



RAPPORT GLOBAL

État des lieux opérationnel des diffuseurs franco-canadiens

Préparé par :
Discitus

Préparé pour :
Scènes
francophones et
l'ATFC

Financé par :



Patrimoine
canadien Canadian
Heritage



Ce projet a été rendu possible en partie
grâce au gouvernement du Canada

Table des matières

1	Aperçu des organismes répondants
2	Programmes et services
3	Gestion financière
4	Ressources humaines
5	Communication
6	Marketing
7	Financement
8	Information générale
9	Analyse
10	Recommandations



Aperçu des organismes répondants

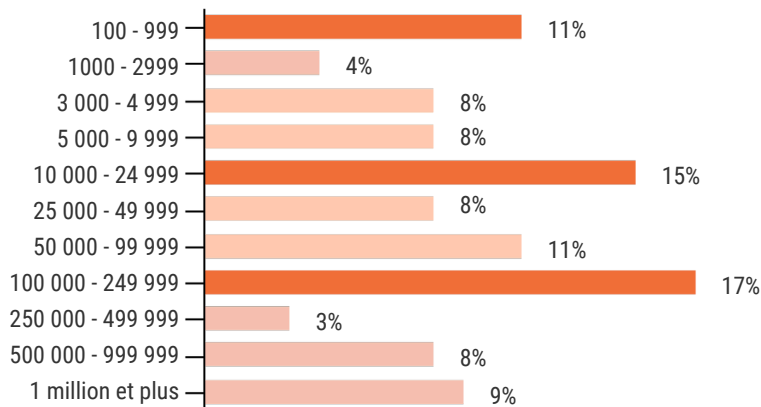


80 organismes ont participé au sondage

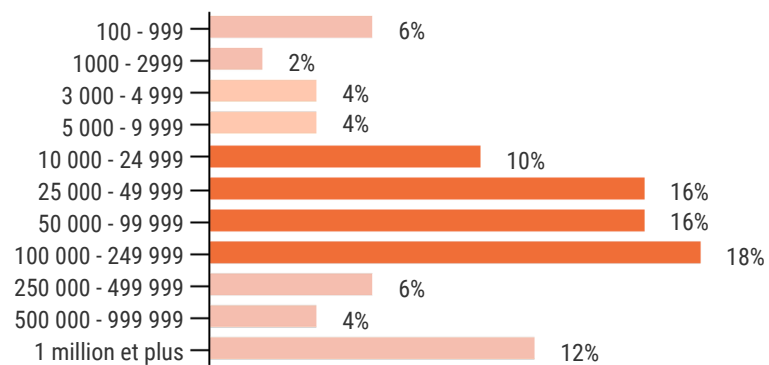
11% des organismes sont des diffuseurs spécialisés en théâtre

89% sont des diffuseurs pluridisciplinaires

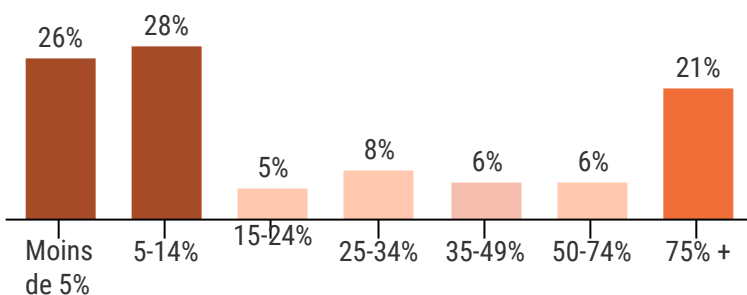
Population approximative de la ville où sont présentés les spectacles



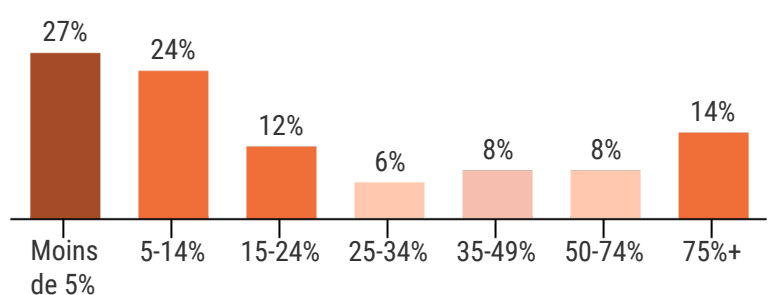
Population approximative de la région où sont présentés les spectacles



Pourcentage de la population qui est francophone (ville)



Pourcentage de la population qui est francophone (région)

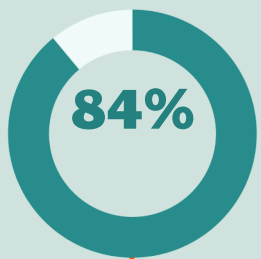




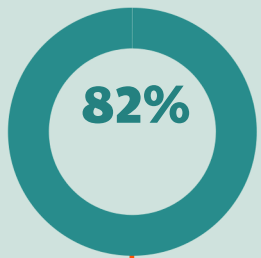
Programmes et services



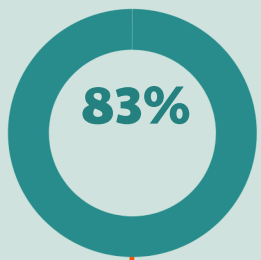
L'expertise en gestion de projets, en administration et en gestion d'événements est présente au sein de l'équipe.



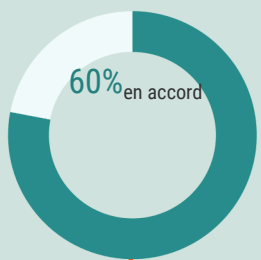
La programmation est développée en consultant toutes les parties prenantes de l'organisation afin d'identifier les besoins, les tendances ainsi que les opportunités.



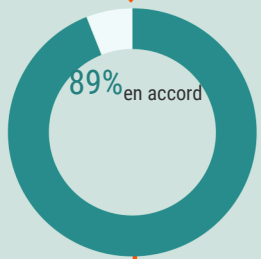
La programmation est en lien direct avec la mission et la raison d'être de l'organisme.



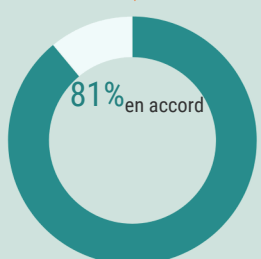
Les programmes et services sont en lien avec les besoins de la communauté desservie.



Les spectacles présentés font l'objet d'un sondage de satisfaction des clients.

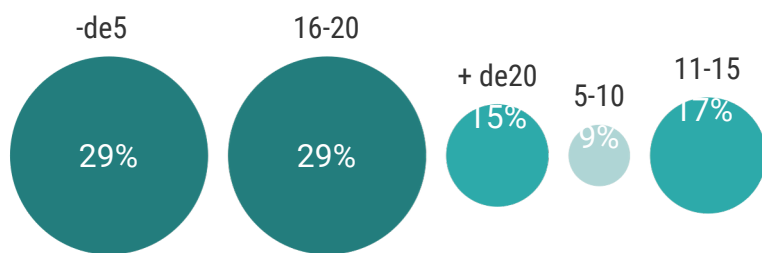


La programmation est variée et inclut des artistes issus de groupes diversifiés.

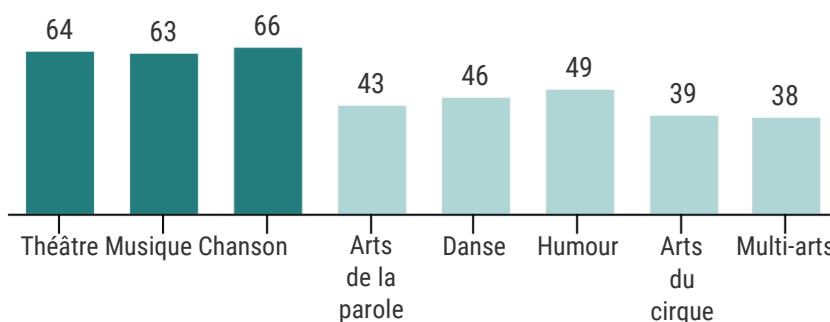


La programmation est évaluée annuellement par l'équipe.

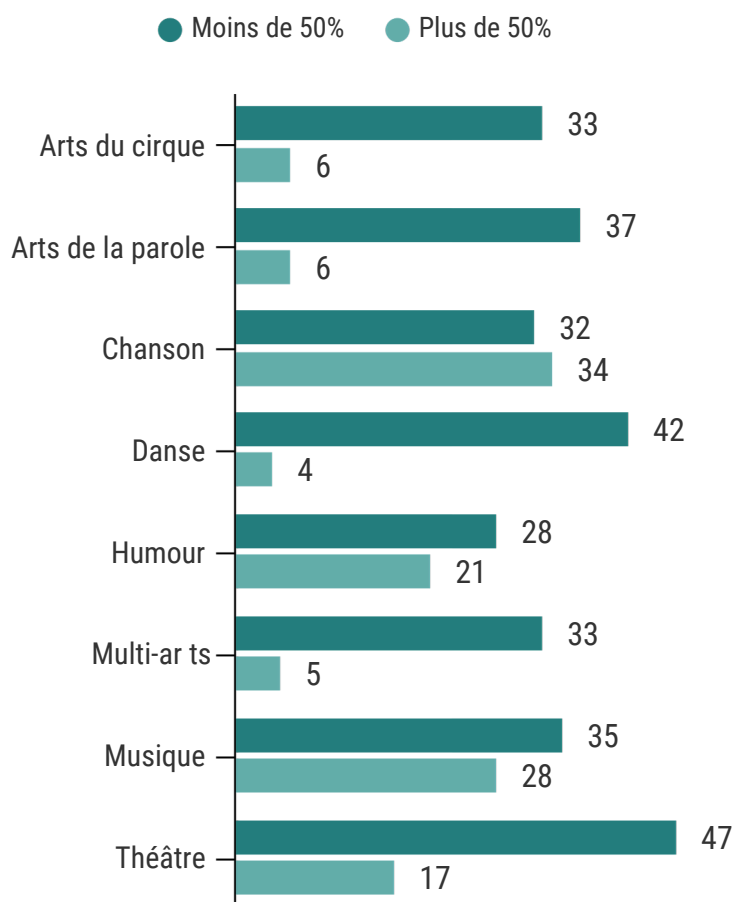
Nombre de spectacles durant la saison régulière



Les disciplines les plus diffusées



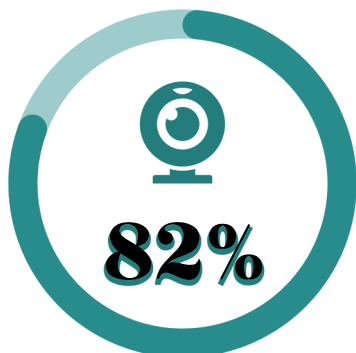
Taux de fréquentation selon les disciplines diffusées



Note : 'En accord' comprend d'accord, fortement d'accord, et extrêmement d'accord.

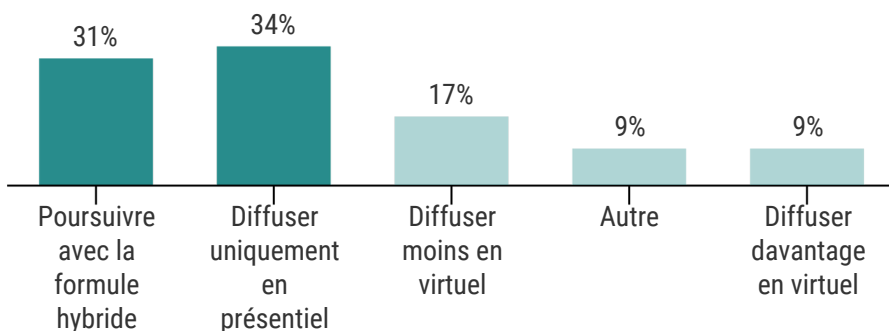


Programmes et services



des organismes ont présenté des spectacles virtuels ou hybrides entre mars 2020 et mai 2021

Plan de diffusion après la pandémie



Êtes-vous propriétaire d'une salle de spectacle ou d'un lieu de diffusion ?

56% Non 44% Oui

Avez-vous une entente ou un partenariat qui vous permet un accès préférentiel à une salle de spectacle ?

30% Non 70% Oui

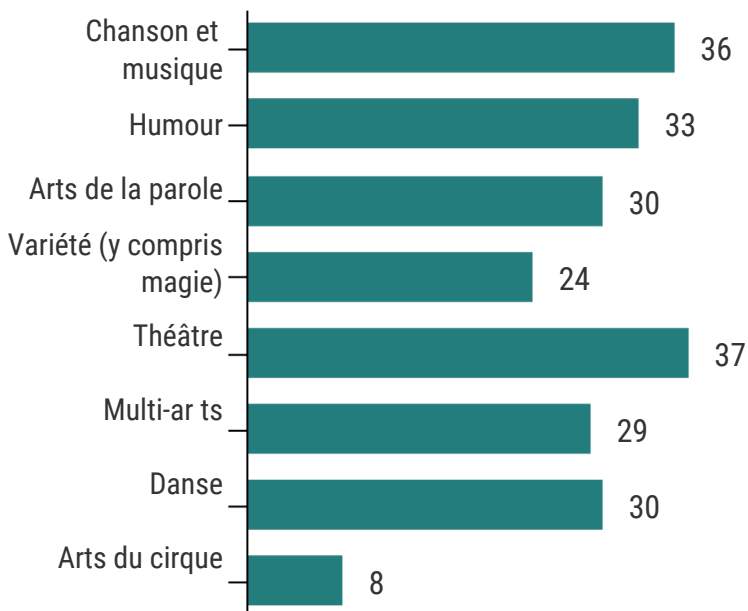
Présentez-vous 100 % de vos spectacles dans votre propre salle ?

53% Oui 47% Non

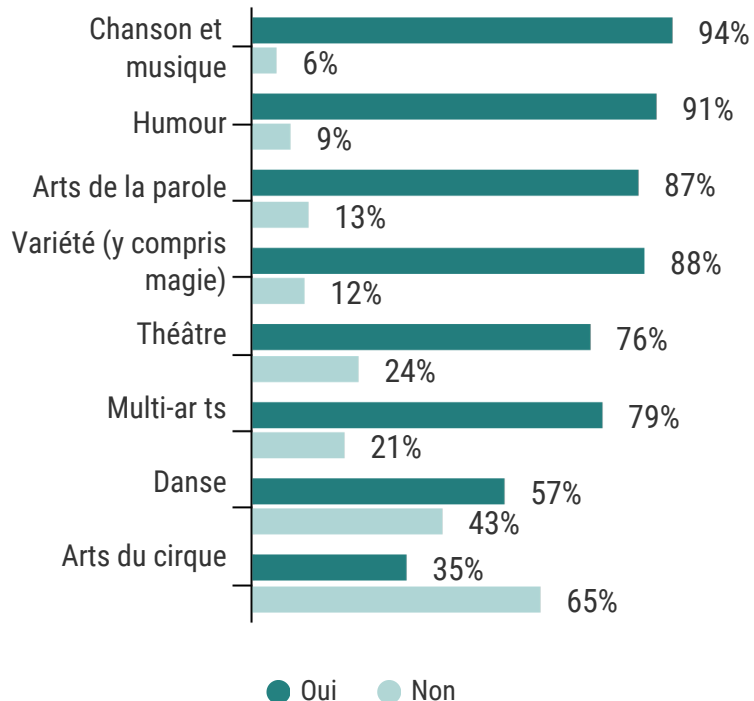
Présentez-vous 100 % de vos spectacles dans la salle à laquelle vous avez un accès préférentiel ?

26% Oui 74% Non

Facilité de location d'une salle par discipline



Facilité de location d'une salle par discipline





Gestion financière

78%

des organismes affirment que l'expertise en gestion financière est présente au sein de l'équipe

95%

des organismes utilisent un système comptable reconnu pour la tenue de livres

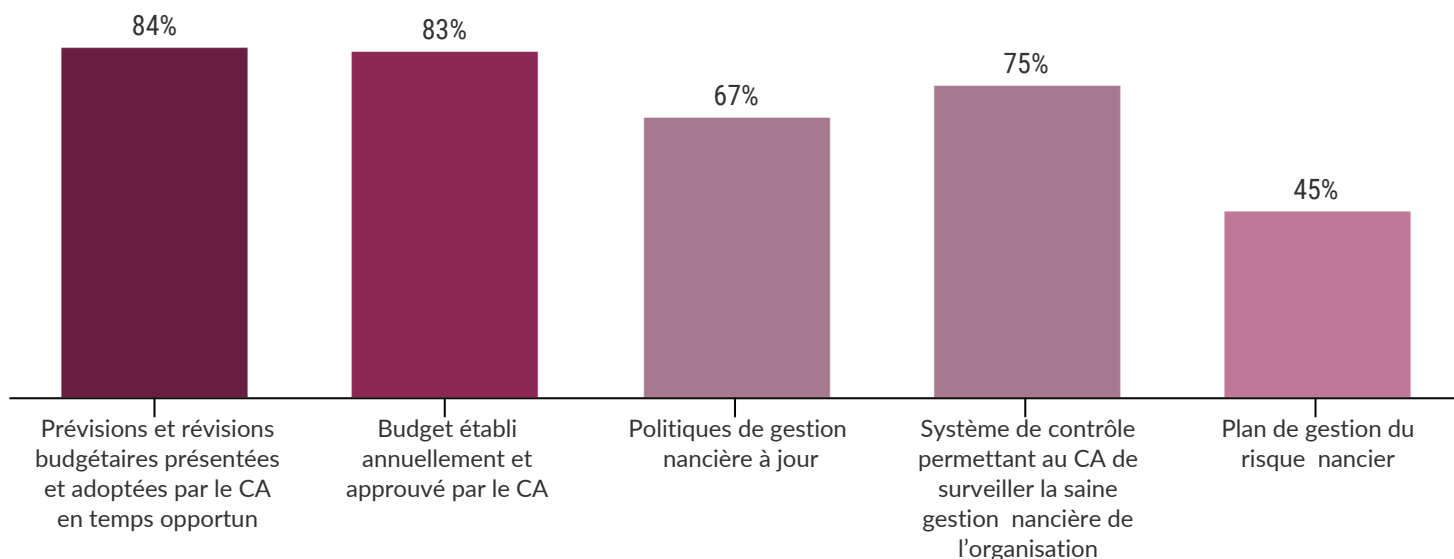
91%

des organismes effectuent un audit ou une mission d'examen annuellement

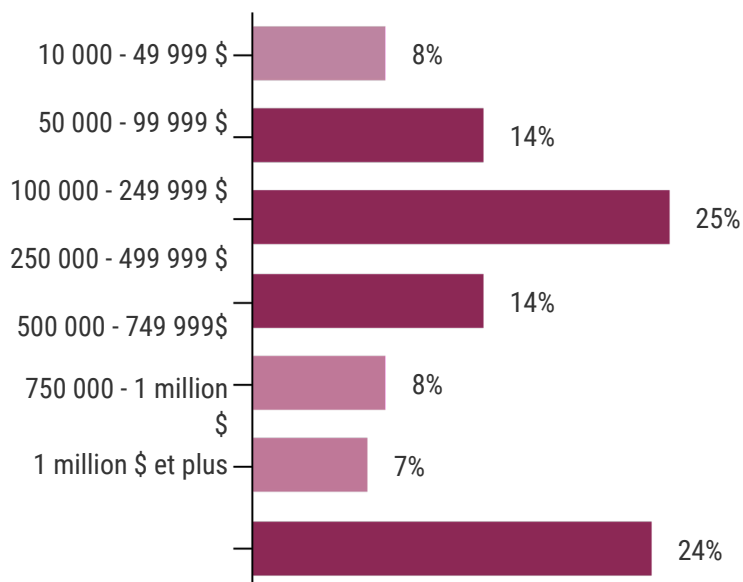
92%

des organismes présentent régulièrement un bilan des revenus et des dépenses au CA ou au comité des finances

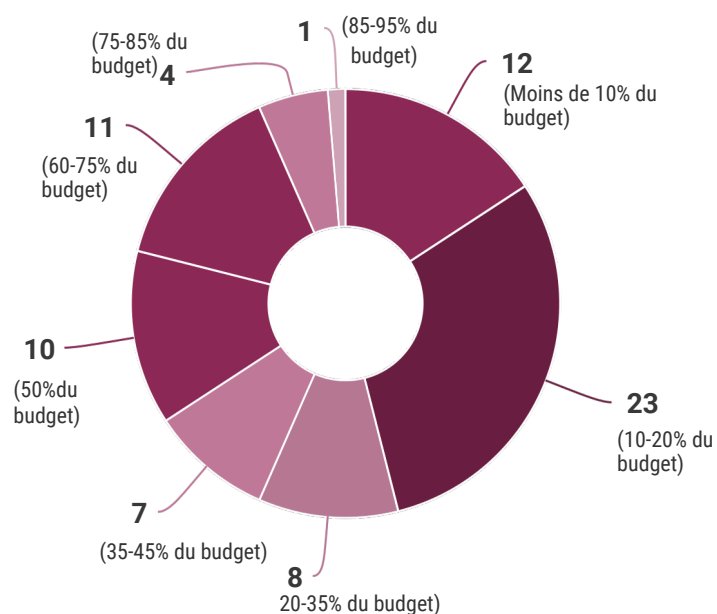
Processus et pratiques de gestion financière utilisés par les organismes



Budget annuel des organismes répondants



Proportion du budget annuel dédiée à la diffusion



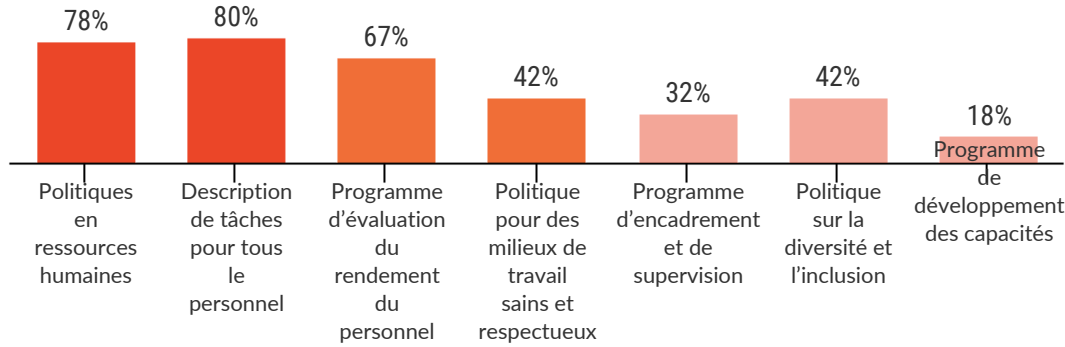


Resources humaines

Outils et pratiques en ressources humaines utilisés par les organismes



des organismes affirment que l'expertise en gestion des ressources humaines est présente au sein de l'organisation



Organisez-vous des activités de valorisation et de remerciement du personnel ?

Est-ce que la direction générale ou l'employé.e principal.e est évalué.e périodiquement, au moins annuellement ou aux deux ans ?

25% Non 75% Oui

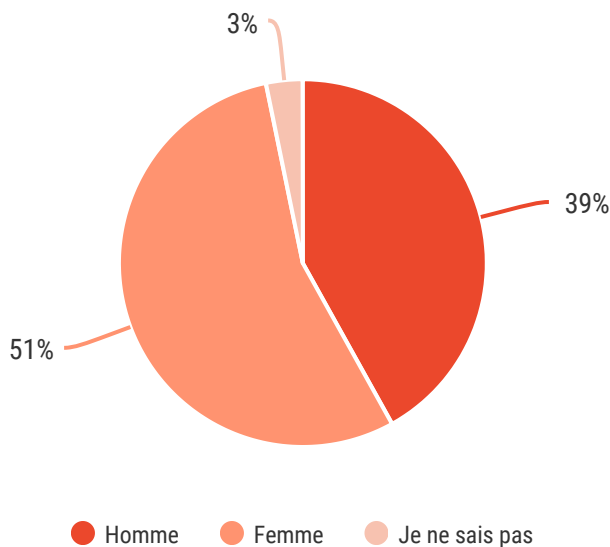
20% Non 80% Oui

Organisez-vous des activités de valorisation et de remerciement des bénévoles ?

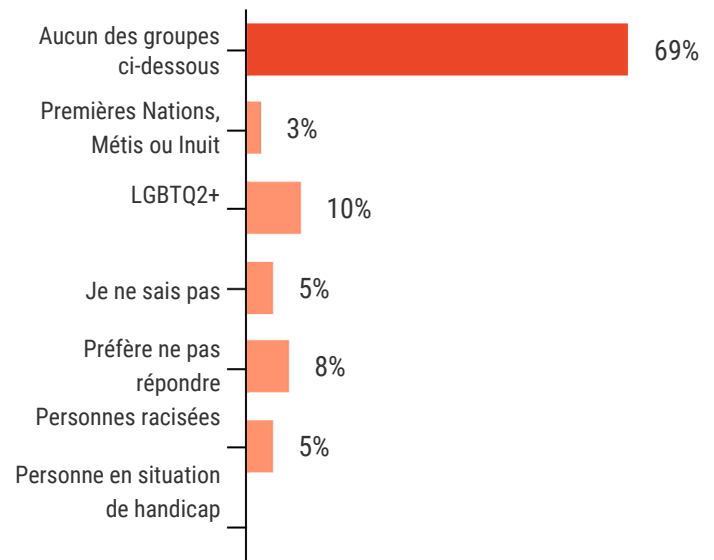
78% Oui 22% Non

87 % des organismes répondants ont un poste de direction générale

Identité de genre



Groupes concernant l'équité





Resources humaines

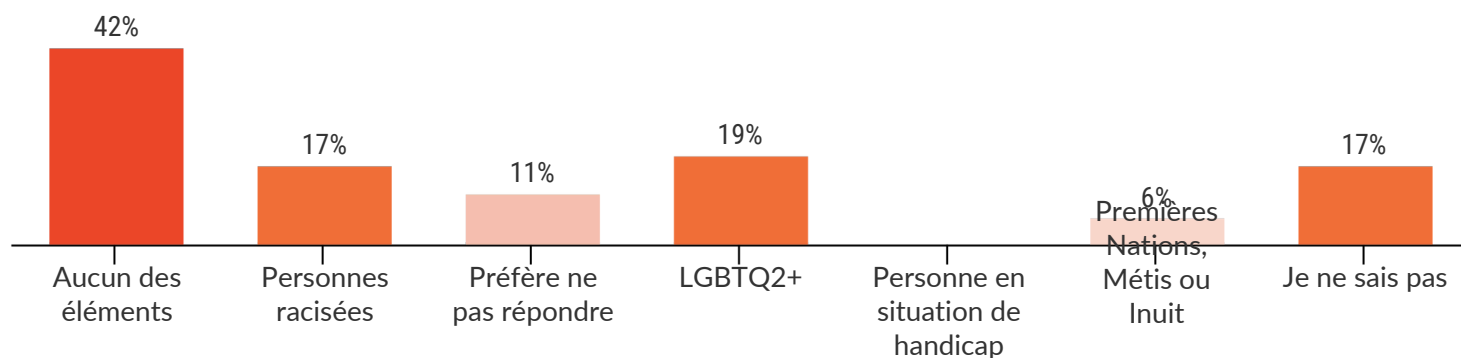


des organismes ont une équipe de direction ou de gestion



86% des organismes répondants ont au moins une personne s'identifiant comme femme dans leur équipe de gestion, tandis que 61% des organismes ont au moins une personne s'identifiant comme homme dans leur équipe de gestion.

Groupes concernant l'équité au sein de l'équipe de gestion



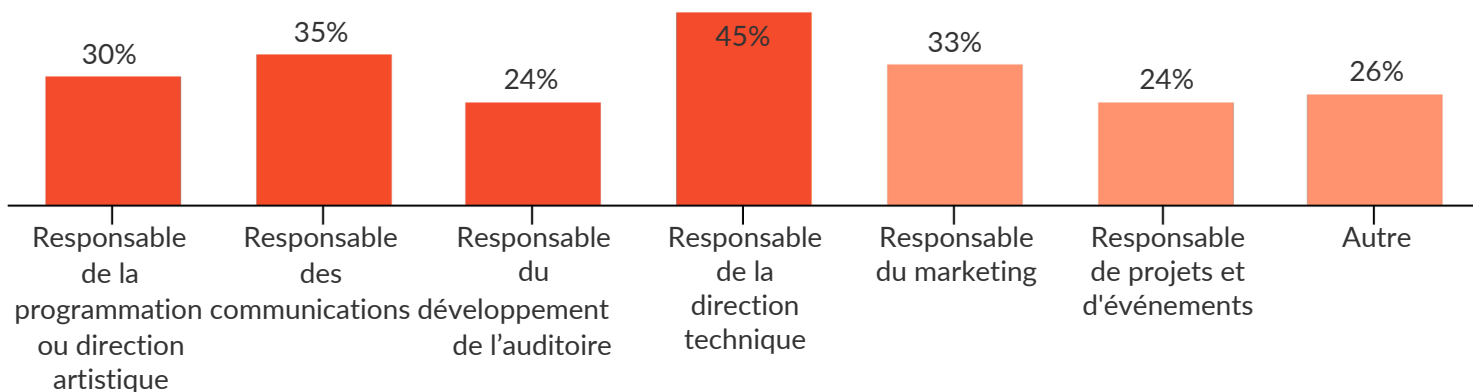
Type de poste occupé par les membres du personnel oeuvrant dans la diffusion

Poste	0	1	2	3 - 5	6 - 10	10 - 20	Plus de 20
Responsable de la programmation ou direction artistique	26%	67	3%	0%	0%	0%	0%
Responsable des communications	34%	61%	5%	0%	0%	0%	0%
Responsable du développement de l'auditoire	74%	26%	0%	0%	0%	0%	0%
Responsable de la direction technique	54%	42%	4%	0%	0%	0%	0%
Responsable du marketing	59%	41%	0%	0%	0%	0%	0%
Responsable de projets et d'événements	49%	49%	2%	0%	0%	0%	0%



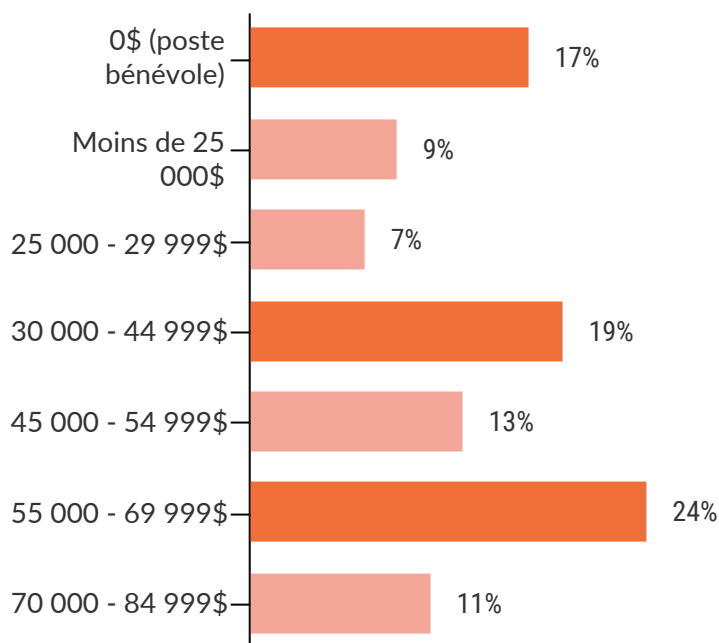
Resources humaines

Pourcentage des membres du personnel ayant fait des études dans le domaine de la diffusion

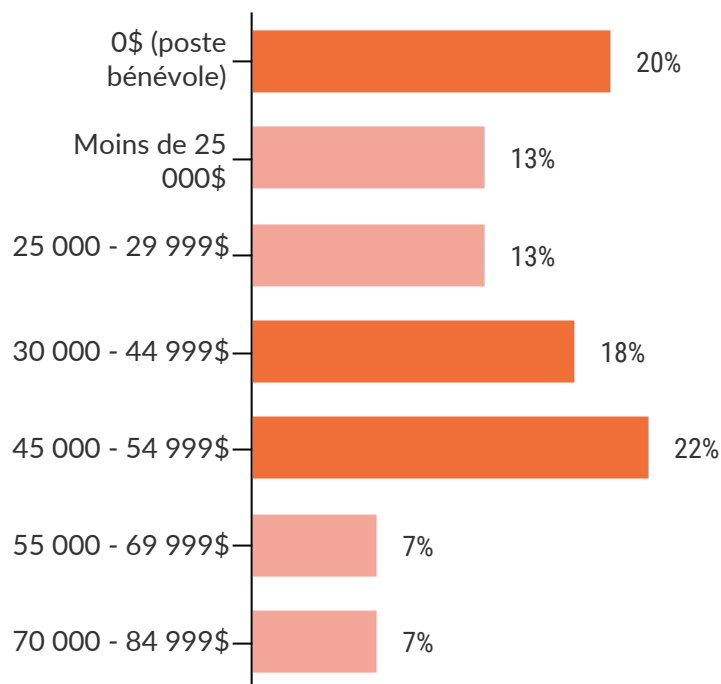


Salaire annuel des membres du personnel oeuvrant dans la diffusion

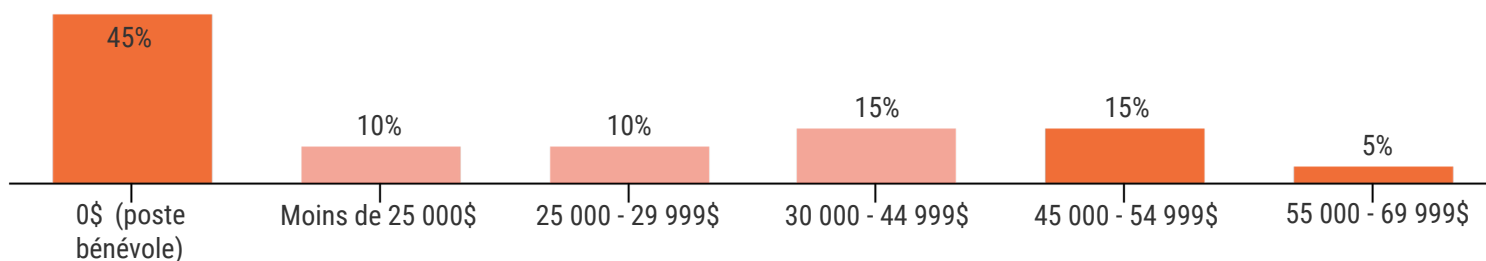
Responsable de la programmation ou direction artistique



Responsable des communications



Responsable du développement de l'auditoire

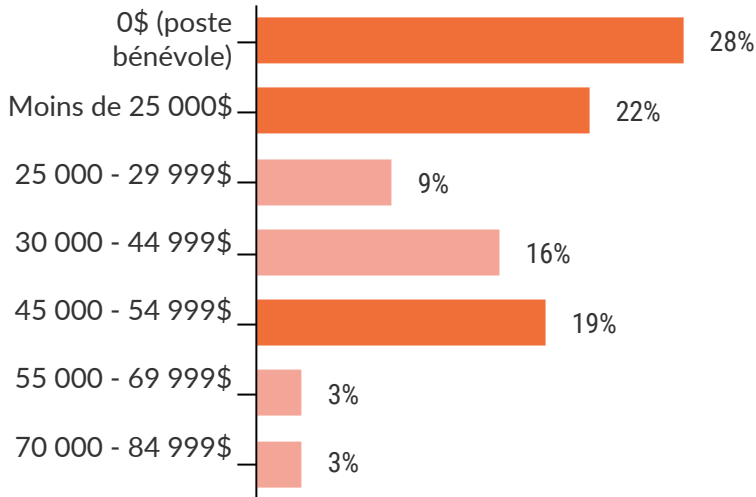




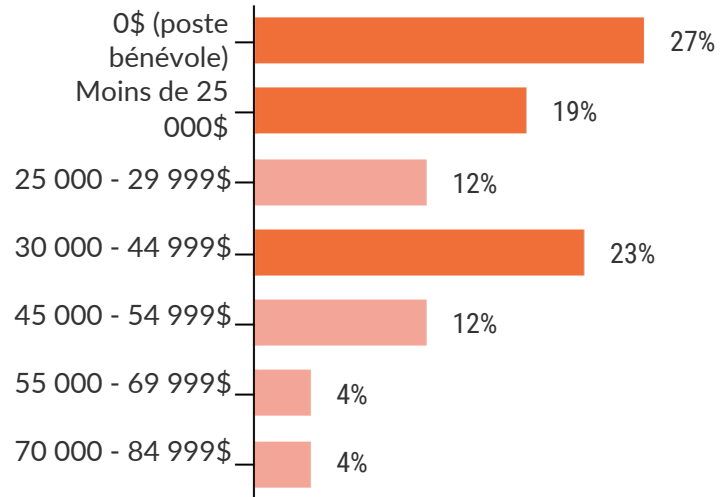
Resources humaines

Salaire annuel des membres du personnel oeuvrant dans la diffusion

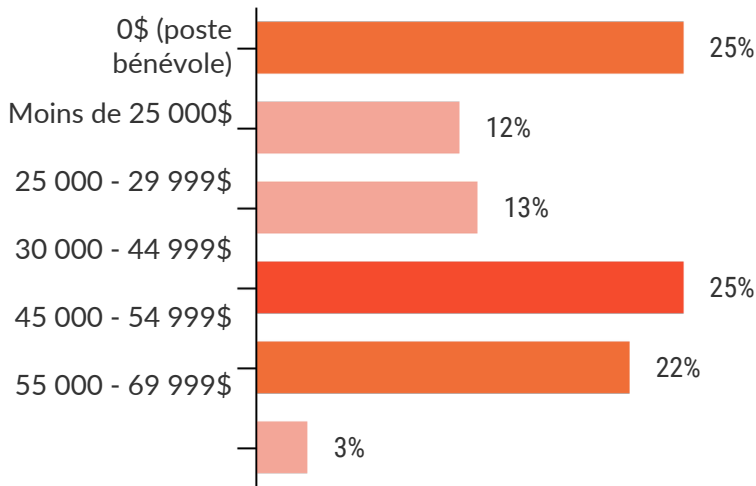
Responsable de la direction technique



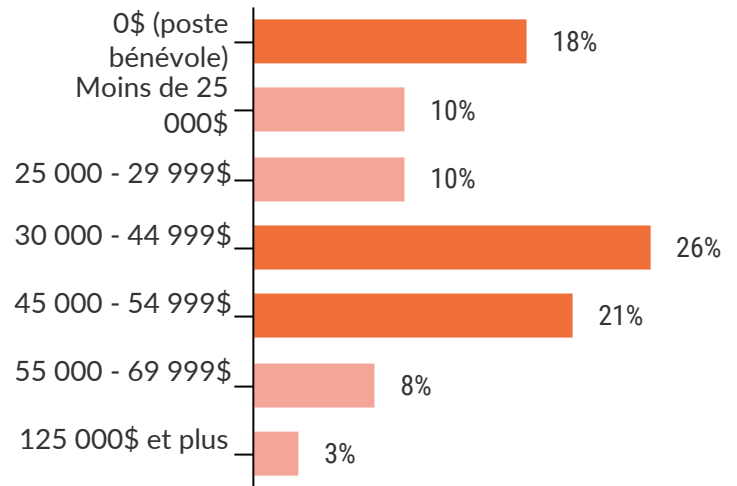
Responsable du marketing



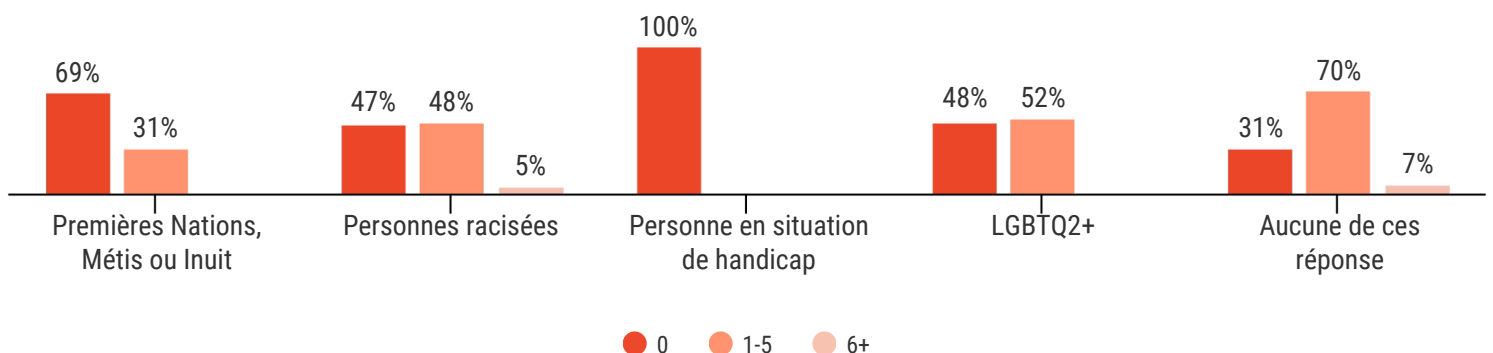
Responsable de projets et d'événements



Autre



Groupes concernant l'équité au sein des membres du personnel oeuvrant dans la diffusion





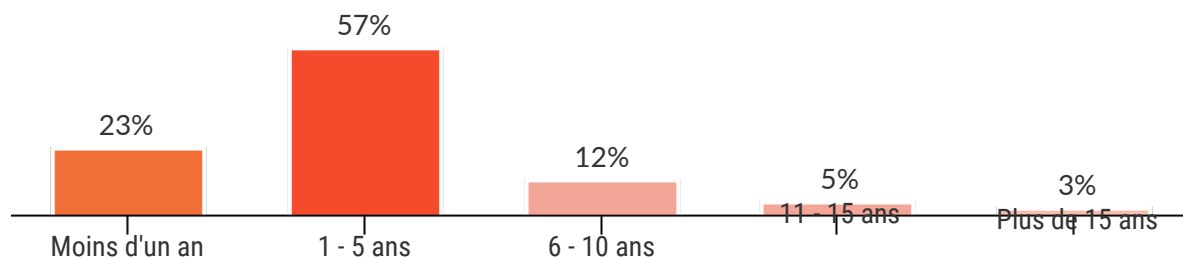
Resources humaines

Identité de genre des membres du personnel oeuvrant dans la diffusion



Nombre d'années en poste des membres du personnel oeuvrant dans la diffusion

En moyenne

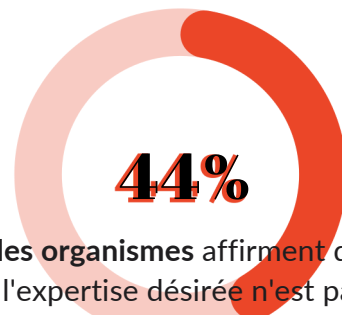
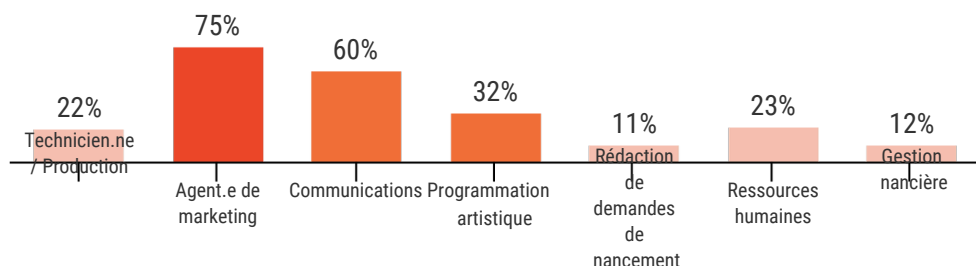


Poste	Moins d'un an	1-5 ans	6-10 ans	11-15 ans	Plus de 15 ans
Responsable de la programmation ou direction artistique	25%	40%	17%	8%	11%
Responsable des communications	28%	44%	16%	12%	0%
Responsable du développement de l'auditoire	35%	35%	18%	12%	0%
Responsable de la direction technique	30%	43%	3%	20%	3%
Responsable du marketing	46%	12%	29%	13%	0%
Responsable de projets et d'événements	37%	43%	13%	3%	3%
Autre	36%	44%	11%	8%	0%



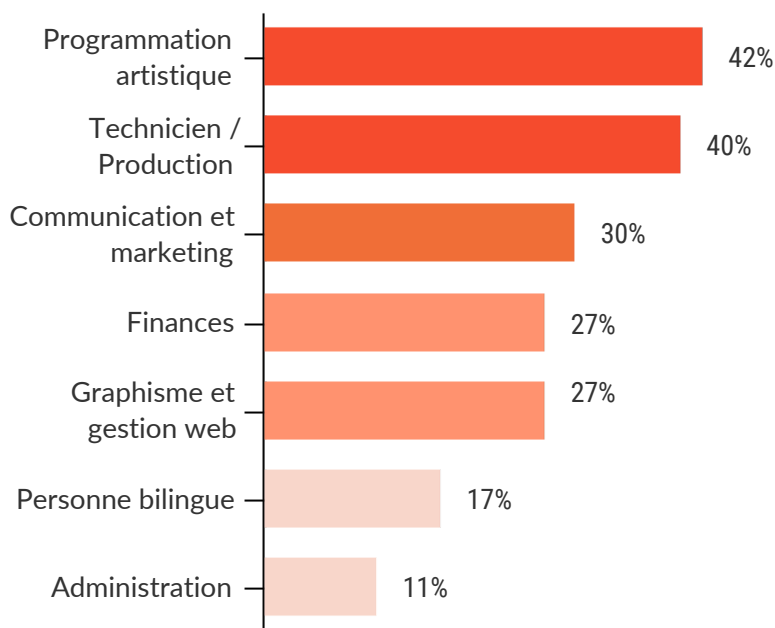
Resources humaines

Expertise non présentement désiréeuse indel'équipe



des organismes affirment que l'expertise désirée n'est pas disponible au niveau local ou régional

Expertise la plus difficile à dénicher



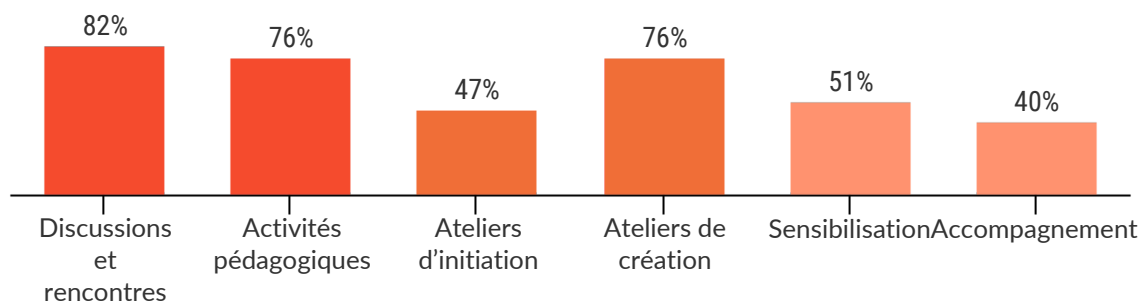
Avoir accès à cette expertise permettrait aux organismes :

- d'améliorer la qualité des spectacles;
- de réduire le coût des services techniques;
- d'avoir une gestion saine de l'organisme;
- d'améliorer la visibilité et la promotion des activités;
- de développer l'auditoire;
- d'effectuer une meilleure gestion du personnel;
- de répondre aux besoins de la communauté;
- d'accéder à plus de fonds;
- de diversifier la programmation;
- de consacrer davantage de temps à la programmation artistique;
- d'augmenter le nombre de spectateur.trice.s; et
- de présenter plus de spectacles.

La médiation culturelle

Type d'activités ou de projets en matière de médiation culturelle

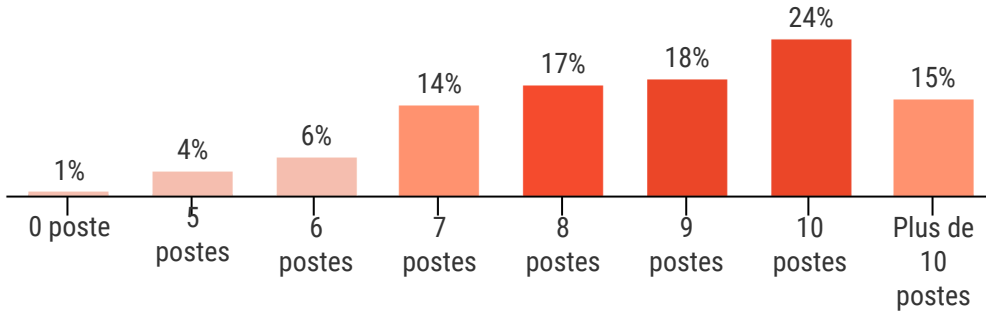
69%





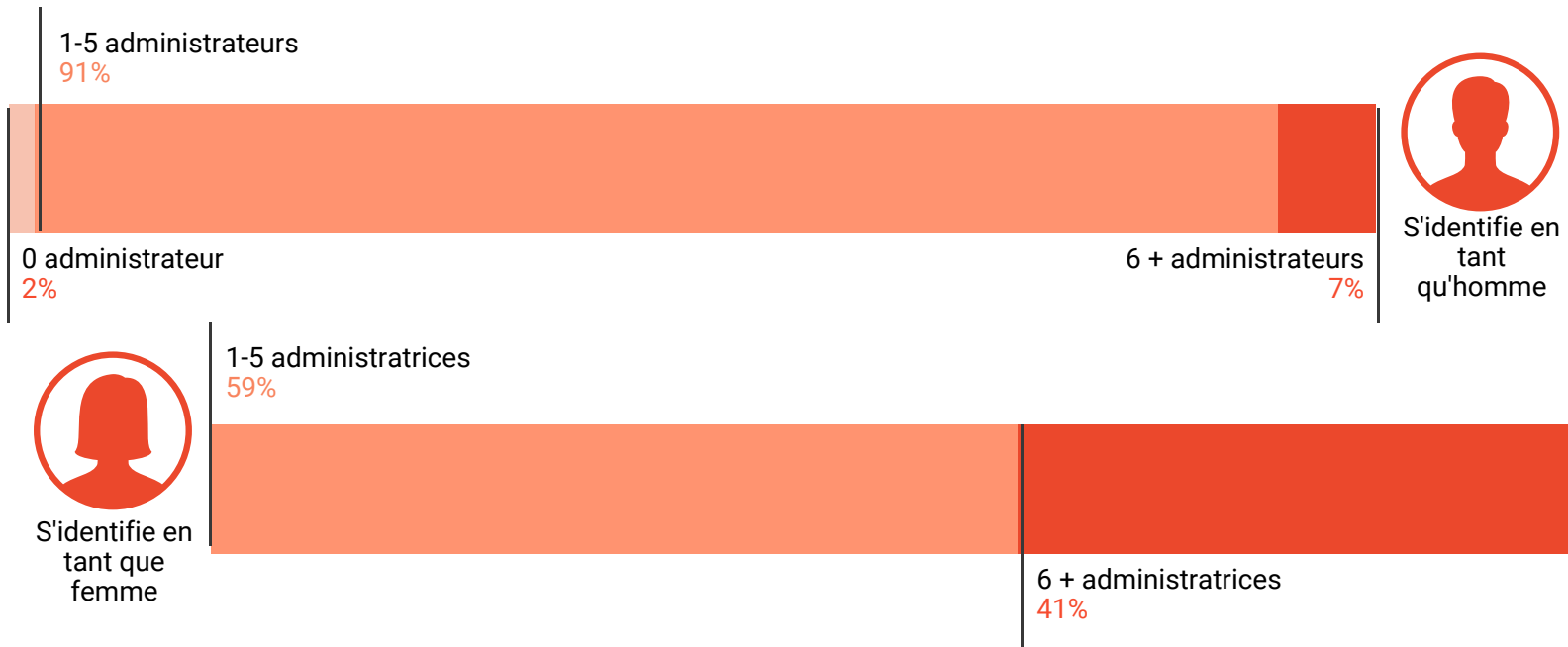
Resources humaines

Nombre d'administrateur.trice.spouvantsiégerauCA

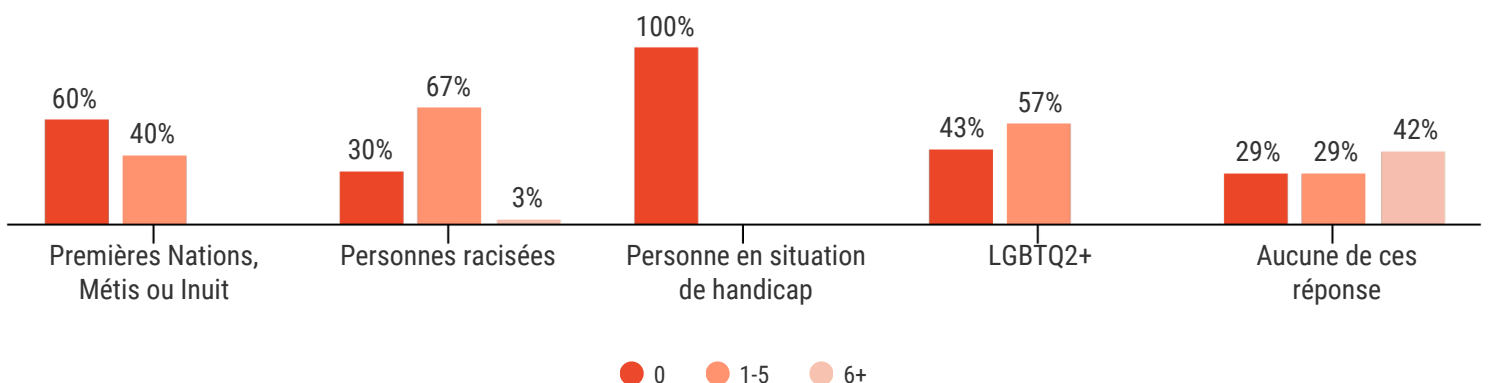


En moyenne, 86% des postes sont comblés au sein des organismes

Identité de genre des administrateur.trice.s



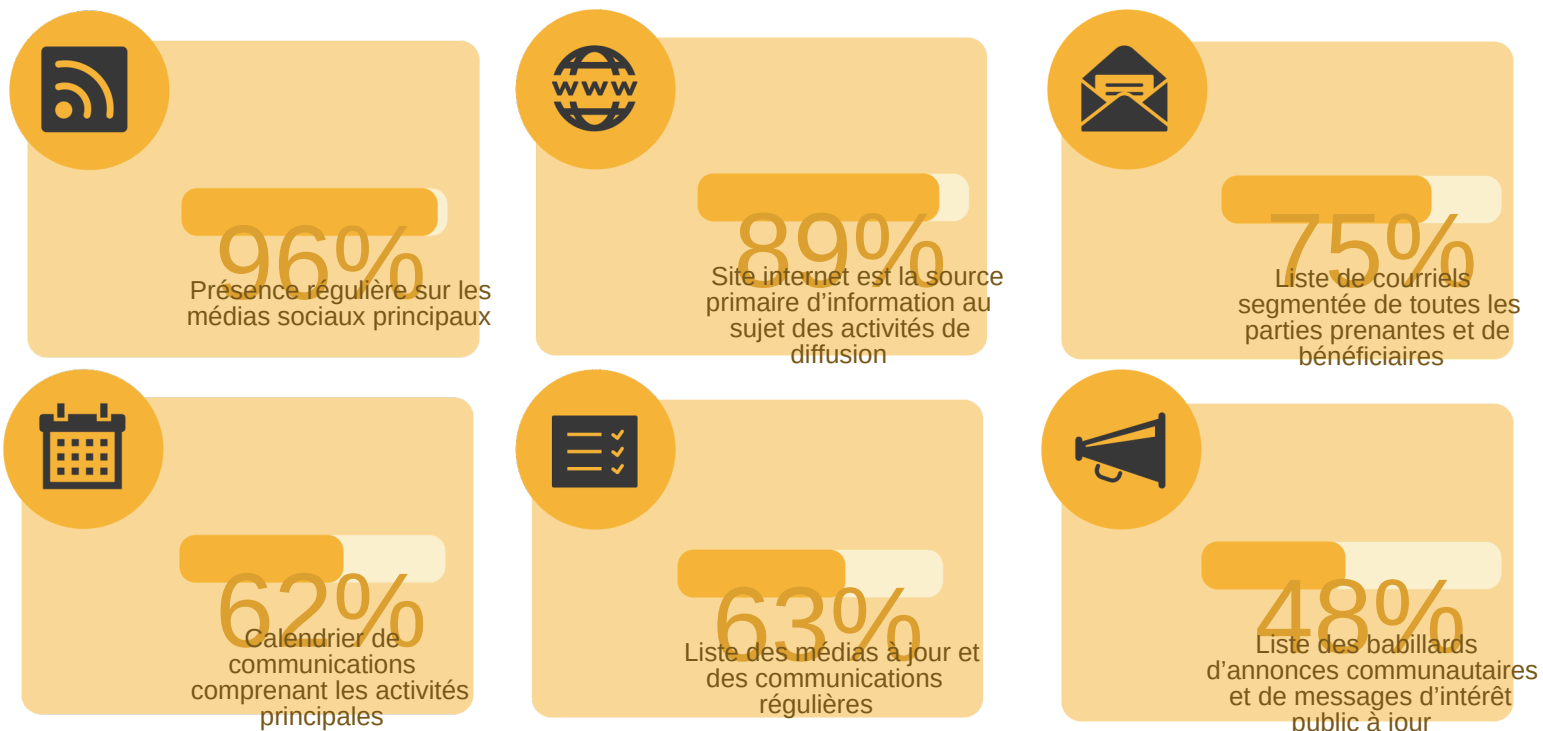
Groupes concernant l'équité au sein du conseil d'administration



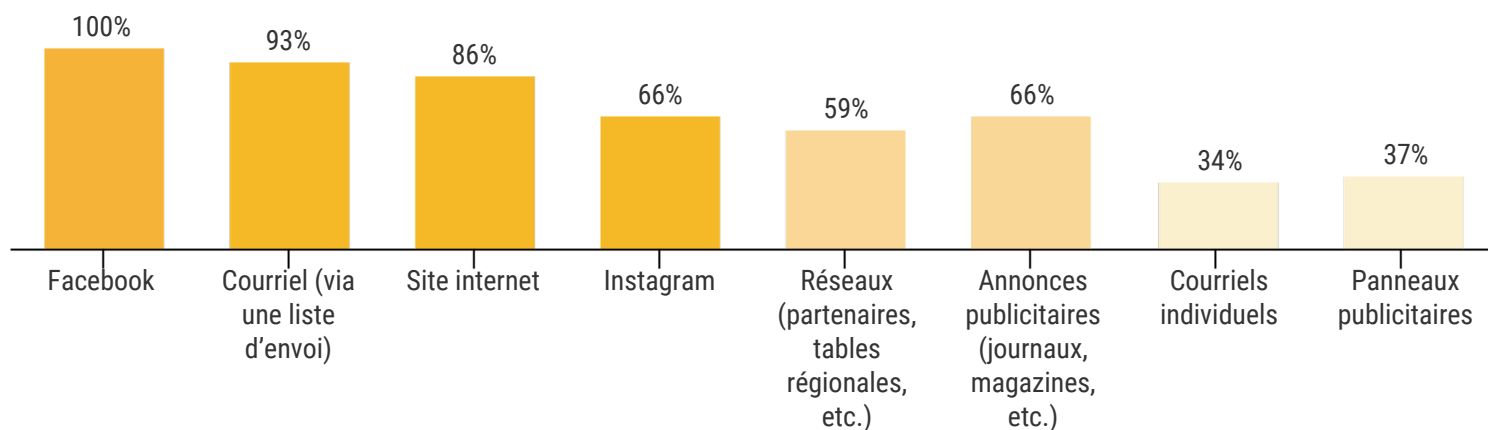


Communication

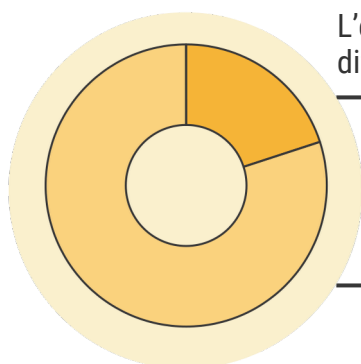
Outils et mécanismes de communication utilisés par les organismes



Les principaux véhicules de communication au sein de l'organisme



L'efficacité et l'impact des communications liées à vos activités de diffusion sont surveillés.



En désaccord

20%

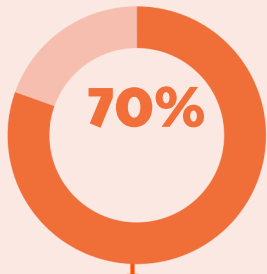
En accord

80%

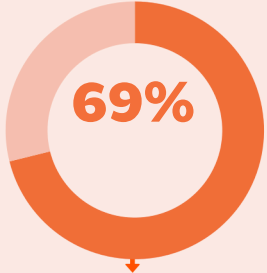
Note : 'En accord' comprend d'accord, fortement d'accord, et extrêmement d'accord.



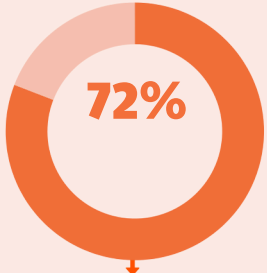
Marketing



L'expertise en marketing est présente au sein de l'équipe.



Des outils pour mesurer les résultats des campagnes de marketing sont en place.



Le réseau de partenaires de l'organisation est utilisé afin de soutenir l'effort de vente.

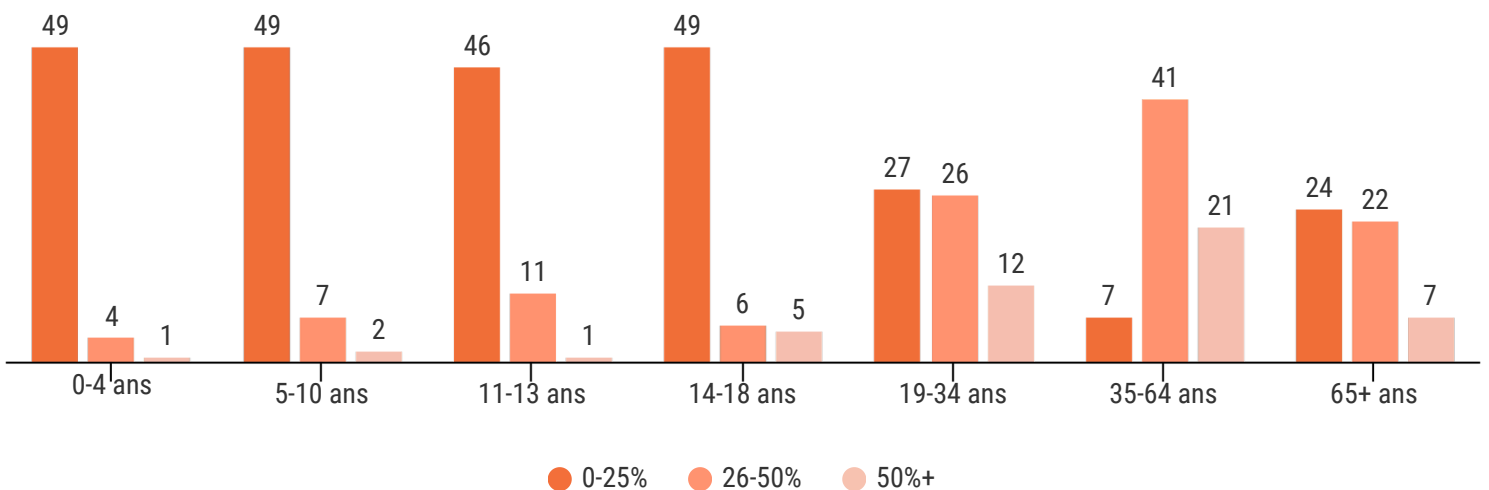


79%

des organismes offrent à leur clientèle la possibilité d'acheter des billets de spectacles

Note : 'En accord' comprend d'accord, fortement d'accord, et extrêmement d'accord.

Pourcentage des activités de diffusion qui touchent les publics cibles



Ce diagramme indique, par exemple, que sur les 71 organismes répondants 49 présentent 0-25% de leurs activités de diffusion au public cible de 0 à 4 ans.

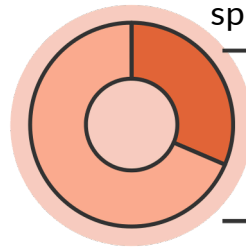
Difficulté de rejoindre un public cible

Selon les organismes répondants, les publics de 14-18 ans et de 19-34 ans sont les plus difficiles à rejoindre, suivi respectivement par les publics âgés de 11-13 ans et de 0-4 ans.



Marketing

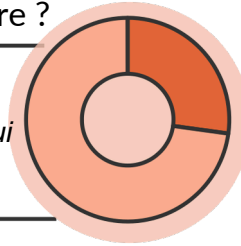
Avez-vous déjà déposé une demande de subvention spécifique pour le développement d'auditoire ?



28% *Oui*

72% *Non*

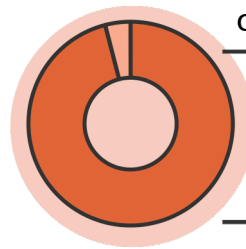
Connaissez-vous des programmes de subvention spécifiques pour le développement de l'auditoire ?



75% *Non*

25% *Oui*

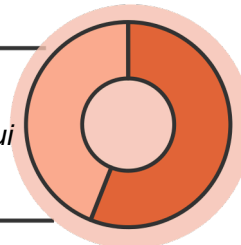
Aimeriez-vous développer ou parfaire vos capacités en développement d'auditoire ?



96% *Oui*

4% *Non*

Dans le passé, avez-vous coordonné (ou coordonnez-vous actuellement) des activités de développement d'auditoire ?

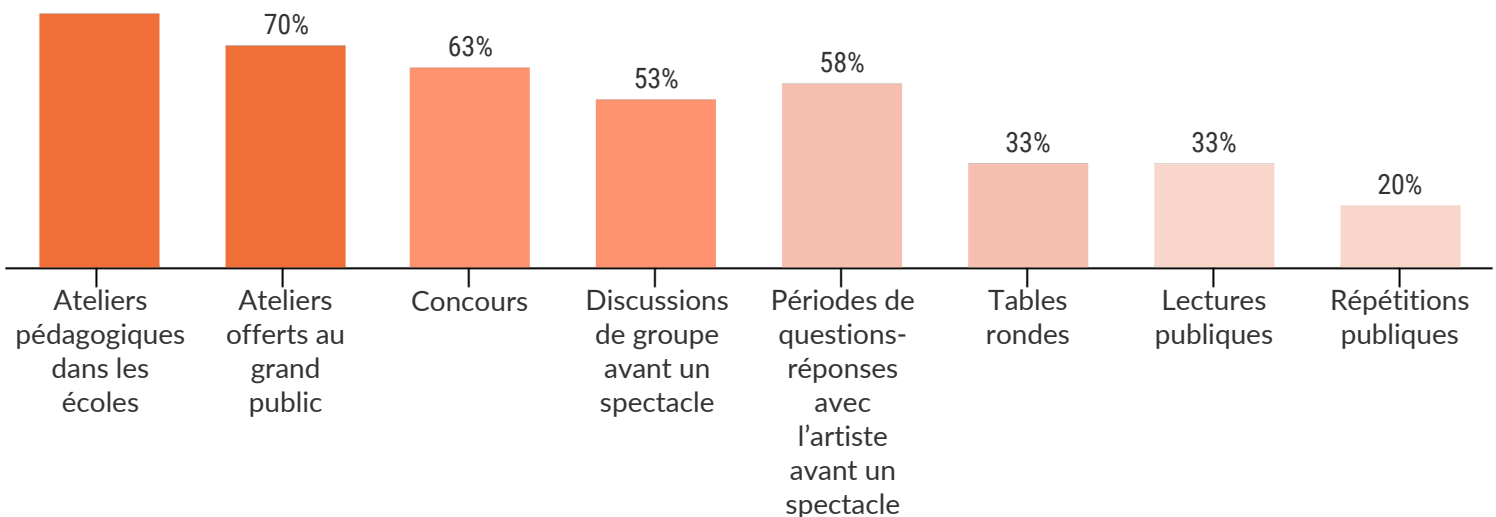


44% *Non*

56% *Oui*

Type d'activité de développement de l'auditoire coordonné par les organismes

80%



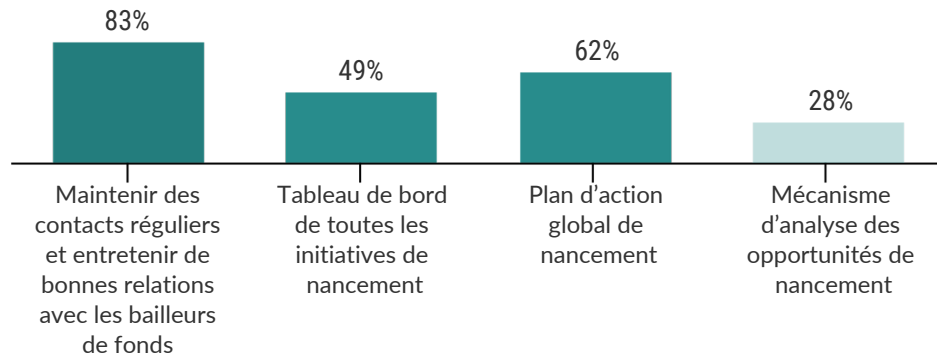


Financement

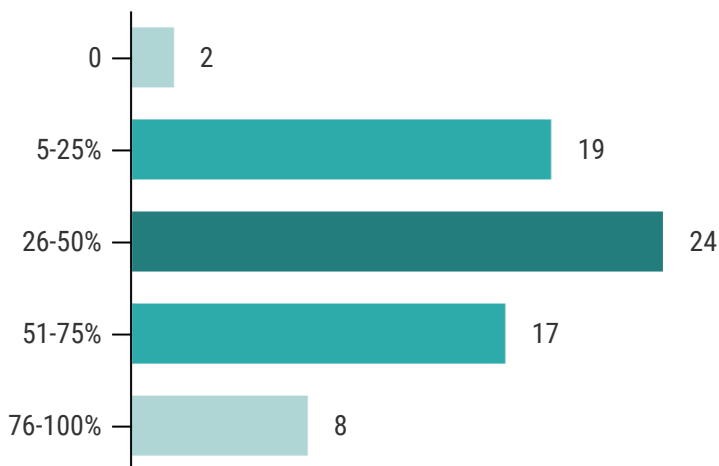


des organismes affirment que l'expertise en prélevement de fonds, en rédaction de demandes de financement et en relations avec les bailleurs de fonds est présente dans l'équipe

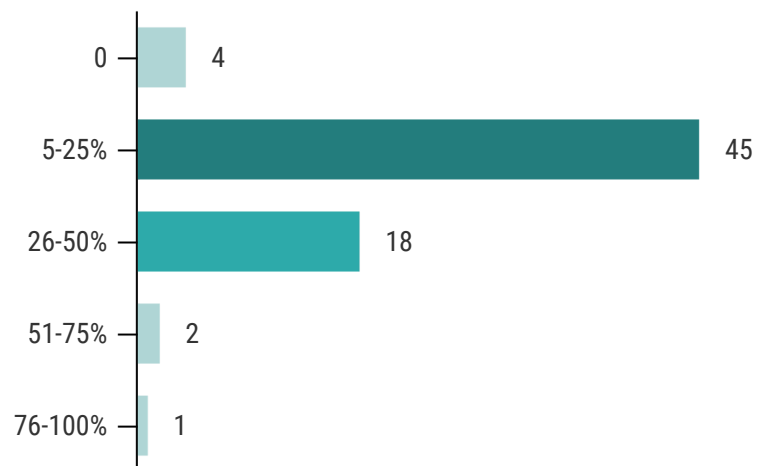
Outils et bonnes pratiques en financement



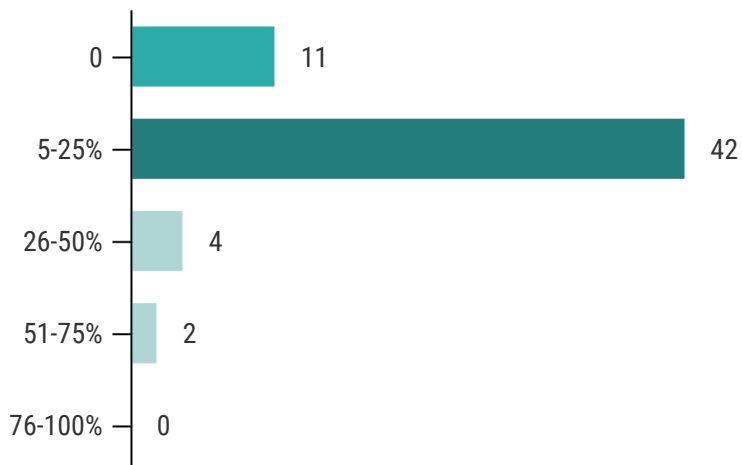
Pourcentage des fonds liés aux activités de diffusion provenant de subventions fédérales



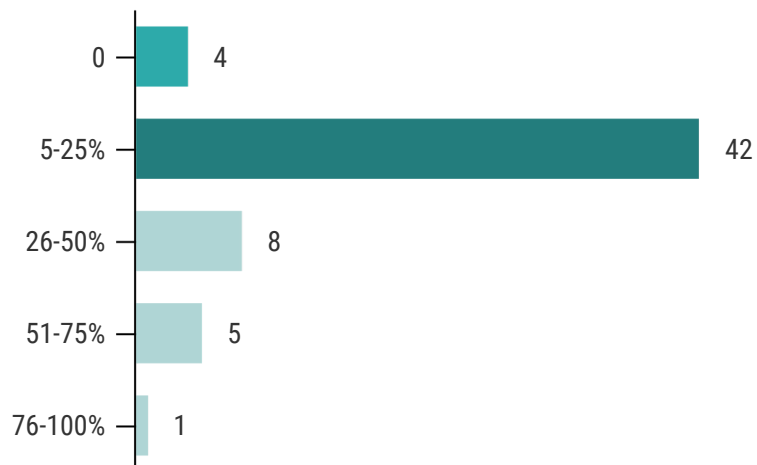
Pourcentage des fonds liés aux activités de diffusion provenant de subventions provinciales



Pourcentage des fonds liés aux activités de diffusion provenant de subventions municipales



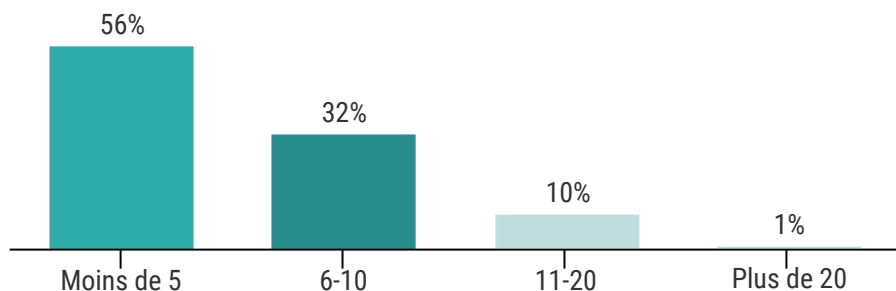
Pourcentage des fonds liés aux activités de diffusion provenant de revenus auto-générés





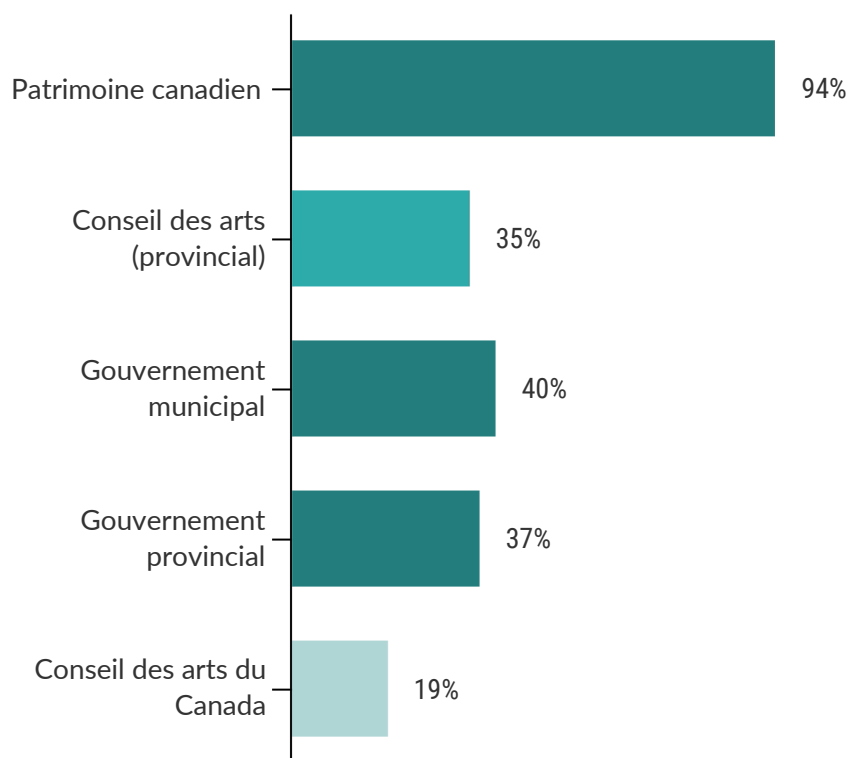
Financement

Nombre de demandes de financement déposées annuellement pour les activités de diffusion



des organismes bénéficient d'une subvention de fonctionnement (souvent appelée "debase")

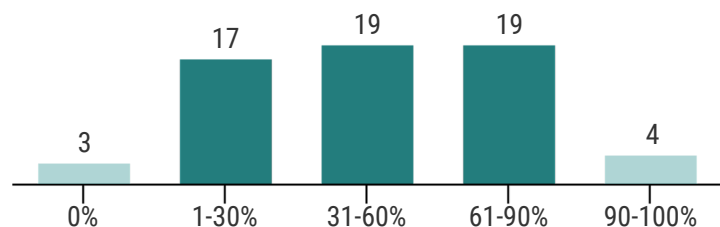
Bailleur de fonds des subventions de base



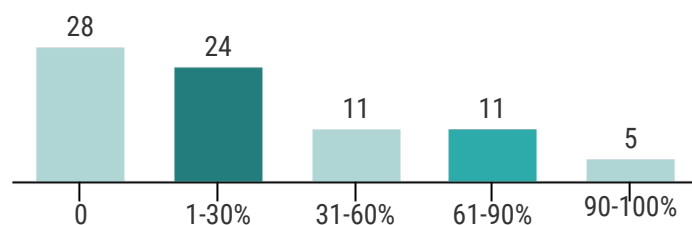
Avoir une subvention ou une augmentation de subvention de base permettrait aux organismes :

- d'embaucher du personnel;
- de bonifier la programmation artistique;
- d'être propriétaire d'une salle de spectacle;
- d'assurer les salaires;
- d'augmenter la quantité de spectacles;
- de diversifier l'offre culturelle (offrir des activités de médiation culturelle);
- d'assurer les dépenses administratives;
- d'appuyer le développement de talents locaux; et
- de développer l'auditoire.

Pourcentage des activités de diffusion subventionnées par le financement de base



Pourcentage des activités de diffusion subventionnées par le financement de "projets"





Financement

83%

des organismes affirment que la diffusion est très importante ou importante dans l'ensemble de leurs activités

54%

des organismes sont bénéficiaires d'une subvention du FCPA (Fonds du Canada pour la présentation des arts)

75%

des organismes déposent régulièrement une demande auprès du gouvernement provincial

57%

des organismes déposent régulièrement une demande auprès du palier municipal

Raisons pour lesquelles les organismes ne sont pas bénéficiaires d'une subvention du FCPA :

- Aucune connaissance de la subvention
- Non éligible
- Manque de temps et de ressources

Raisons pour lesquelles les organismes ne déposent pas une demande de subvention au gouvernement provincial :

- Manque de temps
- La subvention est incluse dans le financement de base
- Aucune connaissance de la subvention

Raisons pour lesquelles les organismes ne déposent pas une demande de subvention au palier municipal :

- Aucune connaissance de la subvention
- Manque de temps et de ressources
- Le programme est non-existant au palier municipal


74%

des organismes ont une bonne connaissance du financement dans leur ville


69%

des organismes ont une bonne connaissance du financement dans leur région


71%

des organismes ont une bonne connaissance du financement dans leur province



Information générale

Contexte

En janvier 2021 un formulaire a été rempli par les réseaux de diffusion franco-canadiens afin de dresser un inventaire des organismes à consulter pour un état des lieux opérationnel. Depuis, la coalition Scènes francophones - en partenariat avec l'ATFC (Association des théâtres francophones du Canada) - a recueilli des données probantes à l'aide d'un sondage en ligne comportant 79 questions. Développée par Discitus, en collaboration avec la coalition Scènes francophones et l'ATFC, cette enquête a eu lieu entre mai et décembre 2021. Les résultats ont ensuite été compilés et analysés par Discitus.

La répartition géographique des organismes répondants est la suivante :

- Alberta 11
- Colombie-Britannique 8
- Île-du-Prince-Édouard 4
- Manitoba 2
- Nouveau-Brunswick 20
- Nouvelle-Écosse 2
- Ontario 21
- Saskatchewan 9
- Terre-Neuve-et-Labrador 1
- Territoires du Nord-Ouest 1
- Yukon 1

La situation pandémique dans laquelle nous nous trouvons a mis en valeur l'inégalité au niveau de la diffusion francophone en milieu minoritaire à travers le pays. Afin d'y remédier éventuellement et d'être prêts pour ce qui pourrait venir (ex : possibilités de financement, autres perturbations dans le milieu des arts et de la culture, etc.), les données probantes que ont été collectées sont essentielles pour assurer la croissance et la pérennité des diffuseurs.

Objectifs du sondage

1. Outiller la coalition ainsi que les réseaux de diffusion pour qu'ils poursuivent leurs efforts de positionnement auprès des décideurs afin d'assurer le développement et le renouvellement des programmes d'appui à la diffusion.
2. Obtenir les données probantes nécessaires à l'identification de priorités communes entre les provinces, territoires et régions.
3. Connaître les forces ainsi que les faiblesses de l'ensemble des diffuseurs franco-canadiens dans le but de renforcer leurs capacités et de développer des outils pratiques qui les aideront à atteindre leurs objectifs.



Analyse

Programmes et services

Durant la saison régulière, les diffuseurs répondants présentent entre 16-20 spectacles (29%), ou moins de 5 (29%). Les disciplines les plus diffusées et les plus fréquentées sont la chanson, la musique, le théâtre et l'humour. Les disciplines les moins diffusées sont le multi-arts, les arts du cirque et les arts de la parole. Selon les diffuseurs, les raisons qui expliquent cela sont : l'absence d'une salle ou d'un lieu de diffusion adéquat, le coût trop élevé, l'auditoire peu développé ainsi qu'une méconnaissance de l'offre artistique dans ces disciplines.

Environ la moitié des organismes répondants (56%) ne sont pas propriétaires d'une salle de spectacle ou d'un lieu de diffusion. Cependant, 70% ont une entente ou un partenariat leur permettant l'accès préférentiel à une salle de spectacle. Parmi les organismes propriétaires de salles, 47% ne présentent pas tous leurs spectacles dans leur propre salle, et 74% des ne présentent pas l'entièreté de leurs spectacles dans la salle à laquelle ils ont un accès préférentiel.

Une majorité des organismes répondants (76%) affirment posséder de l'expertise en gestion de projets et d'événements, et assurent eux-mêmes la planification et la mise en oeuvre de leur programmation. Parmi les diffuseurs consultés, 60% affirment que les spectacles présentés font l'objet d'un sondage de satisfaction des client.e.s.

Pendant la pandémie, la grande majorité des organismes répondants (82%) ont présenté des spectacles en virtuel ou avec une formule hybride. La plupart souhaitent poursuivre uniquement avec de la programmation en présentiel dès l'assouplissement des mesures sanitaires, (34%) ou continuer avec un format hybride (31%).

Gestion financière

Parmi les organismes répondants, 78% affirment posséder de l'expertise en gestion financière au sein de leurs équipes. La majorité des diffuseurs (95%) utilisent un système comptable reconnu pour la tenue de livres, 91% effectuent annuellement un audit ou une vérification et 92% présentent régulièrement un bilan des revenus et des dépenses au CA ou au comité des finances.

Le budget annuel des organismes répondants varie, avec 24% des diffuseurs ayant un budget supérieur à 1 million, 25% ayant un budget entre 100 000 - 249 999 \$, 14% ayant un budget entre 250 000 - 499 999 \$, et 14% ayant un budget de 50 000 - 99 999 \$. Parmi tous les organismes répondants, 63% dédient moins de 50% de leur budget annuel à la diffusion, 13% dédient 50% de leur budget annuel à la diffusion et 24% y dédient plus de 50% leur budget.



Analyse

Ressources humaines

Parmi les organismes répondants, 51% affirment que l'expertise en gestion des ressources humaines est présente au sein de l'organisation et la majorité des diffuseurs ont un poste de direction générale. Quant à l'identité de genre des directions générales, 51% sont des femmes. En ce qui a trait aux équipes de direction, 86% des organismes répondants ont au moins une personne s'identifiant comme femme dans leur équipe de gestion tandis que 61% des organismes ont au moins une personne s'identifiant comme homme. Cependant, 42% des organismes répondants n'ont aucun des groupes concernant l'équité parmi leurs cadres. Parmi les équipes de gestion des répondant.e.s, 17% comptent au moins une personne racisée, 19% comprennent des personnes qui s'identifient en tant que LGBTQ2+ et 6% comptent au moins une personne Premières Nations, Métis, ou Inuit.

Au niveau des taux de rémunération :

- 37% des organismes répondants ayant une direction artistique offrent un salaire annuel qui varie entre 45 000 - 69 999\$
- 19% des organismes répondants ayant une direction artistique offrent un salaire annuel qui varie entre 30 000 - 44 999\$
- 26% offrent soit une rémunération inférieure à 25 000\$, ou le poste est occupé par une personne bénévole.

En ce qui a trait aux autres postes spécialisés reliés à la diffusion (direction technique, responsable de marketing, responsable de projets et d'événements, etc.) les salaires sont principalement entre 30 000 - 54 999\$ par année, ou ces postes sont comblés par une (ou des) personne.s bénévole.s.

Les membres du personnel oeuvrant au sein de la diffusion dans la plupart des organismes répondants sont en poste depuis 1-5 ans (57%) ou depuis moins d'un an (23%), mais très peu ont des employé.e.s qui sont en poste depuis 6 ans et plus.

Le type d'expertise manquant au sein des organismes consultés inclut principalement : la programmation artistique (42%), technicien.ne (40%), communication et marketing (30%), les finances (27%), le graphisme et la gestion web (27%). Moins de la moitié des organismes consultés (44%) affirment que l'expertise désirée n'est pas disponible au niveau local ou régional.



Analyse

Communication

Les outils et mécanismes de communications les plus utilisées par les organismes répondants sont la présence régulière sur les médias sociaux principaux (96%), leur site internet en tant que source primaire d'information au sujet des activités de diffusion (89%), et une liste de courriels segmentée de toutes les parties prenantes et bénéficiaires (75%).

Tous les organismes consultés utilisent Facebook comme un des véhicules principaux de communication, suivi d'une liste d'envoi par courriel, leur site internet et Instagram. 80% des organismes affirment que l'efficacité et l'impact des communications liées aux activités de diffusion sont surveillés.

Marketing

Pour la majorité des organismes répondants, l'expertise en marketing est présente au sein de l'équipe et ils utilisent leur réseau de partenaires pour soutenir l'effort de vente. 79% des organismes offrent à leur clientèle la possibilité d'acheter des billets de spectacles ou de s'inscrire à leurs activités de diffusion en ligne.

Les organismes répondants ont souligné que les publics de 14-18 ans et de 19-34 ans sont les plus difficiles à rejoindre, suivi respectivement par les publics âgés de 11-13 ans et de 0-4 ans. Cependant, 72% n'ont jamais déposé une demande de subvention spécifique pour le développement d'auditoire, et une majorité des organismes (75%) n'ont pas une bonne connaissance des financements disponibles à cet effet. Nonobstant, 96% des répondant.e.s désirent développer ou parfaire leurs capacités en développement d'auditoire.

Pour les organismes qui coordonnent des activités de développement de l'auditoire, celles-ci sont principalement :

- des ateliers pédagogiques dans les écoles (80%);
- des ateliers offerts au grand public (70%);
- des concours (63%);
- des périodes de questions-réponses avec l'artiste avant le spectacle (58%); et
- des discussions de groupe avant un spectacle (53%).



Analyse

Financement

L'expertise en prélèvement de fonds, en rédaction de demandes de financement et en relations avec les bailleurs de fonds est présente au sein de la majorité des organismes répondants. Les outils et bonnes pratiques en financement utilisés par la plupart des organismes répondants sont:

- maintenir des contacts réguliers et entretenir de bonnes relations avec les bailleurs de fonds; et
- un plan d'action global de financement.

Un peu plus de la moitié des répondant.e.s (56%) déposent, en moyenne, moins de cinq demandes de financement annuellement pour parvenir à financer leurs activités de diffusion. Tandis que 32% déposent, en moyenne, entre 6-10 demandes de financement annuellement. Une grande majorité des organismes (89%) bénéficient d'une subvention de fonctionnement (ou « de base »). La subvention de base provient principalement de Patrimoine canadien. Selon les organismes répondants, une augmentation de ce financement de base leur permettrait :

- d'embaucher du personnel;
- de bonifier la programmation artistique;
- de diversifier l'offre culturelle (offrir des activités de médiation culturelle); et
- d'être propriétaire d'une salle de spectacle.

En général, les activités de diffusion sont subventionnées par les subventions de base et non le financement « de projet » pour les organismes répondants. En effet, 38 organismes ont 31-90% de leur activités subventionnées par des subventions de base, tandis que 52 organismes ont 0-30% de leurs activités subventionnées par des subventions de projets.

En somme, un plus grand pourcentage des fonds liés aux activités de diffusion des organismes répondants proviennent de subventions fédérales, suivi de subventions provinciales. Un très petit pourcentage (moins de 25%) des fonds proviennent de subventions municipales et de revenus auto-générés, hormis 13 organismes pour qui 26-75% des fonds proviennent de sources auto-générées et un organisme qui génère 76-100% de ses revenus de façon autonome. Environ la moitié des organismes répondants (54%) sont bénéficiaires d'une subvention du FCPA (Fonds du Canada pour la présentation des arts).

La plupart des organismes répondants semblent avoir une bonne connaissance du financement disponible pour la diffusion dans leur région et leur ville. Par contre, il semble être moins fréquent pour les organismes de déposer des demandes auprès du palier municipal, les raisons étant :

- le manque de connaissance des subventions possibles;
- les programmes de subvention sont non-existants au palier municipal; et
- le manque de temps et de ressources.



Recommandations

- Au niveau de la variété de disciplines présentées, celle-ci semble étroitement liée à la capacité des diffuseurs de trouver une salle ou un lieu de diffusion adéquat et aux capacités limitées de développer les auditoires. Bien que les problématiques liées aux salles ou aux lieux de diffusion ainsi qu'au coût nécessitent une réflexion, une approche systématique liée au développement d'auditoire pourrait être envisagée comme solution à court terme. Car bien que 75% des organismes répondants n'ont pas une bonne connaissance des financements disponibles pour le développement d'auditoire, 96% désirent développer ou parfaire leurs capacités dans ce domaine.

- Pour continuer d'être pertinents et assurer une bonne fréquentation de leurs activités de diffusion, les diffuseurs devraient s'assurer que l'ensemble de leurs spectacles, programmes et services fassent l'objet d'un sondage de satisfaction. Si cela n'est pas possible lors d'événements, il serait important de continuer à trouver des façons innovantes d'évaluer la satisfaction des clientèles afin d'éclairer les décisions et les choix, de guider notre développement et d'être dans une culture d'amélioration continue.

- Les ressources parfois limitées à la disposition des diffuseurs peuvent être une entrave à l'établissement et au maintien d'un programme de développement des capacités pour l'ensemble
- du personnel (incluant la direction générale, le cas échéant). Par contre, ceux-ci sont essentiels à l'apprentissage continu des employé.e.s et ils peuvent stimuler leur engagement et les motiver à continuer d'œuvrer au sein de l'organisation. Puisque les taux de roulement semblent assez élevés au sein des réseaux de diffuseurs consultés (80% des employé.e.s sont en poste depuis 5 ans ou mois), un programme d'encadrement et de développement des capacités pourrait possiblement être bénéfique.



Recommandations

- Les politiques de ressources humaines entourant, notamment, la diversité et l'inclusion sont essentielles et requises selon les lois du travail dans plusieurs provinces et territoires canadiens. Le renforcement des capacités à ce niveau, sinon l'accompagnement dans la rédaction de politiques pourraient être nécessaires pour certains organismes.

- Le fait que seulement 45% des organismes répondants aient un plan de gestion du risque financier indique non seulement un enjeu possible au niveau des capacités en gestion financière des équipes internes, mais également en gouvernance. Car en définitive, la surveillance des risques associés aux différents secteurs de gestion de l'organisation (programmes et services, finances, ressources humaines, etc.) et la mise en œuvre de plans d'atténuation qui en découlent sont parmi les responsabilités du conseil d'administration. Il serait donc judicieux de considérer du renforcement des capacités en matière de gestion des risques pour les diffuseurs, tant au niveau de la gouvernance que du personnel interne.
-

- Bien que 71% des organismes répondants affirment que l'expertise en prélèvement de fonds et en rédaction de demandes de financement soit présente au sein de l'organisation, 56% d'entre eux déposent moins de 5 demandes de subvention par année pour financer leurs activités de diffusion. Bien qu'il puisse y avoir plusieurs raisons qui expliquent le faible nombre de demandes déposées annuellement, une augmentation de ces chiffres pourrait considérablement améliorer la situation financière des diffuseurs. Pour y pallier, certaines solutions pourraient être considérées, comme embaucher de l'expertise externe pour appuyer les diffuseurs avec leurs demandes de subvention, pour répertorier des sources de financement possiblement méconnues ou moins populaires, ou pour simplement renforcer les capacités des diffuseurs de générer des sources de revenu autonomes. Finalement, il demeure que 63% des organismes consultés dédient moins de 50% de leur budget annuel à la diffusion. Par contre, il faut tenir compte des ressources (humaines, temps, argent) à la disposition des diffuseurs pour remplir le nombre de demandes de subvention nécessaires à une programmation bonifiée. Nonobstant, si le manque de financement demeure un enjeu mais que les diffuseurs n'y attribuent pas un montant significatif d'attention et de ressources, il sera difficile de régler l'enjeu récurrent du financement.
-