

Bienvenue dans notre questionnaire !

Une enquête commanditée
et dirigée par



Réalisée par



Avec le soutien de



**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Vous êtes invité(e) à répondre à cette enquête « en équipe » (il est possible que plusieurs personnes de votre structure aient reçu ce questionnaire).

Vous pouvez imprimer ce questionnaire pour collecter, discuter, compléter, vérifier chacune des réponses. En sollicitant vos collaborateurs et différents métiers, vous procédez ainsi à un diagnostic sur votre propre structure.

Nous vous garantissons la confidentialité et un traitement anonyme de vos réponses.

Contact : Clément Coustenoble, Chef de projet TMNlab, clement.coustenoble@tmnlab.com

Merci de répondre à cette enquête uniquement sur le formulaire en ligne.

SOMMAIRE

VOUS ET VOTRE STRUCTURE	3
Première partie : LE PROJET ET L'ORGANISATION	6
1.1 Le numérique dans le projet d'établissement	6
Première partie : LE PROJET ET L'ORGANISATION	7
1.2 Équipes et management	7
Première partie : LE PROJET ET L'ORGANISATION	20
1.3 Programmation et numérique	20
1.3.1 Axe programmatique et financement de la création numérique	20
Première partie : LE PROJET ET L'ORGANISATION	22
1.3 Programmation et numérique	22
1.3.2 Programmation et diffusion numérique	22
Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS	26
2.1 Outils et actions de communication	26
Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS	27
2.1 Outils et actions de communication	27
2.1.1 Site Internet et applications	27
Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS	30
2.1 Outils et actions de communication	30
2.1.2 Newsletters	30
Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS	32
2.1 Outils et actions de communication	32
2.1.3 Réseaux sociaux et plateformes	32
Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS	36
2.2 Médiation et services numériques	36
2.2.1 Production de contenus et d'actions	36
Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS	42
2.2 Médiation et services numériques	42
2.2.2 Dispositifs et services numériques	42
Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS	45
2.3 Place et rôle des publics	45
Troisième partie : POLITIQUE DES DONNÉES	46
3.1 Billetterie et suivi de fréquentation	46
Troisième partie : POLITIQUE DES DONNÉES	49
3.2 Connaissance des publics	49
Troisième partie : POLITIQUE DES DONNÉES	52
3.3 Evaluation des actions	52
Troisième partie : POLITIQUE DES DONNÉES	54
3.4 Communs numériques et web culturel	54
CONCLUSION	55

VOUS ET VOTRE STRUCTURE

Pour commencer, quelques questions sur vous et la structure que vous représentez. Ces questions vont nous permettre d'appliquer des filtres dans le traitement des réponses, afin de réaliser une analyse plus poussée. En aucun cas, ces données ne seront communiquées et nous vous garantissons l'anonymat de vos réponses pour vous ainsi que pour votre structure.

Quel est le nom de votre structure ?

Quel est le statut juridique de votre structure ?

Association loi 1901 / 1905 / 1908

SCIC/SCOP

SARL

SA

SAS

EPCC

EPIC

EPA

Autre

Autre (préciser)

Quelle est la situation qui correspond à votre structure ?

Théâtre national, Établissement public national

Régie d'une collectivité

Autre (préciser)

Structure labellisée par le Ministère de la Culture

Structure privée

Structure d'un réseau ou appellation d'intérêt national

Festival

Structure subventionnée par une collectivité (hors labels et réseaux nationaux)

Autre

Quel est le label de votre structure ?

- CDCN (Centre de développement chorégraphique national) CCN (Centre chorégraphique national) CDN (Centre dramatique national) SN (scène nationale)
- Opéra SMAC (Scène de musiques actuelles) CNCM (Centre national de création musicale) Orchestre
- PNC (Pôle national cirque) CNAREP (Centre national des arts de la rue et de l'espace public) FRAC (Fonds régional d'art contemporain) CACIN (Centre d'art contemporain d'intérêt national)

De quel réseau ou appellation d'intérêt national votre structure dépend-elle ?

- SCIN (Scène conventionnée d'intérêt national) TLIN (Théâtre lyrique d'intérêt national) Centre national de la marionnette (en préfiguration)

Pouvez-vous préciser le type de convention dont dépend votre structure ?

- « Art et création » « Art en territoire » « Art, enfance, jeunesse »

L'appellation d'intérêt national de votre structure est-elle complétée par l'identification d'une discipline artistique ?

- Oui Non

Pouvez-vous préciser la discipline artistique qui complète l'appellation d'intérêt national de votre structure ?

Quelle est la discipline majoritaire représentée dans votre structure ?

- théâtre
- musique
- opéra
- danse
- marionnette
- cirque
- arts de la rue
- arts plastiques
- humour
- pluridisciplinaire

Et quelle(s) autre(s) discipline(s) sont représenté(es) au sein de votre structure ? (plusieurs réponses possibles)

- théâtre
- musique
- opéra
- danse
- marionnette
- cirque
- arts de la rue
- arts plastiques
- humour
- pluridisciplinaire
- aucune autre discipline n'est représentée

Quel est le code postal du lieu de votre structure ? (merci de renseigner le code postal du lieu principal si votre structure compte plusieurs lieux)

Quel est le nom de votre service ?

Quel est l'intitulé de votre fonction ?

Dans votre structure, combien y a-t-il d'équivalents temps plein ?

Dans votre structure, combien y a-t-il de postes permanents ?

Combien de spectateurs/visiteurs annuels enregistre votre structure dans le cadre de sa programmation artistique (expositions, spectacles, concerts, etc.) ?

Combien de spectateurs/visiteurs annuels enregistre votre structure dans le cadre de l'ensemble de ses activités (programmation artistique et autres) ?

Première partie : LE PROJET ET L'ORGANISATION

1.1 Le numérique dans le projet d'établissement

Selon vous, comment se situe votre structure vis-à-vis des affirmations suivantes ?

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
Le numérique est un axe prioritaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'engagement dans le numérique est formalisé dans le projet d'établissement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'engagement dans le numérique est une démarche partagée par tous les membres de l'équipe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le numérique est arrivé pour répondre aux évolutions des pratiques du public	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La structure développe une identité numérique spécifique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le numérique est intégré dans une partie des missions de la structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le numérique est intégré de façon transversale dans la structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La direction est impliquée dans les orientations du numérique dans la structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les équipes portent les démarches sur le numérique dans la structure de manière proactive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les initiatives liées au numérique sont particulièrement portées par les équipes de terrain	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La structure est innovante sur le numérique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La structure est en retard sur le numérique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Première partie : LE PROJET ET L'ORGANISATION

1.2 Équipes et management

Dans votre structure, les postes suivants (ou équivalents) et/ou missions sont-ils formalisés dans l'organigramme ?

- Responsable informatique / DSI (Direction de l'informatique)
- Webmaster
- Développeur.euse
- Responsable / Chargé.e de communication numérique
- Community manager
- Responsable / Chargé.e du multimédia
- Responsable / Chargé.e de (web)marketing
- Responsable / Chargé.e d'études
- Responsable / Chargé de production de contenus
- Autre intitulé de poste lié spécifiquement au numérique
- Une/Des mission(s) liée(s) au numérique est/sont présente(s) dans la fiche de poste de certains membres de l'équipe
- Certaines personnes assurent des missions liées au numérique sans que cela ne soit formalisé dans leur fiche de poste
- Les missions liées au numérique sont assurées par des personnes externes (freelance par exemple)
- Aucun poste / aucune mission lié(e) au numérique n'est présent(e) dans la structure

Depuis combien de temps ces postes sont-ils formalisés dans l'organigramme de la structure ?

	Depuis moins d'1 an	Depuis plus d'1 an mais moins de 3 ans	Depuis 3 à 5 ans	Depuis plus de 5 ans	De façon temporaire, en rapport à la crise sanitaire	C'est en projet / en cours de création	Je ne sais pas
Responsable informatique / DSI (Direction de l'informatique)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Webmaster	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Développeur.euse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsable / Chargé.e de communication numérique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Community manager	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsable / Chargé.e du multimédia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsable / Chargé.e de (web)marketing	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsable / Chargé.e d'études	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsable / Chargé de production de contenus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vous avez déclaré qu'un autre intitulé de poste lié spécifiquement au numérique était formalisé dans votre structure, pouvez-vous préciser le(s) poste(s) dont il s'agit ?

Vous avez déclaré qu'une/des mission(s) liées au numérique étai(en)t présente(s) dans la fiche de poste de certains membres de l'équipe au sein de votre structure, pouvez-vous préciser le(s) poste(s) dont il s'agit ?

Et qui est concerné par cette situation ?

- L'ensemble des équipes
- L'ensemble de l'équipe communication
- 1 ou 2 personnes de la communication
- L'ensemble de l'équipe relations publiques / médiation
- 1 ou 2 personnes des relations publiques / médiation
- Autre

Autre (préciser)

Et depuis combien de temps ces missions liées au numérique sont-elles présentes dans les fiches de postes ?

- Depuis moins d'1 an
- Depuis plus d'1 an mais moins de 3 ans
- Depuis 3 à 5 ans
- Depuis plus de 5 ans
- De façon temporaire, en rapport à la crise sanitaire
- C'est en projet / en cours de création
- Je ne sais pas

Vous avez déclaré que certaines missions liées au numérique sont menées au sein de votre structure sans être formalisées dans les fiches de postes, pouvez-vous préciser le(s) poste(s) concerné(s) ?

Et qui est concerné par cette situation ?

- L'ensemble des équipes
- L'ensemble de l'équipe communication
- 1 ou 2 personnes de la communication
- L'ensemble de l'équipe relations publiques / médiation
- 1 ou 2 personnes des relations publiques / médiation
- Autre

Autre (préciser)

En quoi consistent ces missions liées au numérique ?

Et depuis combien de temps ces missions liées au numérique sont-elles menées ?

- Depuis moins d'1 an
- Depuis plus d'1 an mais moins de 3 ans
- Depuis 3 à 5 ans
- Depuis plus de 5 ans
- De façon temporaire, en rapport à la crise sanitaire
- C'est en projet / en cours de création
- Je ne sais pas

Des formations traitant des outils et/ou des cultures numériques sont-elles organisées et/ou suivies dans votre structure ?

	Depuis moins d'1 an	Depuis plus d'1 an mais moins de 3 ans	Depuis 3 à 5 ans	Depuis plus de 5 ans	De façon temporaire, en rapport à la crise sanitaire	Non, mais c'est en projet / en cours de création	Non et ce n'est pas prévu
Formations/sensibilisation conçues et organisées par les équipes de la structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formations en intra- organisationnel via un prestataire extérieur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participation à des formations externes (multi-organisations) via un prestataire extérieur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formations via la participation à des événements professionnels liés au numérique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formations via une veille active, l'échange avec des pairs (réseaux spécialisés), la visite de lieux inspirants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Généralement, qui profite de ces formations ?

- Ces formations mixent certains personnels de différents services
- Ces formations concernent l'ensemble des équipes
- Ces formations sont adressées à l'équipe de direction
- Ces formations sont adressées à l'équipe de communication
- Ces formations sont adressées à l'équipe technique
- Ces formations sont adressées à l'équipe de médiation
- Ces formations sont adressées à l'équipe de RP

D'une manière générale, laquelle de ces affirmations vous semble le mieux correspondre à la réalité de votre structure face au numérique ?

- Le numérique, ce n'est pas une préoccupation dans notre structure
- Le numérique, c'est flou au sein de notre structure mais cela fait partie de nos métiers
- Le numérique n'est pas encore formalisé mais c'est un projet à court ou moyen terme
- Le numérique nous permet de renouveler nos métiers et d'être créatifs dans nos actions
- Le numérique fait partie de notre projet et de nos missions d'établissement culturel

D'une manière générale, laquelle de ces affirmations vous semble le mieux correspondre à la réalité des équipes de votre structure face au numérique ?

- La majorité de l'équipe est réfractaire au numérique
- La majorité de l'équipe est volontaire sur le numérique
- La majorité de l'équipe n'est ni réfractaire ni volontaire sur le numérique mais suiveur
- Les équipes sont équitablement partagées entre réfractaires, volontaires et suiveurs sur le numérique

Selon vous, quels sont ou peuvent être les principaux freins pour engager votre structure dans le numérique ? (plusieurs réponses possibles)

- La déshumanisation
- La technicité
- Le manque d'information spécifique à notre secteur
- L'impact écologique caché
- La nature de notre activité d'arts vivants et/ou contemporains
- Le manque de formation des équipes
- Le modèle économique du numérique
- Le risque d'appauvrissement culturel
- Le manque de temps
- Je n'identifie pas de frein au développement du numérique dans ma structure
- Autre

Autre (préciser)

Selon vous, quels sont ou peuvent être les principaux avantages du numérique ? (plusieurs réponses possibles)

- L'innovation
- La possibilité de relier des gens éloignés (géographiquement ou sociologiquement) les uns des autres
- Un moindre impact écologique
- La viralité
- Une plus grande accessibilité de la culture
- La diversification des formats de médiation et des contenus culturels
- Les opportunités économiques
- Le gain de temps
- L'appropriation possible des contenus par les publics
- La possibilité de garder le lien avec les publics
- Une meilleure collaboration au sein de l'équipe
- Une plus grande horizontalité
- Je n'identifie pas d'avantage du numérique
- Autre

Autre (préciser)

Votre structure fournit-elle...

	...oui, à tout le monde (permanents et non permanents)	...oui, à tous les permanents	...oui, mais seulement à certaines personnes	...oui, mais seulement à la direction	...non
Un ordinateur fixe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un ordinateur portable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un smartphone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Votre structure a-t-elle recours aux services suivants pour la gestion du parc matériel ?

	Oui	Non	Je ne sais pas
Achat de matériel reconditionné	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recyclage du matériel obsolète	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Votre structure développe-t-elle une politique de droit à la déconnexion ?

- Oui Non Je ne sais pas

Si oui, sous quelle forme ? (plusieurs réponses possibles)

- Par une politique de sensibilisation
 Par une charte signée au sein de la structure
 Par le déploiement d'outils de déconnexion (ex : blocages des emails en dehors de certains horaires, choix d'outils collaboratifs respectant le temps personnel...)
 Autre

Autre (préciser)

Si oui, depuis quand cette politique est-elle en place ?

- Depuis moins d'1 an
 Depuis plus d'1 an mais moins de 3 ans
 Depuis 3 à 5 ans
 Depuis plus de 5 ans
 De façon temporaire, en rapport à la crise sanitaire
 C'est en projet / en cours de création
 Je ne sais pas

Les outils collaboratifs suivants sont-ils utilisés par les équipes ?

	Oui, à l'échelle de toute la structure	Oui, dans certains services	Non
Partage de fichiers (Google Drive, Dropbox...) et serveur à distance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outils de planification (agenda partagé...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestion de projets (Freedcamp, Trello, Asana...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bases de données partagées (Filemaker partagé entre services, CRM...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outils de visioconférence (Zoom, Teams...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outils conversationnels (Slack, Whatsapp...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Logiciels métiers en mode SAAS ou cloud (accessibles à distance)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

D'autres outils collaboratifs sont-ils utilisés au sein de votre structure ?

Oui Non

Le(s)quel(s) ?

Votre structure est-elle engagée dans une politique de choix d'outils numériques moins impactants écologiquement et éthiquement (éco-conçus, open source, outils auto-hébergés, etc) ?

- Oui, complètement Oui, partiellement Non Je ne sais pas

Votre structure est-elle vigilante au stockage des données numériques (volume, type d'hébergement) ?

- Oui Non Je ne sais pas

Votre structure a-t-elle mis en place une charte Internet ?

- Oui Non Je ne sais pas

Si oui, depuis quand cette charte est-elle en place ?

- Depuis moins d'1 an
 Depuis plus d'1 an mais moins de 3 ans
 Depuis 3 à 5 ans
 Depuis plus de 5 ans
 De façon temporaire, en rapport à la crise sanitaire
 C'est en projet / en cours de création
 Je ne sais pas

Première partie : LE PROJET ET L'ORGANISATION

1.3 Programmation et numérique

1.3.1 Axe programmatique et financement de la création numérique

De façon générale, diriez-vous que le projet artistique de votre établissement...

- ...intègre un axe programmatique autour des arts et innovations numériques
- ...propose parfois des spectacles/événements/expositions explorant les arts et innovations numériques
- ...n'explore pas les arts et innovations numériques

Votre structure accompagne-t-elle ce type d'œuvres (créations artistiques impliquant le numérique) en production ? (plusieurs réponses possibles)

- Oui, en tant que producteur délégué
- Oui, en tant que coproducteur
- Oui, en tant que structure d'accueil en résidence
- Oui, d'une autre manière (accompagnement/ressources, mise en réseau, etc.)
- Non

À quel type de financements faites vous appel pour accompagner des créations artistiques impliquant du numérique ? (plusieurs réponses possibles)

- Financements publics
- Financements privés
- Fonds propres

Pouvez-vous préciser la nature de ces financements ?

Vous avez déclaré ne pas accompagner les créations artistiques impliquant du numérique. Pour quelles raisons ?

Votre structure a-t-elle déjà candidaté à l'aide du Dispositif pour la création artistique multimédia et numérique (DICRéAM) ?

- Oui, chaque année
- Oui, régulièrement (tous les 2-3 ans)
- Oui, de temps en temps (plus de 3 ans entre deux demandes)
- Non, mais je connais ce dispositif
- Non, et je ne connais pas ce dispositif

Votre structure a-t-elle déjà reçu directement une aide du Dispositif pour la création artistique multimédia et numérique (DICRéAM) ?

- Oui, plus de 3 fois
- Oui, 2 ou 3 fois
- Oui, une seule fois
- Non

Connaissez-vous des solutions d'aides et de financements pour la création artistique multimédia et numérique autres que le Dispositif pour la création artistique multimédia et numérique (DICRéAM) ?

- Oui
- Non

Le(s)quelle(s) ?

Votre structure a-t-elle déjà bénéficié de l'une de ces aides hors Dispositif pour la création artistique multimédia et numérique (DICRéAM) ?

- Oui
- Non

Le(s)quelle(s) ?

Comment ou auprès de qui avez-vous eu connaissance du Dicréam et/ou des autres types d'aides à la création artistique multimédia et numérique ?

Première partie : LE PROJET ET L'ORGANISATION

1.3 Programmation et numérique

1.3.2 Programmation et diffusion numérique

Dans sa programmation, votre structure propose-t-elle ou a-t-elle déjà proposé les types de diffusion en ligne suivants ? Cette question couvre la diffusion de la programmation artistique en ligne. Les autres contenus culturels numériques sont abordés plus loin.

	Oui, depuis moins d'1 an	Oui, depuis plus d'1 an mais moins de 3 ans	Oui, depuis 3 à 5 ans	Oui, depuis plus de 5 ans	Oui, de façon temporaire, en rapport à la crise sanitaire	Oui, c'est en projet / en cours de création	Non
Diffusion de captation existante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Live-streaming ou faux-direct avec public	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Live-streaming ou faux-direct public, dans un format frontal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Live-streaming ou faux-direct avec une écriture audiovisuelle spécifique pour le numérique (autre que format frontal scène/salle, interaction)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Événement conçu pour le web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Votre structure propose-t-elle ou a-t-elle déjà proposé d'autres types de diffusion en ligne ?

Oui Non

Le(s)quel(s) ?

Quelles sont les modalités d'accès à cette programmation ?

- L'accès est gratuit
- L'accès est payant
- L'accès est gratuit puis payant
- Cela dépend des événements

Où cette programmation est-elle susceptible d'être diffusée ? (plusieurs réponses possibles)

- Sur Internet
- Au cinéma
- Dans des lieux partenaires éducatifs et sociaux (écoles, hôpitaux...)
- En plein air (ex. cinéma en plein air)
- Autre

Autre (préciser)

Sur quelle(s) plateforme(s) cette programmation est-elle diffusée ? (plusieurs réponses possibles)

- | | | |
|--|---|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Player propre | <input type="checkbox"/> Plateforme spécialisée | <input type="checkbox"/> Youtube |
| <input type="checkbox"/> Dailymotion | <input type="checkbox"/> Vimeo | <input type="checkbox"/> Twitch |
| <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> Autre |

Autre (préciser)

Vous avez déclaré que la programmation artistique en ligne de votre structure était diffusée sur une plateforme spécialisée, pouvez-vous préciser laquelle ?

Dans quelle mesure les éléments suivants sont-ils intégrés dans la mise en œuvre de cette programmation en ligne ?

	Totalement intégré	Plutôt intégré	Plutôt pas intégré	Pas du tout intégré
Une dimension interactive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un travail sur la réception : médiation en amont/aval, durée, ciblage des contenus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Une visibilité importante grâce à la communication	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Un développement de l'audience via l'équipe de relations avec les publics	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cette diffusion numérique sera-t-elle maintenue et/ou développée par votre structure lorsque la crise sanitaire sera terminée ?

	Cette action sera maintenue et développée	Cette action sera maintenue au même niveau que pendant la crise	Cette action sera maintenue mais plus modestement que pendant la crise	Cette action sera abandonnée à l'issue de la crise	Nous ne savons pas si cette action sera maintenue
Diffusion de captation existante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Live-streaming ou faux-direct avec public	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Live-streaming ou faux-direct sans public, dans un format frontal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Live-streaming ou faux-direct avec une écriture audiovisuelle spécifique pour le numérique (autre que format frontal scène/salle, interaction)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Événement conçu pour le web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vous avez déclaré que certaines actions de diffusion numérique conçues pendant la crise sanitaire seront maintenues à l'issue de celle-ci. Pourquoi ?

Vous avez déclaré que certaines actions conçues pendant la crise sanitaire seront abandonnées à l'issue de celle-ci. Pourquoi ?

En ce qui concerne la diffusion numérique, avez-vous obtenu les moyens extérieurs suivants ? (plusieurs réponses possibles)

	Oui lors de la phase de production	Oui lors de la phase de diffusion	Non
Financements publics (subvention services déconcentrés, subventions collectivités etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Financements privés (coproduction, mécénats etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vous avez déclaré avoir obtenu des moyens extérieurs pour la programmation artistique en ligne de votre structure, pouvez-vous en préciser la nature ?

Avez-vous rencontré des difficultés pour gérer la question des droits liés à la diffusion d'œuvres en ligne ?

- Oui Non Non concerné(e)

Si oui, de quel ordre ?

Et comment y avez-vous répondu ? (plusieurs réponses possibles)

- Recours à un cabinet juridique Recours à un prestataire audiovisuel incluant la gestion de droits Ressources et accompagnement via une organisation professionnelle
- Recours à un cabinet de conseil Formation des équipes Autre
- Autre (préciser)

Si non, comment avez-vous géré la question des droits liés à la diffusion d'œuvres en ligne ? En faisant appel à quel(s) service(s) ?

Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS

2.1 Outils et actions de communication

Quelle est la part de la communication numérique - sites web, publicités et sponsoring en ligne, newsletter, etc. - dans le budget communication global de votre structure, hors valorisation ? (en pourcentage du budget de communication)

%

Comment cette part de budget dédiée à la communication numérique dans le budget communication global a-t-elle évolué dans le temps ?

	Cette part a fortement augmenté	Cette part a augmenté	Cette part s'est stabilisée	Cette part a baissé	Cette part a fortement baissé
Depuis la crise sanitaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entre 2016 et 2019	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La production de contenus numériques est-elle incluse dans le budget communication ou bénéficie-t-elle de lignes budgétaires autres ?

- La production de contenus est incluse dans le budget communication
- La production de contenus est incluse dans le budget artistique
- La production de contenus est incluse dans un budget dédié à la production numérique
- Nous n'avons pas de budget dédié à la production de contenus numériques
- Nous ne produisons pas de contenus numériques
- Autre

Autre (préciser)

Quels types d'achats publicitaires votre structure réalise-t-elle en ligne ? (plusieurs réponses possibles)

- Adwords
- Sponsorisation sur les réseaux sociaux en interne
- Sponsorisation sur les réseaux sociaux via un prestataire
- Achat publicitaire en ligne directement auprès des médias/sites
- Achat publicitaire en ligne via une agence
- Investissement publicitaire en programmation
- Ma structure ne réalise aucun type d'achats publicitaires en ligne

Existe-t-il une charte éditoriale formalisée au sein de votre structure pour la communication sur les outils numériques ?

- Oui
- Non

Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS

2.1 Outils et actions de communication

2.1.1 Site Internet et applications

Votre structure dispose-t-elle d'au moins un site Internet institutionnel ?

- Oui Non

Sous quel nom de domaine le site Internet principal de votre structure est-il hébergé ?

- Sous le nom de domaine de la structure
 Sous le nom de domaine d'un service de création de site Internet (monsite.wordpress.com par exemple)
 Sous le nom de domaine d'une autorité de tutelle
 Autre

Autre (préciser)

Qui a réalisé la création technique du site Internet de votre structure ?

- Une personne en interne dans la structure
 Un prestataire extérieur
 Une autorité de tutelle
 Autre

Autre (préciser)

Vous avez déclaré qu'une personne en interne a réalisé la création technique du site Internet de votre structure, pouvez-vous préciser la fonction de cette personne ?

Et qui s'occupe des mises à jour du site Internet de votre structure ?

- Une personne en interne dans la structure
- Un prestataire extérieur
- Une autorité de tutelle
- Autre

Autre (préciser)

Vous avez déclaré qu'une personne en interne s'occupe des mises à jour du site Internet de votre structure, pouvez-vous préciser la fonction de cette personne ?

A quelle fréquence le site Internet de votre structure est-il mis à jour ? (plusieurs réponses possibles)

- A chaque nouveau spectacle/exposition
- A chaque nouvel événement hors spectacles/expositions (rencontres, ateliers...)
- A réception/production de nouveaux contenus autour de la programmation existante (ajout de photos, vidéos, textes complémentaires, contenus associés...)
- A chaque changement administratif (mouvement de personnel, changement d'horaires...)
- Une fois par an pour la nouvelle saison
- Le site Internet n'a pas été actualisé depuis plus d'un an
- Je ne sais pas

Votre site Internet répond-il aux exigences de lecture sur tablette et smartphone ?

- Oui, il existe une version mobile
- Oui, il est responsive/adaptatif
- Non

Votre site Internet est-il multilingue ?

- Oui, il a fait l'objet d'une traduction
- Oui, grâce à un module de traduction automatique
- Non

Votre site Internet répond-il aux normes d'accessibilité du web (exemple : Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité) ?

- Oui, en totalité
- Oui, partiellement
- Non, mais c'est prévu
- Non
- Je ne sais pas

Votre site Internet intègre-t-il un chat pour que votre public puisse poser des questions en direct ?

- Oui, un chat auquel l'équipe répond
- Oui, un chat bot
- Non, mais c'est prévu
- Non

Votre structure a-t-elle d'autres sites Internet que son site institutionnel ?

- Oui Non

Quelle est la nature du/des autre(s) site(s) Internet de votre structure ? (plusieurs réponses possibles)

- Site dédié à l'action culturelle
 Site dédié à un festival / un cycle
 Site dédié à un spectacle/une exposition
 Site dédié à un projet de l'établissement
 Blog du lieu
 Site proposant un service numérique spécifique
 Autre

Autre (préciser)

Votre structure a-t-elle développé une application mobile ? (plusieurs réponses possibles)

- Oui, reflétant la programmation et/ou l'actualité du lieu Oui, autour d'un spectacle/une exposition
 Oui, comme médiation culturelle numérique en dehors d'un spectacle/une exposition précis(e) Non
 Oui, autre

Oui, autre (préciser)

Votre structure a-t-elle engagé une stratégie SEO (Search Engine Optimization) ?

- Oui Non Je ne sais pas

Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS

2.1 Outils et actions de communication

2.1.2 Newsletters

Votre structure propose-t-elle ou a-t-elle déjà proposé une/plusieurs newsletter ? (plusieurs réponses possibles)

- Une newsletter générale pour les différents événements organisés par la structure
- Une newsletter pour annoncer les spectacles/expositions à venir
- Une newsletter pour annoncer les actions/événements hors spectacles/expositions (rencontres, ateliers...)
- Ma structure a proposé une newsletter mais ne la propose plus désormais
- Ma structure ne propose pas de newsletter
- Oui, autre

Autre (préciser)

Quel outil est utilisé pour l'envoi de la/les newsletter(s) de votre structure ?

- Une solution d' emailing logicielle installée (Sarbacane...)
- Une solution d' emailing en ligne (Mailchimp, Mailjet, Sendinblue...)
- Une solution intégrée au site Internet, prévue dans la conception de celui-ci
- Une solution de newsletter intégrée dans un CRM
- Une solution de newsletter intégrée dans le logiciel de billetterie
- La boîte mail d' une personne de l' équipe (préciser la fonction de cette personne)
- Autre

Autre (préciser)

Votre structure envoie-t-elle des newsletters ciblées (à des segments identifiés de destinataires) ?

- Oui Non

Comment sont construits les segments cibles ?

- Critères sociodémographiques (âge, sexe, zone géographique...) issus de la base de données billetterie
- Historique de spectacles/expositions vus
- Historique de participation à des événements hors spectacles/expositions
- Parcours de spectateurs (date dernier achat, ancienneté, etc)
- Données personnelles du spectateur (anniversaire, etc)
- Choix des destinataires (intérêt exprimé, inscription à une liste spécifique)
- Autre

Autre (préciser)

Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS

2.1 Outils et actions de communication

2.1.3 Réseaux sociaux et plateformes

Votre structure est-elle présente sur les réseaux sociaux et plateformes suivants ?

	Oui, au nom de la structure	Oui, au nom du.de la directeur.trice	Oui, au nom d'une personne de l'équipe	Oui, à travers des comptes d'artistes ou de troupes/ballets associés	Non
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dailymotion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vimeo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tik Tok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Snapchat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LinkedIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soundcloud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Votre structure est-elle présente sur d'autres réseaux sociaux ou plateformes ?

Oui Non

Le(s)quel(s) ?

Existe-t-il un calendrier éditorial pour la gestion des réseaux sociaux au sein de votre structure ?

Oui Non

Votre structure publie-t-elle du contenu sur les réseaux sociaux ? (plusieurs réponses possibles)

	Oui, annonce des toutes les dates de la programmation	Oui, contenus à propos des artistes et de la programmation	Oui, à propos de la vie du lieu et de ses équipes	Oui, autre	Non ou quasiment jamais
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Youtube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dailymotion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vimeo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tik Tok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Snapchat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LinkedIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soundcloud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De manière générale les affirmations suivantes sont-elles représentatives de la communication de votre structure sur les réseaux sociaux ?

	Tout à fait	En partie	Plutôt pas	Pas du tout
Les publications sur les réseaux sociaux sont une déclinaison de l'identité éditoriale de la structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les publications sur les réseaux sociaux modifient légèrement l'identité globale de la communication de la structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les publications sur les réseaux sociaux diffèrent complètement de l'identité globale de la communication de la structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les publications sur les réseaux sociaux changent d'identité en fonction du spectacle / de l'exposition / de l'événement auquel elles se rattachent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les publications sur les réseaux sociaux changent d'identité en fonction du réseau social lui-même	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS

2.2 Médiation et services numériques

2.2.1 Production de contenus et d'actions

D'une manière générale, les affirmations suivantes sont-elles représentatives de la manière dont les contenus numériques produits par votre structure sont construits ? Par « contenus numériques », nous entendons ici toute proposition intégrant un outil numérique, que ce soit au niveau de la conception, de la production ou de la diffusion de la proposition, et d'une manière plus ou moins importante.

	Tout à fait	En partie	Plutôt pas	Pas du tout
Ma structure ne produit pas de contenus numériques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les contenus numériques sont conçus en lien avec les œuvres présentées dans la programmation de saison	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les contenus numériques sont des actions complémentaires aux actions culturelles (EAC, médiation...) menées en lien avec la programmation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les contenus numériques sont des actions à part entière, indépendantes de la programmation de saison	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les contenus numériques sont des œuvres originales créées spécifiquement pour les canaux de diffusion numériques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les contenus numériques sont des déclinaisons des œuvres diffusées dans la programmation de la saison	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La crise sanitaire liée à l'épidémie de COVID-19 a-t-elle modifié le rapport de votre structure au numérique en matière de diffusion/médiation/communication ?

Oui, totalement

Oui, un peu

Non, pas vraiment

Non, pas du tout

Quel(s) changement(s)/transformation(s) avez-vous observé(s) ?

Ces actions/contenus seront-ils maintenus et/ou développés par votre structure lorsque la crise sanitaire sera terminée ?

	Cette action sera maintenue et développée	Cette action sera maintenue au même niveau que pendant la crise	Cette action sera maintenue mais plus modestement que pendant la crise	Cette action sera abandonnée à l'issue de la crise	Nous ne savons pas si cette action sera maintenue
Vidéos promotionnelles (teaser, extraits...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vidéos courtes autour de la programmation (interview, reportage...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autres vidéos courtes (coulisses du lieu, paroles des équipes, des spectateurs...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vidéos longues (documentaires, reportages...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podcast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Articles (blog, web-mag)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curation de contenus existants autour de la programmation (podcast, vidéo, articles non produits en interne ou commandés)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relais de contenus et d'initiatives numériques d'autres institutions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MOOC, tutoriels, didacticiels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cours / Ateliers en direct	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rencontres, conférences et masterclass en direct	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dossiers pédagogiques	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kit pédagogiques transmedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visites virtuelles du lieu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visite en direct avec médiation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeux d'acquisition de publics / d'animation de la communauté	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeux pédagogiques / de médiation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vous avez déclaré que certaines actions conçues pendant la crise sanitaire seront maintenues à l'issue de celle-ci. Pourquoi ?

Vous avez déclaré que certaines actions conçues pendant la crise sanitaire seront abandonnées à l'issue de celle-ci. Pourquoi ?

Vous développez des contenus artistiques et/ou culturels multimédia en lien avec une politique de développement numérique, comment procédez-vous budgétairement ? (plusieurs réponses possibles)

- Nous produisons tout en interne en nous appuyant sur les compétences des salarié.e.s
- Nous construisons des partenariats avec d'autres structures culturelles
- Nous incluons la création de contenus numériques dans les contrats des artistes
- Nous avons une ligne budgétaire dédiée à la production de contenus et de dispositifs numériques
- Nous prenons sur des lignes budgétaires dévolues à d'autres activités
- Autre

Autre (préciser)

Votre structure a-t-elle déjà candidaté au Programme national de Numérisation et de Valorisation des contenus culturels (PNV) ?

- Oui
- Non, mais je connais ce dispositif
- Non, et je ne connais pas ce dispositif

Et votre structure a-t-elle déjà reçu directement une aide du Programme national de Numérisation et de Valorisation des contenus culturels (PNV) ?

- Oui, plusieurs fois
- Oui, une seule fois
- Non

Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS

2.2 Médiation et services numériques

2.2.2 Dispositifs et services numériques

Les dispositifs numériques suivants sont-ils mis à disposition in situ et/ou aux abords de votre structure ?

	Oui, en permanence	Oui, ponctuellement	Non, jamais
Wifi libre et gratuit pour le public dans l'enceinte des locaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information numérique sur la façade / à l'extérieur des locaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Écrans d'information à l'intérieur du lieu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dispositifs d'information interactifs (borne d'information, visionnage de vidéos commandé par les visiteurs...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dispositifs interactifs permettant l'expression des publics (projection d'un twitter wall, borne pour laisser un message écrit ou sonore, livre d'or numérique type Guest views, borne à smileys de satisfaction type Opinyon...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bornes d'achat de places	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

D'autre(s) dispositif(s) numérique(s) est/sont-il(s) mis à disposition in situ et aux abords de votre structure ?

Oui Non

Le(s)quel(s) ?

Votre structure utilise-t-elle les technologies suivantes pour améliorer l'accessibilité des personnes en situation de handicap au lieu et/ou aux œuvres et actions proposées ?

	Oui, à chaque spectacle / événement / exposition	Oui, pour certains spectacles / événements / expositions identifiés	Oui, en dehors des spectacles / événements / expositions de la saison pour des actions spécifiques	Non, jamais ou quasiment jamais
Lunettes de surtitrage individuelles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Surtitrage collectif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Audiodescription	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dispositif vibrant individuel (ex : SubPac / sac à dos permettant de ressentir les basses fréquences)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dispositif vibrant collectif (ex : plancher vibrant)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boucle magnétique dans les espaces d'accueil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boucle magnétique collective en salle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boucle magnétique individuelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Service numérique d'aide à la mobilité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Audioguide d'accessibilité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Votre structure utilise-t-elle d'autres dispositifs numériques permettant d'améliorer l'accessibilité des personnes en situation de handicap ?

Oui Non

Le(s)quel(s) ?

Votre structure a-t-elle déjà candidaté à l'appel à projet Service Numérique Culturel Innovant du Ministère de la Culture ?

Oui, une fois

Non, mais je connais ce dispositif

Oui, plusieurs fois

Non et je ne connais pas ce dispositif

Pouvez-vous préciser le type de projet présenté dans le cadre de ce dispositif ?

L'avez-vous obtenu ?

Oui

Non

Pouvez-vous préciser le type de projet aidé dans le cadre de ce dispositif ?

Deuxième partie : L' ADRESSE AUX PUBLICS

2.3 Place et rôle des publics

De quelle manière les publics peuvent-ils s'impliquer dans le lieu ? (plusieurs réponses possibles)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Mécénat/financement participatif de spectacles/événements/expositions | <input type="checkbox"/> Communauté d'ambassadeurs |
| <input type="checkbox"/> Mécénat/financement participatif d'actions | <input type="checkbox"/> Création de contenus |
| <input type="checkbox"/> Programmation participative | <input type="checkbox"/> Co-création d'événements et d'actions culturelles |
| <input type="checkbox"/> Comité d'usagers | <input type="checkbox"/> Forte présence de la pratique amateur |
| <input type="checkbox"/> Gouvernance partagée | <input type="checkbox"/> Bénévolat |
| <input type="checkbox"/> Votes/avis sur les spectacles/événements/expositions | <input type="checkbox"/> Projets participatifs dans la programmation |
| <input type="checkbox"/> Echanges sur les orientations et projets de l'établissement hors programmation | <input type="checkbox"/> Autre |

Autre (préciser)

Quels sont les publics prioritairement visés par votre présence en ligne ?

- Les publics fidèles, des habitués du lieu, l'offre numérique permet de compléter leur expérience physique
- Les publics occasionnels du lieu, l'offre numérique permet de les fidéliser
- Des publics à conquérir
- Des « non publics » du lieu, nous les touchons grâce à l'offre numérique exclusivement
- Nous n'avons pas de cible prioritaire
- Nous n'avons pas d'adresse aux publics en ligne

En quelques mots, comment envisagez-vous votre stratégie numérique vis-à-vis des enjeux de démocratisation culturelle et de droits culturels ?

Troisième partie : POLITIQUE DES DONNÉES

3.1 Billetterie et suivi de fréquentation

Votre structure est-elle équipée d'un logiciel de billetterie ?

- Oui Non

De quel logiciel s'agit-il ?

- 3e Acte / Satori Digitick / Seeticket
 4D / La billetterie / Ressource SI Aparté / Kyro Concept
 Rodrigue Secutix
 Sirius Mapado
 La billetterie par Supersoniks So Ticket
 Tickboss Weezevent
 Autre

Autre (préciser)

Votre logiciel de billetterie permet-il la vente en ligne ?

- Oui Non

La vente en ligne offre-t-elle les services suivants à vos acheteurs ?

- Abonnement en ligne Adhésion en ligne
 Carte cadeau Vente de produits / boutique en ligne
 Billets suspendus Dons pour le lieu
 Dons pour une association / un tiers Paiement partagé (achat entre amis)
 Paiement différé Paiement en plusieurs fois
 Paiement par service de paiement type Paypal Paiement par carte cadeau
 Inscription en liste d'attente si complet Inscription à une notification de mise en vente
 Relance automatique aux inscrits en liste d'attente Accès espace client
 La vente en ligne ne permet aucun de ces services Autre

Autre (préciser)

Un reporting des ventes et/ou de la fréquentation est-il effectué au sein de votre structure ?

- Oui Non

Quel(s) outil(s) est/sont utilisé(s) pour faire ce reporting ? (plusieurs réponses possibles)

- Le logiciel de billetterie Excel
 Un/des outil(s) de BI (Business Intelligence) Un/des outil(s) spécialisé(s) (ex. Pims)
 Autre

Autre (préciser)

A quelle fréquence ce reporting est-il effectué ?

- Une fois par an
 De façon récurrente, plusieurs fois par an (trimestriel, mensuel...)
 Plusieurs fois par mois
 De manière quasi-quotidienne

Et qui effectue ce reporting ? (plusieurs réponses possibles)

- L'équipe de billetterie L'équipe de RP L'équipe de communication
 L'équipe marketing La direction Un prestataire extérieur à la structure
 Autre

Autre (préciser)

Qui utilise les données de ce reporting ? (plusieurs réponses possibles)

- L'équipe de billetterie L'équipe de RP
 L'équipe de communication L'équipe marketing
 La direction Autre

Autre (préciser)

A quoi sert ce reporting ? (3 réponses possibles)

- Le reporting sert à transmettre des informations aux tutelles
- Le reporting sert à transmettre des informations à la direction
- Le reporting sert à échanger entre les différents services en réunion
- Le reporting sert à négocier avec des partenaires extérieurs
- Le reporting sert à envoyer des informations aux publics
- Le reporting sert à faire des évaluations
- Le reporting sert à rédiger les bilans d'activité de la structure
- Le reporting sert à faire des analyses des comportements des spectateurs
- Le reporting sert à proposer des offres promotionnelles ciblées
- Le reporting sert à mesurer des taux d'ouverture des emailings
- Autre

Autre (préciser)

Votre structure envoie-t-elle ses données de billetterie au Ministère de la Culture via le Système d'Information BILletterie (SIBIL) ?

- Oui, depuis le début en 2018
- Oui, depuis 2019
- Oui, depuis 2020
- Non
- Je ne sais pas ce qu'est SIBIL

Comment transmettez-vous les données à SIBIL ?

- Automatiquement, mon logiciel de billetterie est interfacé
- A la main, mon logiciel n'est pas interfacé
- Partiellement automatiquement et partiellement à la main (interfaçage incomplet)

Troisième partie : POLITIQUE DES DONNÉES

3.2 Connaissance des publics

Disposez-vous d'un CRM-GRC (Customer Relationship Management – Gestion de la Relation Client) ? Pour rappel, le CRM est une technologie qui, associée au logiciel de billetterie, permet d'enregistrer, de suivre et d'analyser les interactions entre un lieu et ses publics, afin d'optimiser la qualité de la relation client.

- Oui, intégré au logiciel de billetterie Oui, via un logiciel spécialisé Non Je ne sais pas

Si oui, depuis quand cet outil est-il disponible dans votre structure ?

- Depuis moins d'1 an
 Depuis plus d'1 an mais moins de 3 ans
 Depuis 3 à 5 ans
 Depuis plus de 5 ans
 Je ne sais pas

S'il s'agit d'un CRM-GRC (Customer Relationship Management – Gestion de la Relation Client) externe à votre logiciel de billetterie, de quel module s'agit-il ?

- Microsoft CRM Salesforce
 Sellsy Eudonet
 Delight data Arenamatrix
 Autre

Autre (préciser)

Que pensez-vous de l'option CRM-GRC (Customer Relationship Management – Gestion de la Relation Client) pour les lieux de spectacles/événements/expositions ?

- Cela permet d'optimiser la relation avec nos spectateurs (automatisation, segmentation, connaissance)
 Le principe est intéressant mais son utilisation n'est pas satisfaisante (performance de l'outil, fiabilité)
 Le principe n'est pas en adéquation avec nos missions (intrusif, non éthique)
 Je connais mais n'ai pas d'avis sur ces outils
 Je ne connais pas ces outils

Votre structure réalise-t-elle des études de son public ?

- Oui, régulièrement
- Oui, mais rarement
- Oui, parfois
- Non, jamais

Comment sont réalisées ces études ? (plusieurs réponses possibles)

- En interne, par l'équipe de billetterie
- En interne, par l'équipe de RP
- En interne, par l'équipe de communication
- En interne, par le service marketing
- En interne, par la direction
- En interne, par un autre service
- Avec un prestataire externe

A quand remonte la dernière étude de publics ?

- Il y a moins de 3 ans
- Il y a entre 3 et 5 ans
- Il y a plus de 5 ans

Quel était l'objectif de la dernière étude de publics réalisée par votre structure ? (3 réponses possibles)

- Connaître les profils des publics
- Connaître les freins à la fréquentation chez les non-publics
- Comprendre comment fidéliser les publics occasionnels
- Identifier l'univers de concurrence de la structure
- Connaître la notoriété de la structure chez les publics
- Evaluer les services proposés
- Evaluer l'image de la structure
- Autre
- Evaluer la satisfaction des publics actuels
- Identifier les attentes de certains publics cibles
- Evaluer la communication
- Comprendre la circulation des publics entre différents lieux
- Identifier des pistes pour rajeunir notre cible
- Comprendre le rapport de la structure à son territoire
- Evaluer la qualité du parcours utilisateur des usagers

Autre (préciser)

Au sein de votre structure, les mesures de suivi suivantes sont-elles mises en place ?

- Pixels de suivi
- Cookies
- Tracking de conversion

La mise en conformité RGPD de votre établissement a-t-elle été effectuée ?

- Oui, complètement
- Oui, uniquement au niveau de la billetterie ou du CRM ou du site Internet
- Non, mais c'est en projet / en cours
- Non
- Je ne sais pas

Quand cette mise en conformité a-t-elle été mise en œuvre ?

- Depuis moins d'1 an
- Depuis 3 à 5 ans
- Je ne sais pas
- Depuis plus d'1 an mais moins de 3 ans
- Depuis plus de 5 ans

Et comment votre structure a-t-elle géré cette mise en conformité ?

- En autonomie
- Avec un accompagnement spécialisé (cabinet d'avocat, cabinet de conseil, etc)

Troisième partie : POLITIQUE DES DONNÉES

3.3 Evaluation des actions

Dans votre structure, des objectifs sont-ils fixés concernant les actions numériques menées ?

- Oui, systématiquement Oui, très souvent Oui, parfois Oui, rarement Non, jamais

Le plus souvent, à quel moment ces objectifs sont-ils fixés ?

- Avant l'action Pendant l'action
 Après l'action

Et le plus souvent, qui fixe ces objectifs ?

- La direction La personne / le service en charge de l'action
 Les tutelles qui financent l'action Autre

Autre (préciser)

De quelle nature sont ces objectifs ?

- Quantitatifs exclusivement Qualitatifs exclusivement
 A la fois quantitatifs et qualitatifs

Et généralement, de quel(s) type(s) sont ces objectifs ? (3 réponses possibles)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Remplissage de la salle/de l'espace pour le spectacle/l'exposition à venir | <input type="checkbox"/> Promotion pour les actions/événements organisés autour d'un spectacle/d'une exposition à venir dans la structure |
| <input type="checkbox"/> Hausse de la visibilité de la structure en ligne | <input type="checkbox"/> Test d'audience/de ciblage |
| <input type="checkbox"/> Test de communication | <input type="checkbox"/> Création/fédération d'une communauté de publics autour de la structure |
| <input type="checkbox"/> Décodage de la programmation de la saison | <input type="checkbox"/> Présentation de spectacles/d'expositions/d'artistes |
| <input type="checkbox"/> Démonstration de l'activité de la structure | <input type="checkbox"/> Contenus complémentaires suite à un spectacle/une exposition |
| <input type="checkbox"/> Recrutement de nouveaux publics pour la structure | <input type="checkbox"/> Fidélisation des publics existants de la structure |
| <input type="checkbox"/> Sensibilisation / éducation artistique et culturelle de publics éloignés de la structure | <input type="checkbox"/> Médiation avec des publics cibles |
| <input type="checkbox"/> Développement de la pratique amateur | <input type="checkbox"/> Autre |

Autre (préciser)

Dans votre structure, les actions numériques sont-elles évaluées ?

- Oui systématiquement, à chaque opération
- Oui régulièrement, pour les opérations importantes
- Oui, uniquement pour les opérations nouvelles et originales
- Oui, mais rarement
- Non, jamais

Qu'est-ce qui explique que les actions numériques de votre structure ne sont que rarement ou jamais évaluées ? (plusieurs réponses possibles)

- Les équipes manquent de temps
- La structure n'a pas les compétences en interne pour réaliser ces évaluations
- La structure manque de moyens pour solliciter des partenaires extérieurs
- Les objectifs et les critères d'évaluation ne sont pas clairement établis
- Autre

Votre structure évalue-t-elle le "parcours utilisateur" en ligne de ses publics ? (Parcours numérique suivi par un utilisateur au cours de ses différentes interactions avec le lieu)

- Oui, pour chaque action / production de contenus
- Oui, ponctuellement
- Oui, une fois pas an
- Non, mais je suis familier avec le concept
- Non, et je ne suis pas familier avec le concept de parcours utilisateur

De quelle manière votre structure évalue-t-elle le "parcours utilisateur" en ligne de ses publics ?

Et depuis quand votre structure évalue-t-elle le "parcours utilisateur" en ligne de ses publics ?

- Depuis moins d'1 an
- Depuis plus d'1 an mais moins de 3 ans
- Depuis 3 à 5 ans
- Depuis plus de 5 ans
- Je ne sais pas

Et qui réalise cette évaluation ? (plusieurs réponses possibles)

- L'équipe de billetterie
- L'équipe de RP
- L'équipe de communication
- L'équipe marketing
- La direction
- Un prestataire extérieur à la structure
- Autre

Autre (préciser)

Troisième partie : POLITIQUE DES DONNÉES

3.4 Communs numériques et web culturel

D'une manière générale, diriez-vous que votre structure...

	Oui, c'est une politique de l'établissement	Oui, mais ce n'est pas encore partagé par tous	Pas vraiment, mais quelques initiatives ont lieu	Non, mais nous savons ce que c'est	Non, et nous ne savons pas ce que c'est
...a engagé une politique d'open data.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...a engagé une politique d'open content.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...est sensibilisée et contribue à la découvrabilité des contenus culturels.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...participe à la création de communs numériques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

CONCLUSION

À l'issue de cette enquête, confirmez-vous les réponses apportées à la première question : selon vous, comment se situe votre structure vis-à-vis des affirmations suivantes ?

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Ni d'accord ni pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
Le numérique est un axe prioritaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'engagement dans le numérique est formalisé dans le projet d'établissement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'engagement dans le numérique est une démarche partagée par tous les membres de l'équipe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le numérique est arrivé pour répondre aux évolutions des pratiques du public	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La structure développe une identité numérique spécifique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le numérique est intégré dans une partie des missions de la structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le numérique est intégré de façon transversale dans la structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La direction est impliquée dans les orientations du numérique dans la structure	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les équipes portent les démarches sur le numérique dans la structure de manière proactive	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les initiatives liées au numérique sont particulièrement portées par les équipes de terrain	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La structure est innovante sur le numérique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La structure est en retard sur le numérique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pouvez-vous citer un exemple d'action numérique particulièrement représentative de la démarche/stratégie numérique de votre structure ?

Enfin, à l'issue de la réflexion menée au long de cette enquête, que feriez-vous pour aller plus loin dans la démarche numérique de votre structure ? Quels seraient les freins/les opportunités vis-à-vis de cette ambition ?

Bravo d'être allé(e) au bout !

Nous vous remercions d'avoir participé à cet état des lieux. Si vous avez des questions, remarques ou suggestions concernant celui-ci, vous pouvez contacter l'équipe de L'Œil du public par mail à l'adresse suivante : contact@oeildupublic.com