



DIAGNOSTIC INTERACTIF POUR UN DÉCOLLAGE RÉUSSI  
RÉSULTATS DES SONDAGES DE FÉVRIER 2018  
PROJET MESURE 97 – 2018 - 2019



Science des données et industries créatives

Jean-Robert Bisailon

Le 5 mars 2018

[https://app.cyberimpact.com/newsletter-view-online?ct=KE-DY1uOesqazjXXrTsoKJeFOJbyR9Hr8DtY1QM7Z3xKTMMy84IOsDRawre\\_1ctAAbD-VomNalYa29GFWu46eHg~~](https://app.cyberimpact.com/newsletter-view-online?ct=KE-DY1uOesqazjXXrTsoKJeFOJbyR9Hr8DtY1QM7Z3xKTMMy84IOsDRawre_1ctAAbD-VomNalYa29GFWu46eHg~~)

## RESULTATS

49/57 répondants = taux de réponse de 87%

ABPQ, Action Patrimoine, ADELFI, ADISQ, AELAQ, AGAC, ALQ, AMEQ, AMIC, ANEL, APASQ, APEM, APIH, AQAD, Archéo-Québec, ARCQ, BTLF, CMAQ, COOPSCO, CQAM, CQM, CQPV, CQT, CRC Centre du Québec, CRC Côte Nord, CRC Estrie, CRC Gaspésie, CRC Lanaudière, CRC Laurentides, CRC Laval, CRC Montérégie, CRC Outaouais, CRC Québec, CRC Saguenay-Lac-St-Jean, Culture Montréal, En Piste, FTCAQ, Les arts et la Ville, Les Libraires, RAAV, RAIQ, RCAAQ, RED, RÉSEAU BIBLIO, RIDEAU, RQD, SMQ, SPACQ, UNEQ.

## INTRODUCTION

En amont de la reprise le 2 mars 2018, du mandat de réalisation de la Mesure 97 du Plan culturel numérique du Québec par le Ministère de la Culture et des Communications, Compétence Culture a mandaté Jean-Robert Bisailon de Méta-D en janvier 2018 afin de réaliser un pré-diagnostic et un diagnostic qualitatif des besoins des regroupements et associations du secteur de la culture, quant à leur capacité à intégrer un plan stratégique numérique dans leurs demandes de renouvellement des subventions au fonctionnement pour les années 2018-2019 ou 2019-2020.

Un sondage a été lancé en février 2018, articulé autour de l'usage des outils *Cyberimpact*, *Google Slides* et *Google Forms*. Le sondage se présente sous une facture différente puisqu'il est très bref et segmenté selon quatre scénarios de mises en situation permettant le décrochage des répondants en cours d'exercice. Un total de douze questions auxquelles il est possible de répondre en moins de 15 minutes. Cet aspect est important car on constate une certaine usure des participants envers les sondages.

Les quatre scénarios reposent sur le pré-diagnostic effectué par Jean-Robert Bisailon, basé sur le recensement des missions, mandats et activités des organisations ciblées ainsi que de l'examen des fonctionnalités de leurs sites web et des processus appliqués lors des opérations les plus courantes. L'hypothèse de départ était à l'effet que les associations sectorielles font face à un enjeu commun : la *mise en place de mécaniques de gestion intégrées de leurs processus* ou planification des ressources intégrée. Autour de cette hypothèse, quatre *Cadrans* d'un même tableau de bord ont permis de sonder leur progrès sur les *enjeux d'interopérabilité* de leurs processus de (1) gouvernance, (2) comptabilité, (3) services aux membres et (4) communications (internes et externes).

Le sondage fut un moment privilégié par les associations et les regroupements de prise de conscience et de formation informelle sur certains enjeux. Les associations et les regroupements ont tendance à ne considérer que certains aspects davantage visibles des impacts du numérique. Les résultats permettent d'affirmer que près de 30% des regroupements possèdent des actifs en ligne conséquents ou savent où leurs efforts doivent porter, de 50% à 70% négligent néanmoins des segments cruciaux d'un développement optimal sur les réseaux numériques. 70% des regroupements admettent souhaiter requérir à des aides extérieures pour réaliser leurs plans stratégiques numériques futurs.

Jean-Robert Bisailon - <https://about.me/jrbisailon>  
5 mars 2018

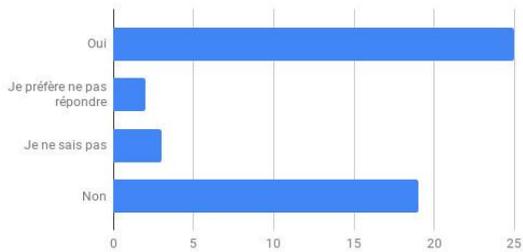
**MISE EN SITUATION A | Renouvellement-adhésion** : (Comptabilité et ventes) : *Je suis membre, mais je ne sais pas si mon adhésion est en règle. Je ne suis plus en règle, mais je n'ai pas reçu de rappel. Je ne sais pas quand mon adhésion se termine, mais je veux payer ma cotisation...*

**Q1 - Mes adhérents ont-ils tous un nom de fournisseur dans mon logiciel comptable?**

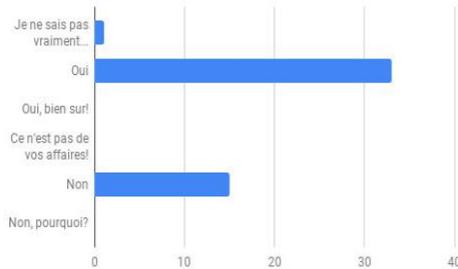
**Q2 - Mes adhérents sont-ils manuellement ou automatiquement ajoutés à un gestionnaire des envois de courriels? (choix multiples)**

**Q3 - Lorsque j'envoie un courriel à mes membres, contient-il toujours au moins un hyperlien?**

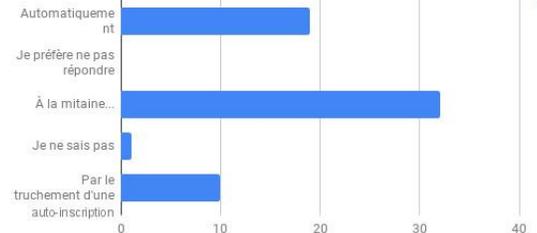
Mes adhérents ont-ils tous un nom de fournisseur dans mon logiciel comptable?



Lorsque j'envoie un courriel à mes membres, contient-il toujours au moins un hyperlien?



Mes adhérents sont-ils manuellement ou automatiquement ajoutés à un gestionnaire des envois de courriels? (choix multiples)



### Compétences sondées :

#### Tenue de livres et logiciels transactionnels

22/49 n'ont pas encore intégré leurs adhérents à la base de données comptable (ou ne savent pas s'ils l'ont fait...) et près de la moitié ne peuvent donc pas ajouter automatiquement ceux-ci à un gestionnaire d'envois et de **relance automatisée (ERP-CRM)** de la facturation et des adhésions.

#### Adhésions, automation des listes d'envois / Communications internes (adhérents, employés, administrateurs)

Bien qu'il soit très opportun d'ajouter des gens manuellement ou par le truchement d'une balise d'auto-inscription à un logiciel de gestion des courriels, on constate que 6/25 de ceux qui ont une comptabilité intégrée, n'ont pas de mécanique qui permette d'ajouter automatiquement un adhérent de la comptabilité (25) vers le gestionnaire d'envois (19). C'est un élément important à régulariser. Sur les 32 qui font des ajouts manuels, 25 n'utilisent pas d'autres modes d'adhésion aux listes d'envois. Il faut donc songer à l'implantation de **greffons de type Sendgrid chez près de la moitié des groupements.**

15/49 ne placent pas de liens dans les courriels (Q3) , c'est très une mauvaise pratique qu'il faut enrayer puisqu'elle ne permet pas de savoir avec certitude si les destinataires ont consulté le message. Cela nous

indique que la **lecture statistique** des interactions est lacunaire, au moins partiellement, chez **(est un besoin pour) près du tiers des regroupements**. Nous projetons que *Google Analytics* est peu consulté.

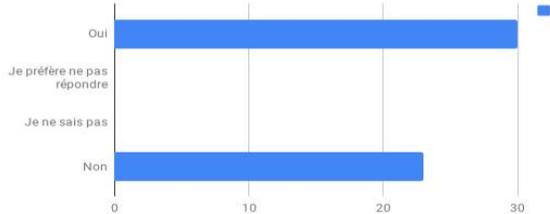
Mise en situation B | **Ma fiche membre** : Services aux membres) : *Je choisis de renouveler mon adhésion à mon association parce que ma fiche de membre est riche, modifiable et apparaît dans les résultats de Google.*

**Q4 - Nos membres ont accès à un espace personnel et professionnel dans lequel ils peuvent éditer du contenu sur le site de notre regroupement/association?**

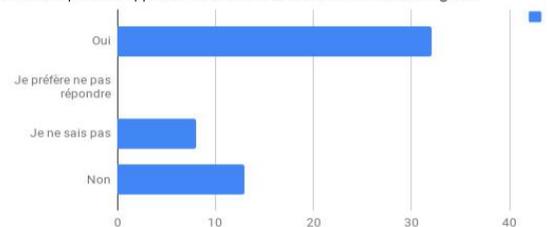
**Q5 - La fiche signalétique des membres de notre regroupement/association publiée dans notre répertoire apparaît dans les résultats de recherche en ligne?**

**Q6 - Il est possible de réserver et payer son inscription en ligne pour un événement organisé par notre regroupement/association?**

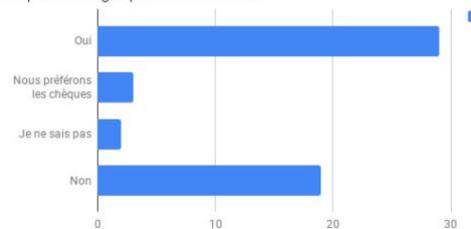
Nos membres ont accès à un espace personnel et professionnel dans lequel ils peuvent éditer du contenu sur le site de notre regroupement/association?



La fiche signalétique des membres de notre regroupement/association publiée dans notre répertoire apparaît dans les résultats de recherche en ligne?



Il est possible de réserver et payer son inscription en ligne pour un événement organisé par notre regroupement/association?



#### **Compétences sondées :**

**Répertoire des membres, promotion, découvrabilité. ouverture des données, balises Schema.org Galas, événements, assemblées annuelles**

Avec près de 22 répondants qui n'offrent pas de profils actualisables pour et par leurs membres (Q4), nous soulignons qu'au-delà du besoin de se doter d'une stratégie numérique, **nombreux sont les regroupements qui ont toujours besoin d'un site Internet de base.**

Sur la question Q5 – nous avons choisi de faire une vérification sur les dires des répondants en effectuant des recherches sur les moteurs du consortium *Schema.org* et sur le moteur neutre *Duck Duck Go*. Une vérification sommaire démontre que face à cette question, le milieu est mal à l'aise avec l'idée que leurs portails soient déficients lorsque vient le moment de **promouvoir le travail de leurs membres**. Si un lien apparaît parfois dans les résultats (fréquemment en seconde page), rares sont les exemples où un graphe automatique de connaissance, qui renvoie au regroupement du membre, est proposé à l'internaute. C'est là un chantier lié à l'exploitation des annotations sémantiques qu'il faut mettre en œuvre.

Avec près de 20 répondants qui n'offrent pas le règlement d'activités par **méthode transactionnelle en ligne**, un coup de barre majeur est à donner. Un tel coup de barre est de nouveau assimilable à un besoin de base pour des outils en ligne plus performants.



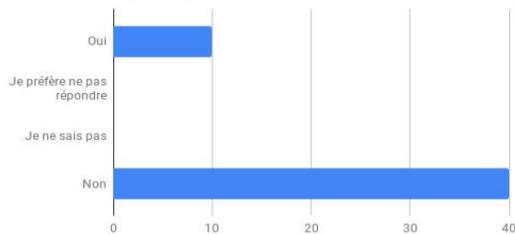
Mise en situation C | **Convocation à l'AGA** : Gouvernance) : *Chers administrateurs, nous tenons une assemblée générale annuelle de nos membres le 1 avril prochain, cliquez sur le lien qui suit pour consulter l'ordre du jour de la rencontre, les dates, heures et coordonnées pour y assister.*

**Q7 - Notre regroupement/association possède un reposoir en ligne sécurisé pour y déposer ses ordres du jour et procès-verbaux?**

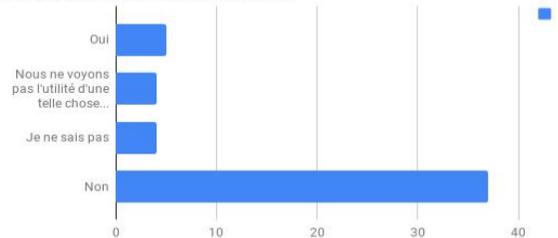
**Q8 - Il est possible de partager un permalien vers la fiche d'un membre en règle qui pose sa candidature comme administrateur?**

**Q9 - Notre association règle elle-même le renouvellement de son nom de domaine auprès d'un registraire ou d'un service d'hébergement?**

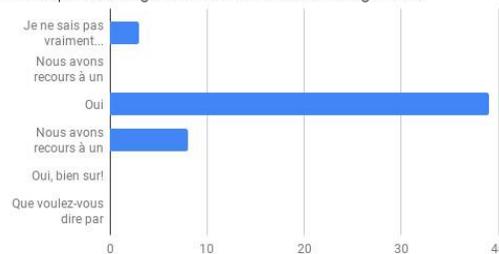
Notre regroupement/association possède un reposoir en ligne sécurisé pour y déposer ses ordres du jour et procès-verbaux?



Il est possible de partager un permalien vers la fiche d'un membre en règle qui pose sa candidature comme administrateur?



Notre association règle elle-même le renouvellement de son nom de domaine auprès d'un registraire ou d'un service d'hébergement?



**Compétences sondées :**

**Gouvernance, statuts et tenue des réunions, actifs Internet (URL, hébergements, CMS)**

Un faille significative est constatée sur le plan de l'usage des TIC en **appui à la gouvernance des organisations**. On constate ainsi **l'absence d'intranet pour consulter les procès-verbaux dans 40 cas sur 47** et presque qu'autant quant à la possibilité de partager la fiche signalétique d'un dirigeant ou adhérent individuel d'un membre qui soumet sa candidature dans une élection. Par exemple, la présidente de Compétence Culture, Mme Christine Bouchard, n'a pas de profil en ligne tant sur le site de Compétence Culture que sur le site de En Piste, regroupement sectoriel dont elle est la directrice générale. Notre partenaire Québec Numérique redirige l'internaute vers le portail états-unien LinkedIn pour en savoir davantage sur son président.

À la question Q9 – il semble qu'encre près de 20% des répondants (9/49) **ne contrôlent pas la propriété** et le renouvellement de leur nom de domaine.

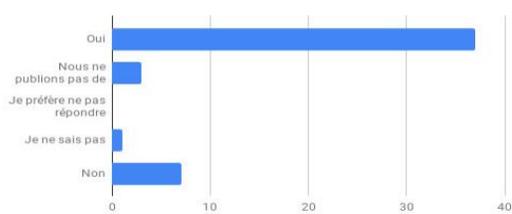
Mise en situation D | **Nous avons élu une nouvelle présidente!** : Communications externes) : *Nous avons élu notre nouvelle présidente! Lire notre communiqué de presse et répondez aux trois dernières questions*

**Q10 - Il est possible de partager un permalien vers chacun de nos communiqués de presse?**

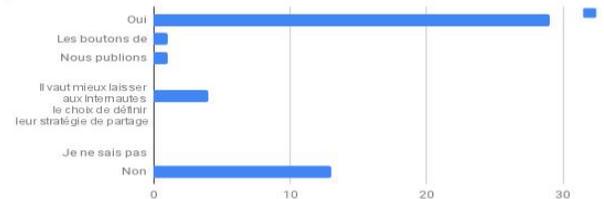
**Q11 - Notre page de communiqués de presse contient des boutons de partage vers les principaux médias sociaux?**

**Q12 - Notre page de communiqués de presse contient un lien vers une photo haute-résolution de notre nouvelle présidente?**

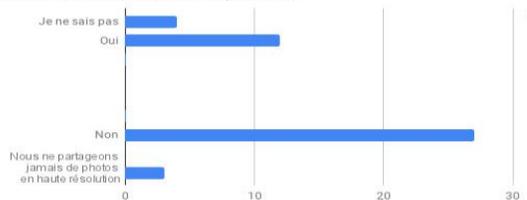
Il est possible de partager un permalien vers chacun de nos communiqués de presse?



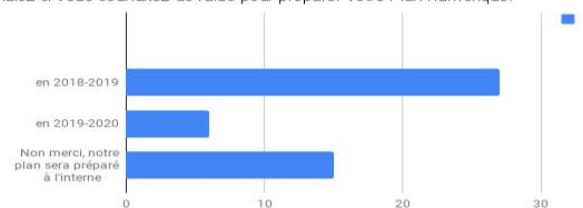
Notre page de communiqués de presse contient des boutons de partage vers les principaux médias sociaux?



Notre page de communiqués de presse contient un lien vers une photo haute-résolution de notre nouvelle présidente?



Pour faciliter nos prochaines communications et vous informer des services, signalez si vous souhaitez de l'aide pour préparer votre Plan numérique:



### Compétences sondées :

**Plan de communications externes (rayonnement, affaires publiques, médias sociaux, publicité en ligne, info-lettres)**

Tel que prévu par Jean-Robert Bisailon, c'est au chapitre de l'intégration des médias sociaux-numériques dans les communications à l'externe que les lacunes sont le moins grandes. On remarque la présence de boutons de partage liés aux communiqués de presse dans 29/49 des cas.

Par ailleurs, nous voulions aussi sonder la réflexion stratégique mise en œuvre derrière ces présences en ligne. Les médias sociaux-numériques sont un espace de bruits parasites où des efforts importants doivent être consentis pour s'assurer d'y émerger. Il faut ainsi faciliter la reprise de nos messages par la communauté et la foule, faciliter l'amplification de notre message. L'absence de photos en haute-résolution associées aux importantes communications des organisations est une faiblesse à ce titre.

Une question du sondage tendait un piège aux répondants afin de savoir si une alternative au partage mécanique des publications par le biais de boutons-sociaux était considérée. Seuls 6 répondants ont affirmé qu'il valait mieux « *laisser aux internautes le choix de définir leur stratégie de partage* ». Rappelons que dans de nombreux cas, les boutons-sociaux de partage automatiques produisent des effets indésirables sur les sites destinataires, comme la disparition des images ou le troncage arbitraire du résumé d'une publication. Nous estimons qu'un plus grand nombre de regroupements aurait pu opter pour un réflexe de responsabilisation de leurs lectorats en ligne. C'est là une faille stratégique.

**Q13 - Pour faciliter nos prochaines communications et vous informer des services, signalez si vous souhaitez de l'aide pour préparer votre Plan numérique :**

Plan 2018-2019 : 27/49

Plan 2019-2020 : 7/49 = 70%

Pas besoin d'aide de votre part : 15/49 = 30%