Une ressource publiée sur tmnlab.com

Baromètre des pratiques numériques 2024 en Wallonie Bruxelle : une méthode inspirante, des recommandations partagées

Posted on 3 mai 2024 by Anne Le Gall

La Fédération Wallonie-Bruxelles vient de publier son Baromètre des pratiques numériques des opérateurs culturels & médiatiques en Fédération Wallonie-Bruxelles qui trouve au sein de la Communauté TMNlab un formidable écho avec nos Etats des lieux du numérique dans le spectacle vivant menés en 2016 et 2021.

Il est passionnant, au-delà des résultats, d'observer leur approche méthodologie inspirante et de constater que parmi les défis majeurs, nous partageons les mêmes observations : sécurité informatique, protection des données, manque de formation / d'expertise numérique et besoin en financement.

Le baromètre des pratiques numériques des opérateurs culturels et médiatiques en Fédération Wallonie-Bruxelles est issu d'une enquête de l'Université catholique de Louvain | UCLouvain, menée du 24 août 2023 au 12 octobre 2023, ayant pour objectif d'établir une cartographie des pratiques numériques de ces opérateurs. Pas moins de 401 opérateurs ont participé à cette enquête dont **24,4% sont des institutions des arts de la scène**.

On y retrouve, comme dans notre *Etat des lieux*, de grandes rubriques : stratégie numérique générale, pratiques numériques organisationnelles, pratiques numériques communicationnelles et pratiques numériques liées aux contenus – là où nous proposions une approche communication-médiations-contenus regroupée et une partie dédiée à la culture de la donnée.

Globalement, le baromètre témoigne d'un haut niveau de développement numérique, avec une adoption significative de stratégies numériques et de pratiques en ligne pour fidéliser et élargir le public. La diversité de freins est très importante, comme la diversité des répondants. Notons un point de vigilance intéressant : certains opérateurs culturels de petite taille ne voient pas la nécessité de renforcer leur présence numérique et soulignent le **danger d'une invisibilisation d'une partie de leur audience** si un développement numérique plus important était envisagé. Il s'agit de ne pas céder au caractère injonctif.

En parallèle de la description des tendances sur l'ensemble des opérateurs, l'étude s'est focalisée sur la segmentation de la population étudiée en groupes d'opérateurs qui partagent des similarités de comportement pour lesquels le rapport rappelle les défis et propose des inspirations :

- Persona 1: Les grandes structures créatives
- Persona 2: Les investis du numérique

- Persona 3: Les opérateurs en quête de numérisation
- Persona 4: Les opérateurs en manque de moyens
- Persona 5: Les créateurs de contenus physique

barometre-culture-media-FWB-2024-rapportTélécharger
Accèdez au site du Baromètre