

# Culture Laurentides



RAPPORT ANNUEL  
**2019-2020**

### **03 // MOT DU PRÉSIDENT**

### **04 // MISSION & SERVICES**

- 06 // Conseil d'administration
- 08 // Équipe et collaborateurs

### **09 // RAPPORT D'ACTIVITÉS 2019-2020**

- 10 // Bilan du plan d'action annuel
- 13 // Bilan des services :
  - 13 // Communications
  - 17 // Développement
  - 18 // Développement numérique
  - 20 // Mobilisation et formation
  - 22 // Administration

### **25 // PLAN D'ACTION 2020-2021**

### **31 // REMERCIEMENTS**

# MOT DU PRÉSIDENT

Un milieu culturel ébranlé. Une vie différente. Un monde que nous ne connaissions pas.

Mais rappelons-nous. Il y a quelques mois - dans le contexte que nous vivons aussi bien dire une éternité - nous connaissions une vie culturelle riche, nous avions un milieu mobilisé, nous élaborions des projets, les artistes étaient à l'œuvre et le public était présent, sans contraintes, aux rendez-vous que nous mettions en place. Bref, nous étions sur une belle lancée. Le monde était à nous.

La dernière année de Culture Laurentides s'est vécue sous le signe du renouveau. Image de marque complètement redessinée, des personnes formidables se sont jointes à l'équipe talentueuse déjà en place, de nouvelles formations ont été offertes, un site web actualisé et performant s'est créé et surtout, toute l'équipe fût, fidèle à sa réputation, dédiée au service des artistes et des organismes culturels. Un travail qui mérite nos plus chaleureuses félicitations.

Je suis privilégié de siéger avec des administrateurs passionnés, professionnels, inspirants et complètement dédiés à la mise en œuvre de la mission de Culture Laurentides. Nous sommes tout aussi choyés de pouvoir compter sur une équipe exceptionnelle qui ne cesse de se surpasser, d'innover et de nous nourrir de leur créativité.

Aujourd'hui, j'émets ce souhait.

Que les lumières éclairent de nouveau nos scènes. Que nous puissions aller, en toute liberté, à la rencontre des artistes. Que nous puissions déambuler sans contraintes dans nos lieux d'exposition. Que la réalisation de nos projets les plus chers puisse voir le jour. Que les rêves que nous avons se concrétisent enfin. Que nous puissions nous nourrir à nouveau d'une vie culturelle riche. Et que cet épouvantable virus qui nous est tombé disparaisse de nos vies à jamais.



**Alexandre Gélinas**  
Président

« Confiance, confiance, confiance... mon p'tit bonhomme »

- Michel Rivard



# MISSION & SERVICES



## Mission

Culture Laurentides participe au développement et au rayonnement des arts et de la culture par ses activités de représentation, d'accompagnement, de formation, de concertation et de veille. Il collabore avec les municipalités et les intervenants socio-économiques dans l'intérêt de ses membres et du milieu culturel de la région des Laurentides.

## Vision

Culture Laurentides favorise l'essor de projets culturels innovants. Il est reconnu par les artistes, les intervenants du milieu et ses partenaires socio-économiques comme pôle de développement culturel régional pour son expertise et son réseau de ressources professionnelles.

## Services

- Information et promotion
- Activités de formation et de perfectionnement
- Grands Prix de la culture des Laurentides
- Événements régionaux
- Services à la carte tarifés

### Pour les artistes et organismes culturels

- Rencontres d'information et d'échange
- Service-conseil lors de projets culturels individuels ou collectifs
- Diffusion d'appels de dossiers et des sources de financement
- Initiation de projets culturels à portée régionale
- Représentation auprès des instances politiques et socio-économiques

### Pour les organisations municipales, scolaires et parapubliques

- Élaboration de politiques culturelles municipales
- Réalisation de stratégies de développement culturel régional
- Études et inventaires en lien avec le milieu culturel
- Représentation du secteur culturel dans plusieurs comités sectoriels



**Rangée arrière, de gauche à droite:**

JoAnne Turnbull, Manon Lefebvre, Martin Bleau,  
Caroline Gagnon, Mélanie Séguin, Roxane Turcotte,  
Marlène Paquin, Judith Lagacé, Alexandre Gélinas (Président)

**Rangée avant:** Manon Quintal, Denis Lavertu, Isabelle Gagné, Monique Richard.

**Absentes de la photo:** Danielle Leblanc et Sonia Piché.

## Conseil d'administration

### CATÉGORIE A

#### ARTISTE OU INTERVENANT CULTUREL PROFESSIONNEL

ARTS DE LA SCÈNE

**Monique Richard, 1<sup>re</sup> vice-présidente**

Comédienne // MRC des Pays-d'en-Haut

ARTS MÉDIATIQUES

**Isabelle Gagné, secrétaire**

Artiste en arts médiatiques // Mirabel

ARTS VISUELS

**Caroline Gagnon**

Artiste en arts visuels // MRC Laurentides

MÉTIER D'ART

**Denis Lavertu, 2<sup>e</sup> vice-président**

Ébéniste // MRC Thérèse-De Blainville

LETTRES

**Roxane Turcotte**

Auteure jeunesse // MRC des Pays-d'en-Haut

## CATÉGORIE B ORGANISATION CULTURELLE PROFESSIONNELLE

DIFFUSEUR ARTS DE LA SCÈNE

### **Alexandre Gélinas, président**

Directeur général du Théâtre le Patriote //  
MRC des Laurentides

DIFFUSEUR ARTS VISUELS  
OU MÉTIERS D'ART

### **Manon Quintal, trésorière**

Directrice de l'administration et chef du  
développement au Musée d'art contemporain  
des Laurentides // MRC de la Rivière-du-Nord

LETTRES (DIFFUSION)

### **JoAnne Turnbull**

Directrice générale du Réseau BIBLIO des  
Laurentides // Régional

HISTOIRE ET PATRIMOINE

### **Mélanie Séguin**

Directrice à la Corporation du Moulin Légaré //  
MRC Deux-Montagnes

TOUTES DISCIPLINES

### **Sonia Piché**

Directrice générale du Théâtre du Marais //  
MRC Laurentides

## CATÉGORIE C PARTENAIRES DU MILIEU

MUNICIPALITÉS, ORGANISATION  
DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE  
ET MRC

### **Martin Bleau**

Chef de division arts, culture et patrimoine à la  
Ville de Sainte-Thérèse // MRC Thérèse-De Blainville

MUNICIPALITÉS, ORGANISATION  
DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE  
ET MRC

### **Marlène Paquin**

Coordonnatrice loisirs, culture et communications à la  
Municipalité de Mont-Saint-Michel // MRC d'Antoine-Labelle

ÉCOLE ET ORGANISME RÉGIONAL

### **Danielle Leblanc**

Commissaire à la Commission scolaire de la Rivière-du-Nord  
(Jusqu'en février 2020) // MRC de la Rivière-du-Nord

ÉCOLE ET ORGANISME RÉGIONAL

### **Manon Lefebvre**

Directrice du marketing chez Tourisme Laurentides // Régional

TOUTES CATÉGORIES

### **Judith Lagacé**

Directrice culture et bibliothèques, Municipalité de Saint-Hippolyte  
(Jusqu'en novembre 2019) // MRC de la Rivière-du-Nord



**De gauche à droite :**

Gisèle Henne, Valérie Seers, Mélanie Gosselin,  
Christine Heuschen, Kim Boivin, Mariève Bibeau

## Équipe

**Mélanie Gosselin**

Directrice générale

**Christine Heuschen**

Agente au soutien administratif  
et service à la clientèle

**Valérie Seers**

Agente de développement et  
de service aux membres

**Gisèle Henne**

Agente de développement  
numérique

**Mariève Bibeau**

Agente de mobilisation et  
de formation

**Kim Boivin**

Agente aux communications

## Ressources externes :

Louise Dion

Comptabilité

Miss Pixels

Martine Armand

Pascal Champagne

Valérie Dionne

Graphistes

Bruno Lachapelle

Conception sonore (balados)

Ugo Monticone

Rédacteur

Lucie Jubinville

Chargée de projet

Lise Bibeau

Consultante en administration

Julie Calvé

Consultante en communications

E-novweb

MEBWEB

Site Internet





# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2019-2020



# BILAN DU PLAN D'ACTION ANNUEL

## Objectif général 1

### CONSOLIDER LA COMMUNAUTÉ CULTURELLE DES LAURENTIDES

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	MOYENS / ACTIONS	RÉSULTATS
<b>1.1. Mieux connaître le milieu culturel des Laurentides</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Effectuer une mise à jour annuelle de notre banque de données.</li><li>• Établir un portrait annuel du milieu culturel.</li><li>• Assurer une planification interne et une présence plus soutenue sur le terrain – équipe et conseil d'administration.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Données transférées dans notre nouvel intranet lié au site web et fiches contacts actualisées.</li><li>• Recherche statistique par secteur et rédaction d'une première version, projet suspendu en mars en raison de la crise dans le milieu (Covid-19)</li><li>• Présence accrue sur le terrain, participations variées de l'équipe et des administrateurs, dont l'agente de développement numérique à de nombreux comités.</li><li>• Visites et participations plus nombreuses au cours de la dernière année pour toute l'équipe (événements, colloques, AGA, visites estivales, etc.)</li></ul>
<b>1.2. S'assurer d'une meilleure représentativité du milieu au sein de nos membres</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Établir des cibles proportionnelles entre le milieu et les membres.</li><li>• Recenser et cibler les membres potentiels.</li><li>• Attribuer des objectifs de représentation et de nombre de candidats membres au CA et à l'équipe</li><li>• Évaluer annuellement l'augmentation des membres par rapport aux cibles établies.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Changements du module de gestion des membres, impacts sur le nombre de renouvellements et suspension des adhésions en mars en raison de la crise.</li><li>• Résultats à venir dans la prochaine année.</li></ul>
<b>1.3. Viser l'augmentation du sentiment d'appartenance</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Repenser et dynamiser les rencontres d'équipe afin de stimuler le sentiment d'appartenance interne.</li><li>• Planifier une veille stratégique des bons coups et des modèles dans notre milieu.</li><li>• Mettre en valeur les succès et développer une image attrayante de Culture Laurentides.</li><li>• Initier des rencontres de réseautage pour nos membres en lien avec nos objectifs.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rencontres d'équipes hebdomadaires, établir des journées présences et journée télétravail .</li><li>• Formation outils de collaboration interne et mise en application.</li><li>• Nouvelle image et nouveaux outils.</li><li>• Projet pilote balados.</li><li>• Planification des rencontres de réseautage web multipliées en raison de la crise.</li></ul>

# Objectif général 2

## CRÉER DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS DE COLLABORATION POUR NOTRE MILIEU AUPRÈS DES ACTEURS SOCIO-ÉCONOMIQUES CLÉS

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	MOYENS / ACTIONS	RÉSULTATS
<b>2.1. Positionner favorablement Culture Laurentides et le milieu culturel auprès des élus des Laurentides</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Plan de communication et nouvelle image.</li><li>• Proposer des tournées, rencontres, invitations ciblées selon les secteurs.</li><li>• Soutenir le renouvellement et le déploiement de l'entente régionale avec le CALQ.</li><li>• Accompagner le milieu vers plus de soutien au Fonds d'aide au rayonnement des régions.</li><li>• Faire connaître les projets et les services de Culture Laurentides.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rencontres en progression et tournée thématique sur le sujet.</li><li>• Mandats <i>Service à la carte</i> pour l'accompagnement de politiques culturelles (2 en cours).</li><li>• Consolider l'adhésion de nos membres dans cette catégorie.</li><li>• Mobilisation et communication auprès des partenaires municipaux pour le renouvellement de l'entente triennale.</li><li>• Partenaire de service en concertation dans l'entente régionale pour les archives.</li></ul>
<b>2.2. Positionner favorablement Culture Laurentides et le milieu culturel auprès des intervenants scolaires des Laurentides</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Plan de communication et nouvelle image.</li><li>• Identifier les besoins des acteurs socio-économiques liés au milieu culturel.</li><li>• Proposer des tournées, rencontres, invitations ciblées selon les secteurs.</li><li>• Proposer des projets gagnant-gagnant aux secteurs clés.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rencontres en progression et participation aux comités culturels.</li><li>• Projets à venir.</li></ul>
<b>2.3. Évaluer les opportunités et participer activement aux activités en lien avec nos objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Proposer des tournées, rencontres, invitations ciblées selon les secteurs.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Planification d'une tournée régionale de 4 rencontres sur des thématiques, 3 sur 4 reportées en raison de la météo et de la crise Covid-19.</li><li>• Conseil d'administration de Tourisme Laurentides.</li><li>• Accueil du Grand rendez-vous des CRC dans les Laurentides.</li></ul>

# Objectif général 3

MOBILISER LES ACTEURS DU MILIEU  
VERS UN PARTAGE DU SAVOIR-FAIRE ET  
UNE MUTUALISATION DES RESSOURCES

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	MOYENS / ACTIONS	RÉSULTATS
<b>3.1. Identifier les besoins, l'intérêt et connaître les forces et les savoir-faire du milieu culturel des Laurentides</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Organiser et réaliser la cueillette des données.</li><li>• Planifier et organiser des rencontres innovantes pour partager le savoir-faire et valider l'intérêt.</li><li>• Mobiliser le milieu culturel vers les services de développement de carrière : ateliers, formation, accompagnements, mentorat.</li><li>• Accompagner le milieu vers une plus grande appropriation des outils numériques.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Planification d'une rencontre animée avec invité pour expérimenter et réfléchir sur le partage de ressources (reportée en raison de la crise).</li><li>• Formations variées suivies par les membres de l'équipe afin d'expérimenter des nouveaux outils.</li><li>• Nombreux accompagnements numériques et ajouts d'un volet numérique à différentes activités.</li></ul>

# Objectif général 4

FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT ET LE RAYONNEMENT  
DE PROJETS RÉGIONAUX RASSEMBLEURS

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	MOYENS / ACTIONS	RÉSULTATS
<b>4.1. Poursuivre l'organisation des événements existants tout en augmentant leur rayonnement.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Établir des objectifs de rayonnement et évaluer les retombées à chaque édition.</li><li>• Organiser les Grands Prix de la culture des Laurentides - histoire et patrimoine.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bilan positif pour l'édition des Grands prix.</li></ul>
<b>4.2. Être à l'affût des opportunités de financement et les utiliser comme levier (interne et externe)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rencontre annuelle d'information et de planification sur le financement.</li><li>• Ajouter un volet programmes et financement dans l'animation des rencontres de concertation.</li><li>• Mettre régulièrement à jour les liens dans nos outils de communication.</li><li>• Participer aux représentations, de concert avec le Réseau des conseils régionaux de la culture du Québec.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Communications en continu.</li><li>• Cibler les programmes pour le développement de projets numériques et dépôt d'un projet wiki pour les régions de Laval, Lanaudière, Laurentides.</li></ul>

# BILAN DES SERVICES

## Communications

### NOUVELLE IMAGE

- + C'est lors de l'AGA de juin 2019 qu'a été lancée la nouvelle image corporative.
- + Basé sur le nouveau plan de communications, ce chantier avait été entamé en 2018 et a permis de développer le nouveau logo, les nouvelles couleurs et nouveaux thèmes qui teinteront nos outils de communications et notre nouveau site Internet pour les prochaines années.

### CULTURELAURENTIDES.COM ET PHASE 2 EN COURS

- + C'est d'ailleurs en septembre 2019 que le nouveau site Internet a été mis en ligne, en même temps que notre nouvelle infolettre. Plus actuel et convivial, le site permet entre autres aux membres de gérer leur adhésion directement dans leur *Espace membre*.
- + Durant la dernière année, 53 600 pages ont été consultées contre 43 600 en 2018-2019. Une hausse de 10 000 pages vues!
- + Une phase 2 est en cours pour améliorer davantage l'expérience intuitive de navigation du site ainsi que l'esthétique, et pour compléter ou ajouter certaines sections du site, dont le répertoire des membres.
- + Une toute nouvelle interface, beaucoup plus conviviale, sera bientôt en ligne afin d'améliorer l'expérience des utilisateurs.

### PROMOTION DES MEMBRES

- + Afin de promouvoir leurs activités, les membres nous font parvenir de façon régulière et en continu leurs appels de dossiers, les détails de leurs prix ou récompenses, leurs offres d'emplois, leurs communiqués importants ou leur programmation culturelle.
- + Nous diffusons ces informations sur nos différents canaux de communication tels que le site web, la page Facebook, le compte Twitter, le compte Instagram ou l'infolettre mensuelle.

### INFOLETTRE

- + L'infolettre mensuelle est un de nos principaux outils de diffusion d'informations culturelles. Elle contient dorénavant seulement deux à trois nouvelles (nouvelles de Culture Laurentides, appels de dossiers, communiqués, calendrier culturel, etc.), afin d'inviter le lecteur à consulter notre site Internet où l'ensemble des nouvelles et actualités s'y retrouvent en tout temps.
- + L'infolettre de Culture Laurentides est envoyée chaque mois à près de 2200 abonnés.
- + Entre le 1<sup>er</sup> avril 2019 et le 31 mars 2020, 12 infolettres mensuelles et 47 bulletins spéciaux ont été envoyés. Ces bulletins spéciaux comprenaient des invitations à nos événements ou des appels de dossiers importants.

## FACEBOOK

- + Culture Laurentides compte maintenant 3500 abonnés à sa page Facebook, une augmentation de 350 abonnés par rapport à l'an dernier.
- + Nous utilisons ce réseau social pour diffuser des événements pertinents, informations utiles, articles de réflexion, la culture générale dans le domaine culturel et numérique, des articles encourageant la réflexion et parfois, les actualités des membres.

## INSTAGRAM

- + Depuis novembre 2018, nous avons commencé à publier notre actualité sur Instagram: photos d'événements que nous organisons ou auxquels nous sommes conviés, ou encore des photos de l'équipe ou de nos membres.
- + Au 31 mars 2020, nous comptons 287 abonnés alors que 167 personnes, entreprises ou organismes nous suivaient quelques mois après sa création en 2018.
- + Nous tentons d'enrichir ce média social de plus en plus et constatons qu'Instagram est largement utilisé par les principaux acteurs du milieu culturel, diffuseurs, musiciens, artistes en arts visuels, etc.

## PRESSE RÉGIONALE

- + Nos communiqués et notre infolettre sont régulièrement relayés par la presse régionale, qui compte une vingtaine de médias de tous genres dans les Laurentides. De plus, lors de nos événements, notamment les Grands prix de la culture des Laurentides, nous avons la chance de voir plusieurs médias locaux être présents pour assurer une couverture culturelle régionale.
- + En 2019-2020, ce sont 25 articles ou mentions dans des articles qui ont fait rayonner Culture Laurentides. Nous avons également été invités à participer à l'émission *Connecté Laurentides* à NousTV.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATIONS POUR LES FORMATIONS

- + Une nouvelle stratégie de communications a été élaborée pour promouvoir davantage les formations offertes par notre organisme: des entrevues avec des participants à nos programmes, de petites vidéos avec les formateurs, des GIF avec slogan, du démarchage ciblé auprès de nos contacts, etc.
- + Nous avons également entamé les tournages d'images lors des formations, dans le but de monter des capsules afin de les diffuser lors de la prochaine programmation.

## COMMUNICATIONS EN DÉBUT DE PANDÉMIE COVID-19

- + À la toute fin de l'exercice en cours (du 13 au 31 mars), nous avons dû fermer nos locaux, annuler certains événements et donc, revoir notre calendrier de communications.
- + Nous avons créé une page dédiée aux nouvelles sur le coronavirus sur notre site web. Nous avons également concentré nos publications Facebook sur des nouvelles concernant la Covid-19.
- + Les informations pertinentes au milieu culturel par rapport à la pandémie ont également commencé à prendre l'essentiel de l'espace dans notre infolettre.



## GRANDS PRIX DE LA CULTURE DES LAURENTIDES

Culture Laurentides a tenu ses 30<sup>es</sup> Grands Prix de la culture des Laurentides le 7 novembre 2019 à Saint-Jérôme. Cet événement annuel célèbre le talent et l'engagement dans tous les domaines artistiques et culturels des Laurentides. Cette année l'histoire et le patrimoine étaient à l'honneur. Devant une salle comble, de nombreux artistes, représentants du milieu, élus et dignitaires s'étaient rassemblés et plus de 14 450 \$ en prix et en bourses ont été remis.

Le prix **Jeune relève**, remis en partenariat avec **les Carrefours jeunesse-emploi** de la région des Laurentides, a été attribué à **Ariane Bradley** (Saint-Eustache) pour son innovation, son impact et sa grande versatilité qui lui permettent d'exceller dans une multitude de facettes de la vie muséale et pour son professionnalisme et son dévouement à sauver la collection muséale lors de l'inondation de 2017. Ce prix était assorti d'une bourse de 750 \$.



Le prix **Municipalité**, remis en partenariat avec les **Caisses Desjardins des Laurentides**, a été attribué à la **Ville de Blainville** pour l'aménagement novateur d'une structure moderne qui respecte le développement durable et l'esprit du lieu, pour son projet qui met en valeur le patrimoine industriel et qui l'oriente vers l'avenir et pour sa volonté de mettre de l'avant la médiation culturelle à travers des volets éducatifs, des circuits patrimoniaux, touristiques et archéologiques. En tant que lauréat de cette catégorie, la Ville de Blainville a reçu une œuvre intitulée *Bing Bang en orangé*, d'une valeur de 750 \$ et réalisée par l'artiste Gilles Boisvert.

Le prix **Ambassadeur**, attribué en partenariat avec la **Société nationale des Québécoises et Québécois, région des Laurentides**, a été remis à la **Société d'histoire de la Rivière-du-Nord** pour l'originalité et l'approche novatrice de sa démarche de diffusion du manifeste « Ensemble, assurons le futur de notre passé » qui a permis à la communauté des archives et du patrimoine de devenir un sujet d'actualité de 2018. Pour ses actions et leurs répercussions au niveau gouvernemental qui lui ont permis de devenir un leader par rapport à un enjeu primordial et pour leur rayonnement hors du commun qui va bien au-delà de sa mission. La Société d'histoire a également reçu une bourse de 750 \$.

## Mention spéciale

Le jury a décerné une Mention spéciale au **Musée du ski des Laurentides** :

Pour souligner ses trente ans d'engagement citoyen, la passion, la persévérance et la ténacité de son équipe et de ses bénévoles. Pour souligner la pertinence de ses actions et de ses activités de recherche, de conservation, d'exposition, d'éducation et de vulgarisation et pour commémorer qu'en 2019 le gouvernement du Québec lui a accordé le statut d'institution muséale agréée, ce qui représente une reconnaissance majeure qui le positionne à titre de conservateur, protecteur et diffuseur du patrimoine matériel et immatériel des Laurentides.

Le prix **Passion**, remis en partenariat avec les **députés des Laurentides** a été attribué à **Suzanne Marcotte** (Saint-Jérôme) pour son travail personnel autant que professionnel pour valoriser le patrimoine et l'histoire et les faire rayonner au-delà des frontières de sa propre organisation. Pour son combat d'une vie pour protéger l'information de première source que sont les archives et pour souligner ses 22 ans à la tête de la Société d'histoire de la Rivière-du-Nord pendant lesquelles elle aura réussi à faire sortir les archives de l'ombre. Madame Marcotte s'est vue remettre une bourse de 750 \$.

Le prix **Excellence**, remis en partenariat avec **Télé-Québec**, a été remis à **Bernard Duplessis** (Saint-Adolphe-d'Howard) pour son initiative citoyenne *l'Oreille Adolphine*, qui permet de conserver l'histoire de son village, pour sa dévotion à consacrer son expérience et ses multiples talents pour valoriser le patrimoine immatériel et l'histoire d'ici et pour son utilisation ingénieuse des technologies qui remet l'histoire et le patrimoine au goût du jour. En plus de la reconnaissance reliée à ce prix, une bourse de 1 500 \$ a été remise au lauréat.



### LE PRIX DU CALQ

CRÉATEUR OU CRÉATRICE DE L'ANNÉE  
DANS LES LAURENTIDES

Le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) a décerné le prix **Créateur ou Créatrice de l'année dans les Laurentides** à **Marie-Ève Martel** (Blainville). Ce prix, assorti d'un montant de 10 000 \$, lui a été remis par Céline Lavallée, directrice du soutien aux artistes, aux communautés et à l'action régionale du Conseil des arts et des lettres du Québec. Les membres du jury se sont sentis interpellés par les œuvres de Marie-Ève Martel, qu'ils décrivent comme de véritables fantômes visuels inspirant le plaisir de la création. Cette artiste prolifique au parcours affirmé présente une grande cohérence dans sa réflexion.



# Développement

## SERVICE CONSEIL

- + 15 rencontres individuelles en service-conseil: Démarches artistiques, Cheminement de carrière et Prendre la parole en public.
- + 12 relectures de textes: demandes de bourses, dossiers d'artiste, communiqués de presse.
- + Plus de 75 artistes référés pour des contrats.
- + Plus d'une centaine de personnes ont consulté l'agente de développement pour des service-conseils par téléphone ou par courriel.

## 3<sup>e</sup> ÉDITION DU 5 À 7 EN COLLABORATION AVEC LA FABRIQUE CULTURELLE

- + Pour une troisième fois, Culture Laurentides s'est associé à La Fabrique Culturelle pour une rencontre réseautage en format 5@7.
- + L'activité a réuni une soixantaine d'intervenants du milieu culturel des Laurentides et présenté trois artistes qui ont fait l'objet d'une capsule vidéo.
- + Invités: Angèle Courville auteure-compositeur-interprète, Soufia Bensaïd artiste multidisciplinaire, Charles-Antoine Gosselin, auteur-compositeur-interprète.

## DÉMARCHE DE CONCERTATION DES ORGANISMES POUR UN PROJET JEUNESSE

- + Concertation sur les priorités et objectifs des organismes participants vers la mise en place d'un projet rassembleur pour les jeunes des Laurentides.

## ATELIER DE RÉDACTION DE DÉMARCHE ARTISTIQUE

- + Pour répondre à un besoin récurrent du milieu, l'agente de développement a mis sur pied un atelier de collaboration pour accompagner les artistes dans la rédaction de leur texte de démarche artistique.
- + Sept artistes ont pu profiter de cette expérience fort enrichissante.

## RENCONTRE DE CONCERTATION AVEC LES ORGANISATEURS DE FESTIVALS CULTURELS DES LAURENTIDES -

- + Culture Laurentides en collaboration avec Tourisme Laurentides a réuni les directeurs des festivals culturels de la région.
- + À la fois dans une approche de concertation et de collaboration, la vingtaine d'intervenants a été invitée à réfléchir sur les défis et les forces des festivals des Laurentides.

## VEILLE FINANCEMENT ET COLLABORATIONS

- + Communications courantes avec le CALQ afin d'accompagner notre milieu.
- + Rencontre avec le Pôle en économie sociale.
- + Rencontre avec l'ARLPH - l'Association régionale pour les personnes handicapées des Laurentides.
- + Présentation de l'appel de dossiers du Fonds d'appui au rayonnement des régions (FARR) et travail d'accompagnement dans une approche de codéveloppement.

# Développement numérique

## LE RÉSEAU ADN (RADN)

- + Les 48 agents du réseau se réunissent quatre fois par année, en sessions de trois jours, pour penser l'accélération numérique des écosystèmes culturels. Par des leviers de formation, de communication et de co-développement, le réseau est au service des organismes d'accueil mais également au service d'une cause plus grande, celle de notre transformation numérique nationale.
- + Le réseau des ADN élabore ses impacts selon des axes de concertation, de formation, de veille et de projet.

## SERVICES

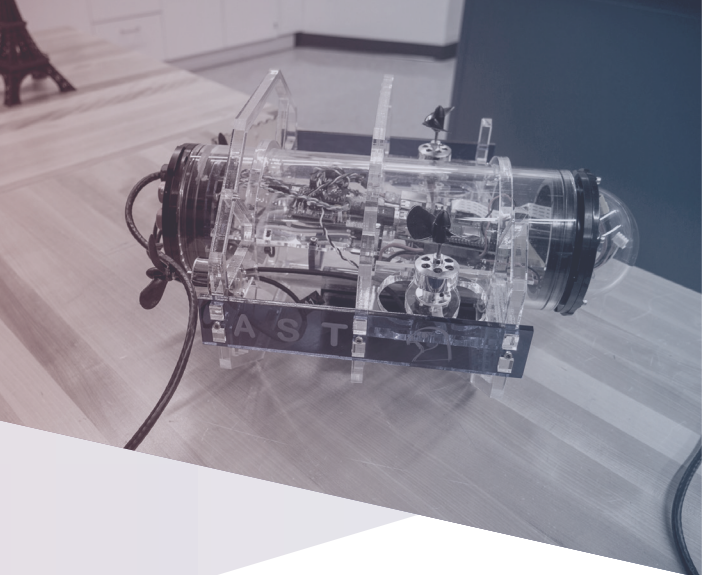
- + La première démarche de concertation a été menée lors de l'assemblée générale annuelle du 11 juin 2019, sous forme de sondage d'éveil à la transformation numérique, avec 51 répondants lors de l'événement.
- + Une proposition de services d'accompagnement a été mise en place chez Culture Laurentides, via le [site web](#) ainsi qu'avec des outils de représentation papier.
- + 20 membres de Culture Laurentides ont pu recevoir une consultation dédiée à leurs besoins. Ces consultations sont réparties parmi cinq artistes professionnels et 15 organismes culturels ou travailleurs culturels du territoire.
- + Grâce à une stratégie d'analyse propre à l'accompagnement précis que peut offrir un agent de développement numérique, quatre organismes des Laurentides ont pu être analysés de septembre 2019 à février 2020, en mode expérimentation.
- + Le premier organisme à recevoir cette analyse de transformation numérique a naturellement été Culture Laurentides.
- + Trois conclusions générales ont été précisées par 14 objectifs et 36 actions et résultats attendus, à l'intérieur d'un échéancier s'étendant jusqu'en 2021, en précisant que plusieurs objectifs sont déjà atteints, accélérés par les nécessités numériques imposées par le confinement.

## FORMATION

- + Le service numérique a, pour sa part, mis en place quatre formations dédiées à l'interne, au service de la transformation numérique et des projets en cours.
- + D'autre part, nous avons effectué un travail de recherche sur la littératie du numérique et la méthode la plus adaptée à son transfert au milieu. Une offre d'atelier très simple, sous forme de présentation de projets inspirants, a permis une discussion sur les termes et solutions technos les plus communs.

## VEILLE

- + À partir, premièrement, d'un objectif de rédaction d'un (1) texte de veille par mois, sur l'espace [blogue](#) de Culture Laurentides, nous avons pu produire 11 textes à thématiques numériques diverses. Depuis les meilleures pratiques numériques écoresponsables, jusqu'à des sujets plus pointus, comme la découverte des contenus culturels sur le web ou les données enrichies.
- + Au service d'une vision interrégionale de Lanaudière, Laurentides, Laval (les «3L numériques»), un répertoire collaboratif a été construit, dans le but d'enrichir la [Cartographie des acteurs culturels et numériques au Québec](#), planifiée en 2020.
- + La transformation de plusieurs bibliothèques de notre territoire nous a permis de réfléchir à l'avenir des nouvelles bibliothèques en région. Suite aux quatre projets évalués, nous avons référé des exemples inspirants, posé certaines balises de concertation citoyennes, émis un document de recommandations et produit des présentations de littératie.



## PROJETS

### 1. Découverte des lieux numériques des Laurentides

- Chaque visite se divise en trois temps: expérimentation et visite guidée, table de discussion et période de réseautage. Cette série de visites permet de rassembler les professionnels créateurs et diffuseurs, les partenaires d'événements numériques, ainsi que les «curieux» locaux du numérique qui deviennent souvent les meilleurs ambassadeurs.
- La tournée 2019-2020 incluait les lieux suivants: Fab Lab de l'Académie Sainte-Thérèse le 28 novembre 2019, Odyscène Cabaret BMO (téléprésence Scénic) le 11 février 2020, La Zone (lab pour ados) et le Bibliolab de Bois-des-Filion. Les deux dernières visites ont été reportées en 2021.

### 2. Wikipédia

- Un travail de préparation méthodique, autant par le biais du RADN et de son chantier «Découvrabilité» que par l'association des ADN des trois régions Lanaudière, Laval, Laurentides, a permis l'expérimentation de cellules d'enrichissement Wiki et leur propagation dans nos régions.
- Un projet de série d'ateliers pour le public a été acceptée par le ministère de la Culture et des Communications pour nos trois régions et se déroulera dans la prochaine année.

### 3. Baladodiffusion Café Culture

- En format projet pilote, deux premiers épisodes de 30 minutes ont été réalisés en décembre 2019.
- La balado se déroule dans une ambiance détendue, par exemple un café ou un lieu public culturel, du moins un lieu où on entend un fond de conversation ou de machine à café. On écoute deux personnes qui se connaissent mais qui ne sont pas intimes, issues idéalement du même secteur culturel, pour qu'elles se prononcent sur des enjeux communs.
- Nous voulons concevoir un contenu authentique, en phase avec l'état des lieux actuel en culture, par un outil numérique et mettre en perspective les enjeux, le niveau de littératie numérique et les stratégies des secteurs culturels.



# Mobilisation et formation

Transformation du poste Formation vers Mobilisation et formation afin de s'adapter à l'évolution du service et s'ouvrir aux possibilités de collaboration.

## MOBILISATION

- + Participation accrue à des rencontres de concertation organisée par l'équipe (festivals et événements, tournée numérique, etc.).
- + Organisation de rencontres ciblées pour établir de nouvelles collaborations.
- + Simplification et optimisation des outils administratifs pour la coordination des formations pour avoir une meilleure gestion du temps et ainsi développer le nouveau volet Mobilisation du poste.
- + Exploration de communications numériques actualisées pour rejoindre de nouvelles clientèles.

## FORMATIONS

### Des nouveautés qui ont eu beaucoup de succès!

- + Perfectionnement en éclairage de scène donné par le directeur technique du Théâtre Gilles-Vigneault, Stéphane Jolicoeur, dans la salle du théâtre. Un intensif de trois jours de 8 heures. 12 participants au total.
- + Formation en écriture de chansons avec Michel Robichaud. Un intensif de quatre jours de 6 heures. Contexte de création optimal dans un chalet à Mille-Isles!
- + Formation sur mesure de l'Atelier de l'Île: Introduction à la typographie traditionnelle et à la presse Vandercook avec Martin Dufour dans son atelier à Montréal. Quatre journées pour un total de 18 heures. 6 participants.



## STATISTIQUES

<b>Nbr de formation réalisées au total</b>	11/ 15 prévues (annulation en raison de la crise sanitaire du covid-19)
<b>Total de participants</b>	62
<b>Nbr d'heures</b>	86

### MRC

Pays-d'en-Haut	1
Laurentides	18
Rivière-du-Nord	18
Deux-Montagnes	5
Thérèse-De Blainville	8
Argenteuil	2
Antoine-Labelle	1
Mirabel	1
Hors-région	8

### Secteur

Arts de la scène	39
Arts visuels	19
Métiers d'art	3
Lettres	4
Patrimoine-Histoire-Muséologie	6
Travailleur culturel	9
Audiovisuel	2
Art numérique	4
Multidisciplinaire	2
Statut professionnel	60
Relève	2

### Nbr de formations sur mesure

Nbr de formations sur mesure	4
------------------------------	---

### Nbr d'heures de formation sur mesure

Nbr d'heures de formation sur mesure	118
--------------------------------------	-----

### Financement

Budget total	45 340 \$
Contribution totale de Services Québec	39 427 \$





# Administration

## GESTION DES RESSOURCES ET COMMUNICATIONS INTERNES

- + Arrivée de trois nouvelles employées au cours de la dernière année: création du poste d'agent de développement numérique (Gisèle Henne); poste d'agente de mobilisation et formation (Mariève Bibeau) et poste d'agente de communications (Kim Boivin).
- + Toute l'équipe à l'exception de la direction générale a un horaire de quatre jours et les agentes et la direction font du télétravail une journée par semaine.
- + Toute l'équipe a suivi différentes formations en groupe et en solo afin d'actualiser certaines compétences et d'apprendre à utiliser de nouvelles plateformes, dont Office 365.
- + Une vingtaine de rencontres internes, en équipe ou comité en lien avec des projets; quatre rencontres du comité exécutif, trois rencontres du conseil d'administration.
- + Dans un souci d'efficacité et/ou de réduction des coûts, la gestion des ressources matérielles se fait automatiquement lors de besoins précis ou de fins de contrat avec les différents fournisseurs. Cette année, le contrat de la timbreuse n'a pas été renouvelé, le coût de location mensuel était supérieur aux dépenses réelles en timbres.
- + Mise à jour de notre politique administrative.

## NOUVELLE BANQUE DE DONNÉES

- + Le site web est aussi lié à la banque de données interne, qui regroupe l'ensemble de nos contacts ainsi que tous nos membres.
- + Sa mise à jour se fait en continu, il faut ajouter les nouveaux artistes, enlever ceux qui ne pratiquent plus et mettre à jour les travailleurs culturels des organismes, pour qui le changement est plus fréquent.
- + Avec le changement de plateforme de notre site internet et par le fait-même le transfert de notre banque de données, un travail colossal de vérification et de jumelage des contacts aux organismes a dû être fait.
- + Une ressource externe a été engagée afin d'accélérer le processus et de rendre la banque opérationnelle rapidement.

## RÉALISATION DES SERVICES À LA CARTE

- + Cette année, les Services à la carte réalisés ont été exclusivement des accompagnements de planification stratégique. La Société d'histoire de la Rivière-du-Nord et l'Atelier de l'Île de Val-David ont bénéficié de l'expertise de la directrice de Culture Laurentides pour l'animation de rencontres de réflexion.

## MEMBRES

La baisse majeure du nombre de membres s'explique par le nouveau système de renouvellement qui a été mis en place avec le nouveau site internet. L'automatisation du processus n'a pas été bien reçue par tous. Certains ont connus des problèmes de connexion ou autres difficultés techniques au cours du renouvellement. La relance, qui normalement génère plusieurs renouvellements, n'a pas été effectuée comme par le passé en raison de l'attente de la réalisation de la phase 2 du site, qui finalisera le répertoire des membres entre autres. Cet avantage est très apprécié par notre réseau et nous souhaitons pouvoir leur offrir ce service lors de la relance.

Notons toutefois que les 34 nouveaux membres comptent pour 12,7% du total. Que ce soit pour profiter de nos services ou tout simplement pour appuyer notre mission, cette augmentation de nouveaux membres est très positive

et démontre l'engouement du milieu culturel à adhérer à notre réseau. Par nos activités, nos rencontres, nos représentations et nos services effectués tout au long de l'année, les administrateurs et l'équipe de Culture Laurentides travaillent fort pour élargir ce réseau afin de s'assurer d'une meilleure représentativité du milieu au sein de nos membres.

Cette représentativité se calcule à l'aide de notre banque de données, qui contient environ 3 500 contacts. Nous pouvons comparer par exemple le nombre d'artistes dans une discipline précise qui sont membres, versus le nombre d'artistes total de cette discipline dans notre banque de contacts. Ce qui nous permet ensuite de cibler les membres potentiels et d'orienter nos approches et services en ce sens. Cette démarche est en cours d'étude.

### RÉPARTITION DES MEMBRES PAR DISCIPLINE ET CATÉGORIE AU 31 MARS 2020

		DISCIPLINES											TOTAL			
		Arts de la scène	Arts visuels	Audio visuel	Lettres et édition	Métiers d'art	Communication / média / ntic	Patrimoine-histoire-muséologie	Travailleurs autonomes	Villes, MRC	Organismes régionaux / écoles	Sociétés d'histoire			Hors-région ou non-culturel	
MEMBRES ACTIFS	Artistes / intervenants professionnels	37	63	3	13	13			8						<b>137</b>	220
	Artistes de la relève professionnelle	2	2			1	1								<b>6</b>	
	Organismes culturels professionnels	16	7		3	2	1	2			2				<b>33</b>	
	Villes, MRC									34					<b>34</b>	
	Organismes régionaux et écoles										10				<b>10</b>	
MEMBRES ASSOCIÉS	Artistes adhérents aux objectifs du CCL	3	30		1	1							1	<b>36</b>	46	
	Organismes adhérents aux objectifs du CCL		6			1					3			<b>10</b>		
<b>TOTAL</b>		<b>58</b>	<b>108</b>	<b>3</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>34</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>266 *</b>		
REPRÉSENTATIVITÉ (%)		21,80	40,60	1,13	6,39	6,77	0,75	0,75	3,01	12,78						

\* Pourcentage de nouveaux membres : 12,7%

## RÉPARTITION DES MEMBRES SELON LA CATÉGORIE DE MEMBRE ET LA MRC

		DISCIPLINES										
		Antoine-Labelle	Argenteuil	Deux-Montagnes	Laurentides	Mirabel	Pays-d'en-Haut	Rivière-du-Nord	Thérèse-de-Blainville	Hors région	Régional	TOTAL
MEMBRES ACTIFS	Artistes / intervenants professionnels	5	8	12	35	3	36	20	18			137
	Artistes de la relève professionnelle				3		2	1				6
	Organismes culturels professionnels	4	2	2	8		8	6	3			33
	Villes, MRC	9	3	1	6	1	4	3	7			34
	Organismes régionaux et écoles			1		2	3	4				10
MEMBRES ASSOCIÉS	Artistes adhérents aux objectifs du CCL	1		5	7	2	6	8	6	1		36
	Organismes adhérents aux objectifs du CCL			3			4	1	2			10
<b>TOTAL</b>		<b>19</b>	<b>13</b>	<b>24</b>	<b>59</b>	<b>8</b>	<b>63</b>	<b>43</b>	<b>36</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>266 *</b>
REPRÉSENTATIVITÉ (%)		7,14	4,89	9,02	22,18	3,01	23,68	16,17	13,53	0,38	0	100,00

\* Pourcentage de nouveaux membres : 12,7%

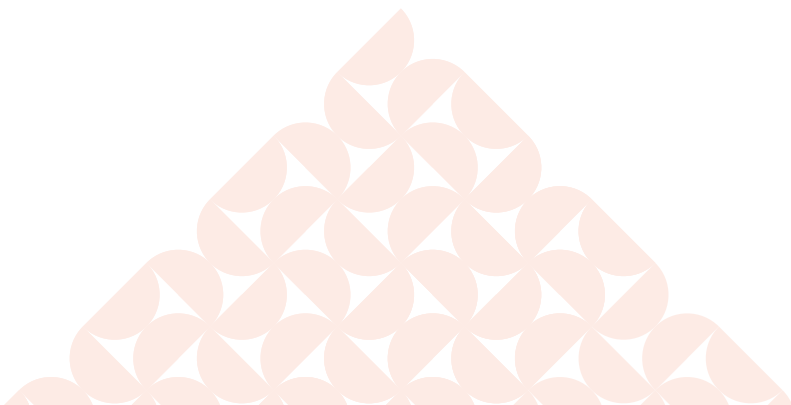
## NOUVEAUX MEMBRES CETTE ANNÉE - RÉPARTITION (les nouveaux membres sont inclus dans les tableaux-ci-hauts)

		DISCIPLINES												
		Arts de la scène	Arts visuels	Audio visuel	Lettres et édition	Métiers d'art	Communication / média / ntic	Patrimoine-histoire-muséologie	Travailleurs autonomes	Villes, MRC	Organismes régionaux / écoles	Sociétés d'histoire	Hors-région ou non-culturel	TOTAL
MEMBRES ACTIFS	Artistes / intervenants professionnels	6		7	2	2			4					21
	Artistes de la relève professionnelle						1							1
	Organismes culturels professionnels	1												1
	Villes, MRC								2					2
	Organismes régionaux et écoles													0
MEMBRES ASSOCIÉS	Artistes adhérents aux objectifs du CCL	2		5										7
	Organismes adhérents aux objectifs du CCL				1						1			2
<b>TOTAL</b>		<b>9</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>34</b>
REPRÉSENTATIVITÉ (%)		26,47	0	35,29	8,82	5,88	2,94	0	11,76	5,88	0	2,94	0	100,00





PLAN D'ACTION  
2020-2021



# Objectif général 1

## CONSOLIDER LA COMMUNAUTÉ CULTURELLE DES LAURENTIDES

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	RÔLES	MOYENS	ACTIONS	RÉSULTATS ATTENDUS
<b>1.1. Mieux connaître le milieu culturel des Laurentides.</b>	Veille, regroupement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Effectuer une mise à jour annuelle de notre banque de données</li> <li>Établir un portrait annuel du milieu culturel</li> <li>Assurer une planification interne et une présence plus soutenue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Effectuer des télérencontres de maturité numérique (10)</li> <li>Planifier et réaliser un calendrier de mise à jour de la base de données pour une meilleure gestion des membres et des contacts.</li> <li>Rédaction et recherche finales pour le Portrait culturel des Laurentides 2020</li> <li>Veille et état de situation du milieu dans le contexte covid-19</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Données actualisées</li> <li>Présence accrue</li> <li>Meilleure connaissance des réalités et besoins</li> </ul>
<b>1.2. S'assurer d'une meilleure représentativité du milieu au sein de nos membres</b>	Veille, regroupement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Établir des cibles proportionnelles entre le milieu et les membres.</li> <li>Recenser et cibler les membres potentiels</li> <li>Attribuer des objectifs de représentation et de nombre de candidats membres au CA et à l'équipe</li> <li>Évaluer annuellement l'augmentation des membres par rapport aux cibles établies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Établir un plan pour relancer les adhésions à la suite de la crise covid-19</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Augmentation du membership par rapport aux cibles</li> </ul>
<b>1.3. Viser l'augmentation du sentiment d'appartenance</b>	Information et promotion, regroupement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Repenser et dynamiser les rencontres d'équipe afin de stimuler le sentiment d'appartenance interne</li> <li>Planifier une veille stratégique des bons coups et des modèles dans notre milieu</li> <li>Mettre en valeur les succès et développer une image attrayante de Culture Laurentides</li> <li>Initier des rencontres de réseautage pour nos membres en lien avec nos objectifs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposer des rencontres Zoom-COVID-19 dans une approche de co-développement</li> <li>Stratégie de communication hebdomadaire</li> <li>Diffuser un portrait de nos membres</li> <li>Promouvoir le répertoire des membres</li> <li>Capsules vidéo promotion de la formation</li> <li>Réaliser balados – rencontres duo d'administrateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meilleure connaissance des bons coups</li> <li>Témoignages positifs</li> <li>Image actualisée/ plan de communication</li> <li>Sondage d'appréciation</li> </ul>

# Objectif général 2

## CRÉER DE NOUVELLES OPPORTUNITÉS DE COLLABORATION POUR NOTRE MILIEU AUPRÈS DES ACTEURS SOCIO-ÉCONOMIQUES CLÉS

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	RÔLES	MOYENS	ACTIONS	RÉSULTATS ATTENDUS
<b>2.1. Positionner favorablement Culture Laurentides et le milieu culturel auprès des élus des Laurentides</b>	Information et promotion, veille, représentation.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de communication et nouvelle image.</li> <li>Proposer des tournées, rencontres, invitations ciblées selon les secteurs</li> <li>Soutenir le renouvellement et le déploiement de l'entente régionale avec le CALQ</li> <li>Accompagner le milieu vers plus de soutien au Fonds d'aide au rayonnement des régions</li> <li>Faire connaître les projets et les services de Culture Laurentides</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adapter les services à distance lorsque possible et rester à l'affût des besoins.</li> <li>Soutenir la transformation numérique des petites et moyennes bibliothèques municipales (Val-David, Morin Heiths, Mt-Laurier).</li> <li>Communiquer les enjeux de la crise covid-19 et proposer des solutions</li> <li>Poursuivre les SAC (politiques culturelles)</li> <li>Suivre et planifier la reprise des activités de représentation, tournée, etc.</li> <li>Préparer des communications régulières avec les élus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Image et communications actualisées</li> <li>Rencontres en progression</li> <li>Mandats Service à la carte</li> <li>Augmentation membres dans cette catégorie</li> </ul>
<b>2.2. Positionner favorablement Culture Laurentides et le milieu culturel auprès des intervenants scolaires des Laurentides</b>	Promotion, veille, regroupement, développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de communication et nouvelle image</li> <li>Identifier les besoins des acteurs socio-économiques liés au milieu culturel</li> <li>Proposer des tournées, rencontres, invitations ciblées selon les secteurs</li> <li>Proposer des projets gagnant-gagnant aux secteurs clés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suivre et planifier la reprise des activités de représentation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Besoins identifiés</li> <li>Image et communications actualisées</li> <li>Rencontres en progression</li> <li>Projets</li> </ul>
<b>2.3. Favoriser et participer à la concertation régionale multisectorielle</b>	Veille, développement service de formation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proposer des tournées, rencontres, invitations ciblées selon les secteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Appuyer et développer la communauté numérique des 3L (Lanaudière, Laurentides, Laval)</li> <li>Représenter la culture au sein d'autres secteurs de développement (tourisme, développement économique, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nouvelles activités</li> <li>Nouvelles clientèles</li> </ul>

# Objectif général 3

## MOBILISER LES ACTEURS DU MILIEU VERS UN PARTAGE DU SAVOIR-FAIRE ET UNE MUTUALISATION DES RESSOURCES

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	RÔLES	MOYENS	ACTIONS	RÉSULTATS ATTENDUS
<b>3.1. Identifier les besoins, l'intérêt et connaître les forces et les savoir-faire du milieu culturel des Laurentides</b>	Veille, concertation, développement, service de formation	<ul style="list-style-type: none"><li>• Organiser et réaliser la cueillette des données</li><li>• Planifier et organiser des rencontres innovantes pour partager le savoir-faire et valider l'intérêt</li><li>• Mobiliser le milieu culturel vers les services de développement de carrière : ateliers, formation, accompagnements, mentorat.</li><li>• Accompagner le milieu vers une plus grande appropriation des outils numériques</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rédiger une offre de codéveloppement en cellules d'innovation. Mentorat de Culture Bas-St-Laurent.</li><li>• Mettre en place une table de concertation de l'ordre de la cellule d'innovation pour réfléchir aux actions à porter. Recevoir une offre du Llio (en cours).</li><li>• Offrir des ateliers et des formations sur le partage des ressources</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rencontres co-lab ; codéveloppement ; co-learning ; etc.</li><li>• Portrait des besoins</li></ul>
<b>3.2. Évaluer les meilleurs moyens pour arriver à une mutualisation des ressources</b>	Veille, concertation, développement, service de formation	<ul style="list-style-type: none"><li>• Créer un comité interne d'analyse des possibilités</li><li>• Recenser et analyser les modèles de réussite</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Planification d'un projet de mise en commun et report de l'événement en avril 2020.</li><li>• Évaluer les possibilités de mise en place d'une plate-forme collaboration de projets</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rencontres du comité</li><li>• Modèles</li></ul>



# Objectif général 4

## FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT ET LE RAYONNEMENT DE PROJETS RÉGIONAUX RASSEMBLEURS

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	RÔLES	MOYENS	ACTIONS	RÉSULTATS ATTENDUS
<b>4.1. Poursuivre l'organisation des événements existants tout en augmentant leur rayonnement.</b>	Promotion, rassemblement, développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Établir des objectifs de rayonnement et évaluer les retombées à chaque édition</li> <li>Organiser les Grands Prix de la culture des Laurentides</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisiter la formule de Contact culture pour l'adapter à la réalité de la crise sanitaire</li> <li>Reporter les Grands Prix en 2021</li> <li>Organiser la remise du Prix du CALQ</li> <li>Communiquer les changements 2020 à notre milieu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bilan positif</li> </ul>
<b>4.2. Être à l'affût des opportunités de financement et les utiliser comme levier (interne et externe)</b>	Veille, rôle-conseil, information et promotion, service de formation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rencontre annuelle d'information et de planification sur le financement</li> <li>Ajouter un volet programmes et financement dans l'animation des rencontres de concertation</li> <li>Mettre à jour les liens régulièrement dans nos outils de communication</li> <li>Participer de concert avec le Réseau des conseils régionaux de la culture du Québec aux représentations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Annoncer les mesures et les programmes d'urgence: Rencontres Zoom COVID-19</li> <li>Section covid-19 sur le site web</li> <li>Projet de littératie numérique régionale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rencontres</li> <li>Meilleure diffusion</li> </ul>
<b>4.3. Innover dans les formules utilisées pour rejoindre et accompagner notre milieu</b>	Formation, mobilisation, développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organiser des rencontres avec le milieu (MRC, diffuseurs, etc.)</li> <li>Poursuivre le jumelage des rencontres Culture Laurentides avec événement ou rencontre existants</li> <li>Accroître la présence sur les réseaux sociaux (groupe d'échange, conseil, partage, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Webinaire sur la littératie numérique en culture.</li> <li>Projet wiwi 3 L: ateliers web dans les Laurentides</li> <li>Rencontre pour les artisans de métiers d'art en collaboration avec le CMAQ (virtuelle)</li> <li>Rencontre pour les événements et festivals en collaboration avec Tourisme Laurentides</li> <li>Possibilités et pertinence d'offrir des formations en ligne.</li> <li>Engagement d'un soutien Ti pour les rencontres en ligne</li> <li>Formation Zoom pour l'Équipe et explorer les plateformes disponibles pour les événements Web.</li> <li>Produire des contenus et les diffuser (blogue, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bilan positif</li> </ul>

# Objectif général 4

## FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT ET LE RAYONNEMENT DE PROJETS RÉGIONAUX RASSEMBLEURS (SUITE)

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	RÔLES	MOYENS	ACTIONS	RÉSULTATS ATTENDUS
<b>4.4. Prioriser l'engagement et la valorisation des ressources du milieu</b>	Promotion, rassemblement, développement	<ul style="list-style-type: none"><li>• Poursuivre l'engagement envers les ressources du milieu pour nos activités et événements</li><li>• Réaliser une politique d'engagement de ressources locales et régionales dans une perspective de développement durable</li><li>• Mettre en valeur les ressources engagées afin de créer un incitatif dans le milieu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Premier jet sur la politique d'engagement local</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bilan positif</li></ul>
<b>4.5. Assurer la mise en valeur de projets réalisés</b>	Promotion	<ul style="list-style-type: none"><li>• Poursuivre et élargir la promotion des projets et des succès de Culture Laurentides et du milieu dans nos communications et nos activités</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Annoncer nos participations à des projets sectoriels</li><li>• Faire un bilan positif des projets et succès numériques et le diffuser</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bilan positif</li></ul>



# REMERCIEMENTS

## Culture Laurentides remercie ses partenaires :

- Ministère de la Culture et des Communications du Québec
- Conseil des arts et des lettres du Québec
- Compétence Culture
- Services Québec Laurentides
- La Fabrique culturelle et Télé-Québec Outaouais-Laurentides
- L'ensemble des députés des Laurentides
- Caisses populaires Desjardins des Laurentides
- SNQ Laurentides
- Carrefours Jeunesse-Emploi de la région des Laurentides
- Ville de Saint-Jérôme
- Municipalité de Morin-Heights
- MAC LAU
- Fab Lab de l'Académie Sainte-Thérèse
- Odyscène
- Auberge du Baril Roulant
- MRC et municipalités des Laurentides partenaires de nos projets
- Élisabeth Lauzon, MACLAU

## Culture Laurentides est membre des organismes suivants :

- Tourisme Laurentides
- SNQ Laurentides
- Réseau des conseils régionaux de la culture du Québec
- Compétence culture
- Fédération Histoire Québec
- Association Régionale de Loisirs pour Personnes Handicapées des Laurentides



# Culture Laurentides

223, rue Saint-Georges, bureau 400  
Saint-Jérôme (Québec) J7Z 5A1

450 432-2425 // Sans frais: 1 866 432-2680

[culturelaurentides.com](http://culturelaurentides.com)