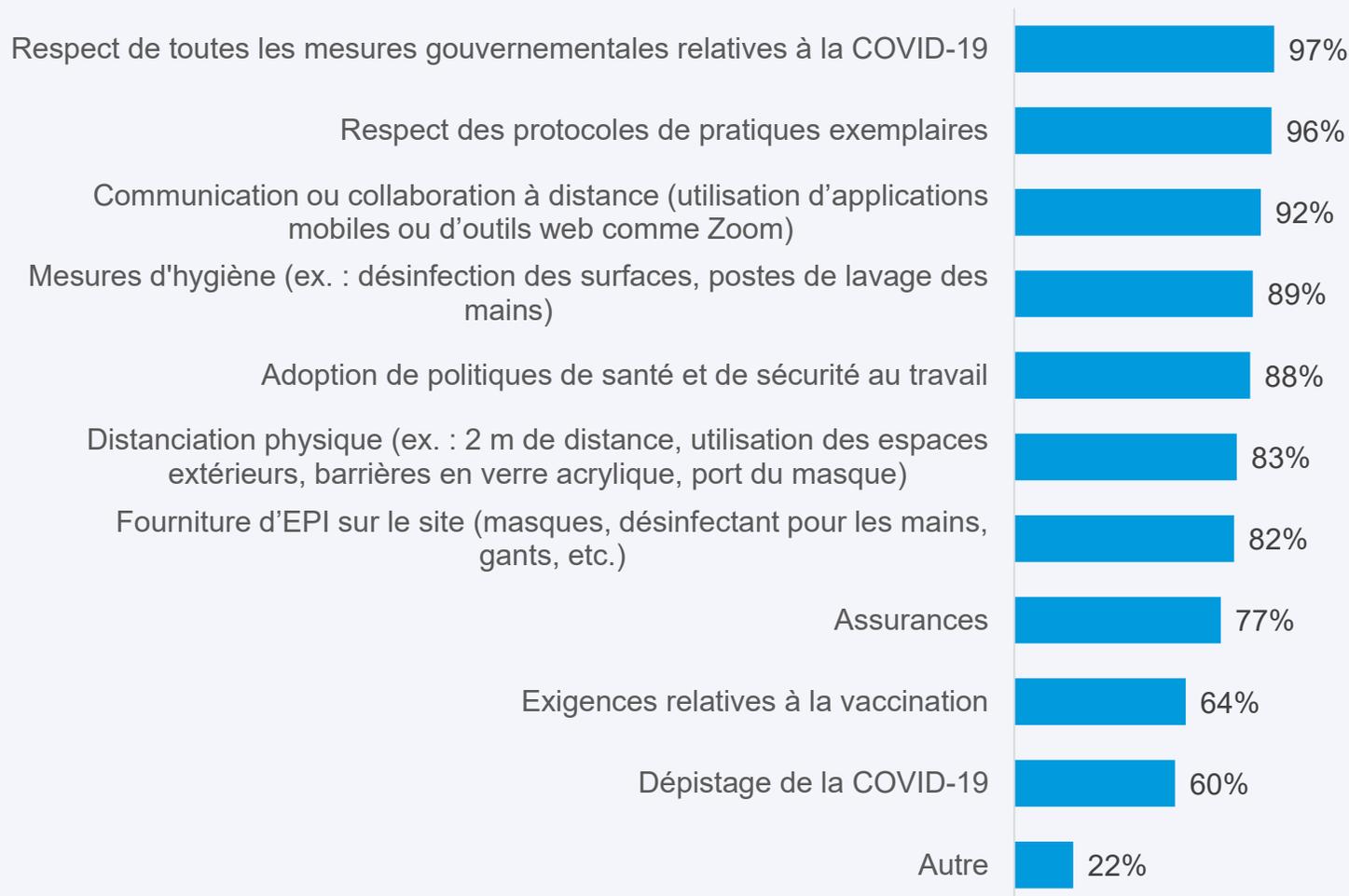
Conditions de travail sécuritaires

Comment avez-vous garanti des conditions de travail sécuritaires aux personnes qui participent à vos activités?

Selon les réponses que les artistes ont fournies dans leurs rapports, il est clair qu'elles et ils ont accordé une grande importance au caractère sécuritaire de l'environnement de travail fourni. Pratiquement tout le monde a affirmé avoir suivi les directives gouvernementales liées à la COVID-19 (97 %) et les meilleures pratiques recommandées (96 %).

Les artistes ont adapté leurs façons de travailler. Plusieurs ont travaillé à distance et ont utilisé le téléphone ou des applications en ligne (92 %) pour communiquer. Celles et ceux qui ont travaillé en personne ont adopté des mesures d'hygiène, comme la désinfection des surfaces et l'installation de postes de lavage des mains (89 %).

Conditions de travail sécuritaires : résultats



Analyse des sous-groupes

- Les organismes sont les plus susceptibles d'avoir fourni de l'EPI (85 %) et des assurances (84 %).
- Les bénéficiaires en arts de la scène étaient les plus susceptibles de faire état de mesures d'hygiène (92 %), de l'adoption de politiques de santé et de sécurité au travail (92 %), d'exigences relatives à la vaccination (70 %) et de mesures de dépistage de la COVID-19 (66 %).

Catégorie «autre»

Les réponses dans la catégorie «autre» abordaient notamment les thèmes suivants :

- Projet entièrement créé virtuellement/à distance
- Contrôles réguliers auprès des artistes et des travailleuses et travailleurs
- Options de travail hybride

Nota : plusieurs artistes ont utilisé la catégorie «autre» pour fournir une description plus détaillée de l'une des catégories énumérées ou pour offrir de l'information générale sur leur travail.

Conclusions

Conclusions

Retombées économiques à un moment critique

Le programme Présent numérique a directement soutenu plus de 53 000 artistes et travailleuses et travailleurs des arts à un moment où la pandémie de COVID-19 représentait une menace existentielle pour le secteur artistique canadien.

Faire progresser les pratiques artistiques et améliorer la connaissance du numérique

Le programme a grandement aidé les bénéficiaires à développer ou à élargir leur pratique artistique, notamment en leur permettant de joindre de nouveaux publics/marchés, à développer des réseaux et des collaborations, et à améliorer leurs compétences, notamment dans le domaine numérique.

Création de liens entre les artistes du Canada et diverses communautés

Les bénéficiaires ont indiqué que le financement les a aidés à joindre de nouveaux publics, notamment les personnes âgées, la communauté 2ELGBTQI+ et les personnes de diverses identités de genre ainsi que les communautés racisées. Le programme a en effet fourni un accès aux arts à un éventail de communautés, dont certaines font face à des obstacles relatifs à leur inclusion dans les arts, et ce, durant une période d'isolement social.

Conclusions

De nombreuses retombées positives, dont un soutien à la créativité et aux compétences numériques

Selon les bénéficiaires, le financement qu'elles et ils ont reçu leur a apporté de nombreux avantages. Les retombées les plus souvent citées s'alignent sur les principaux objectifs de Présent numérique : 1) soutenir la création, l'adaptation et l'innovation artistique, 2) améliorer la littératie et les compétences numériques et 3) élargir les publics, la visibilité et la portée.

Promotion : tirer profit des médias sociaux et de la promotion collaborative

Les bénéficiaires ont fait preuve d'une utilisation importante du numérique, ayant presque toutes et tous utilisé les médias sociaux pour faire la promotion de leur travail auprès de divers publics. Cela leur a permis de développer leurs compétences en communication numérique dans un contexte pratique. Le financement a également permis aux artistes (84 %) de s'adonner à de la promotion collaborative avec d'autres artistes.

Données à l'appui de revenus divers

Le contenu numérique produit par les artistes grâce aux subventions Présent numérique a contribué à la diversification de leurs revenus, une proportion importante de bénéficiaires ayant affirmé avoir pu générer des revenus au moyen de stratégies comme le paiement à la carte, les commandites, les abonnements et les dons. Les bénéficiaires ont aussi souligné qu'elles et ils ont pu élargir leur public et mettre à l'essai des stratégies de monétisation.

Respect des protocoles liés à la COVID-19

Durant leurs projets, les artistes ont respecté les protocoles liés à la COVID-19, comme les directives gouvernementales et les meilleures pratiques recommandées.



**Pour en savoir plus, communiquer
avec :**

Kelly McNamara

Analyste principale de la recherche
Données et renseignements
Kelly.Mcnamara@hillandknowlton.com

Patrick Beauchamp

Vice-président
Données et renseignements
Pat.Beauchamp@hillandknowlton.com