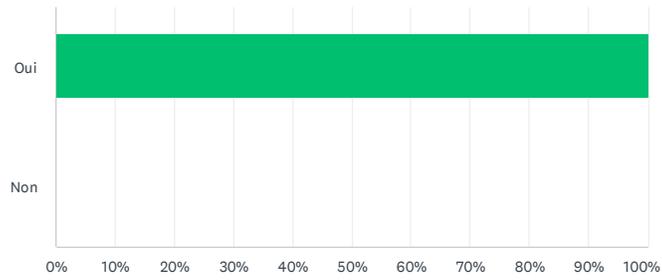


Q1 Avez-vous essayé une ou plusieurs initiatives numériques depuis mars 2020?

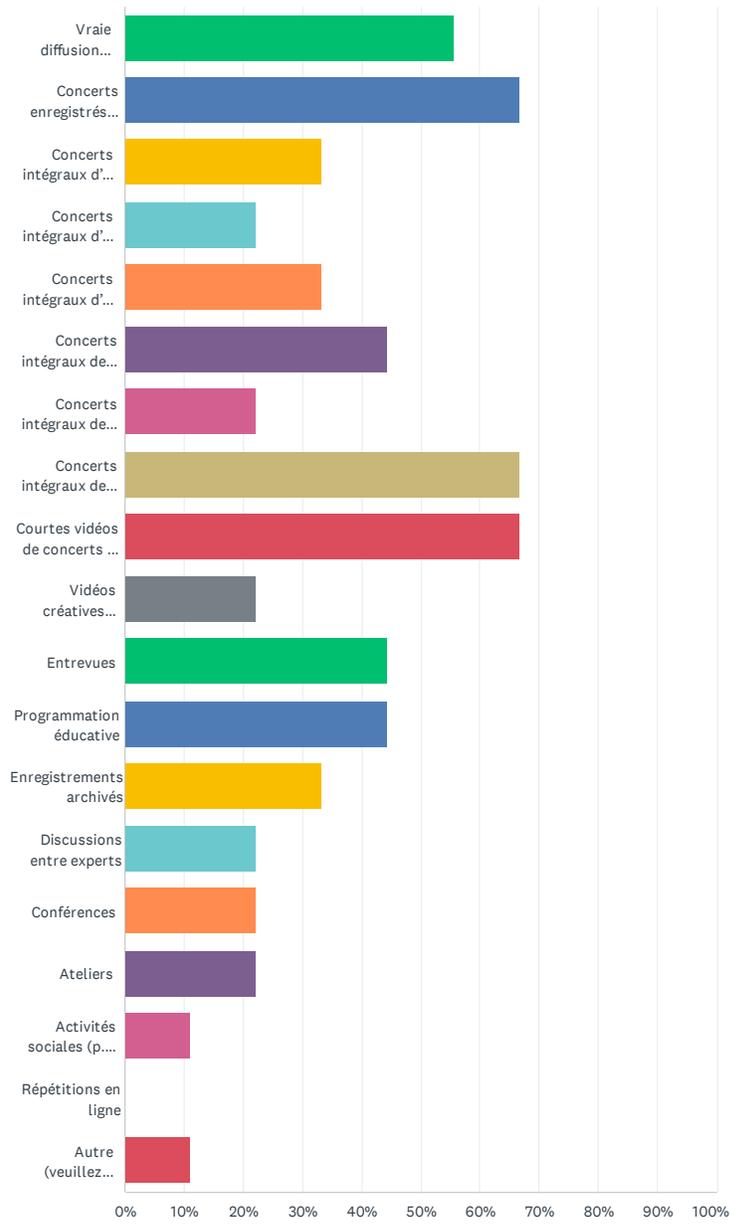
Answered: 9 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Oui	100.00%	9
Non	0.00%	0
TOTAL		9

Q2 Si oui, veuillez choisir tout ce qui s'applique :

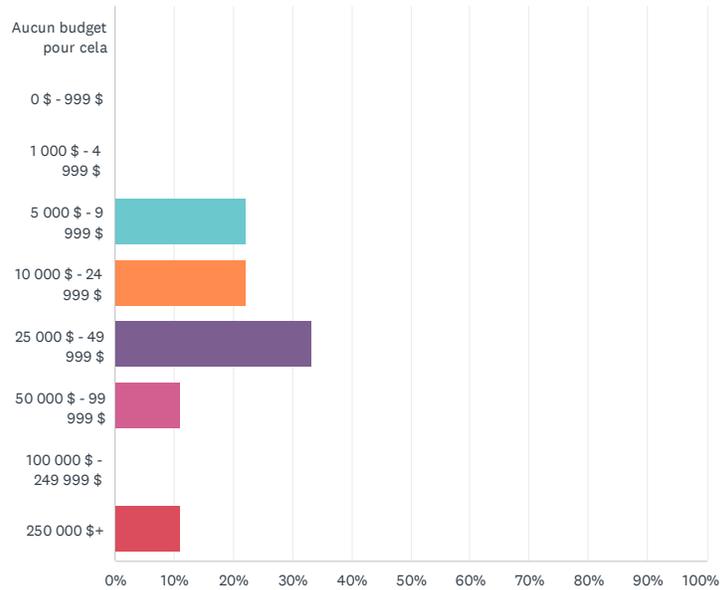
Answered: 9 Skipped: 0



ANSWER CHOICES		RESPONSES	
Vraie diffusion continue en direct (avec des musiciens qui se produisent devant les caméras et diffusion en direct)		55.56%	5
Concerts enregistrés (tournage, montage et diffusion postérieure)		66.67%	6
Concerts intégraux d'un petit ensemble (accessible avec un billet payé ou un abonnement)		33.33%	3
Concerts intégraux d'un petit ensemble (accessible avec un don)		22.22%	2
Concerts intégraux d'un petit ensemble (accessible gratuitement)		33.33%	3
Concerts intégraux de grand orchestre (accessible avec un billet payé ou un abonnement)		44.44%	4
Concerts intégraux de grand orchestre (accessible avec un don)		22.22%	2
Concerts intégraux de grand orchestre (accessible gratuitement)		66.67%	6
Courtes vidéos de concerts ou spectacles (p. ex., extraits de concert, courts morceaux)		66.67%	6
Vidéos créatives expérimentales (p.. ex., vidéoclips, animations avec trame musicale)		22.22%	2
Entrevues		44.44%	4
Programmation éducative		44.44%	4
Enregistrements archivés		33.33%	3
Discussions entre experts		22.22%	2
Conférences		22.22%	2
Ateliers		22.22%	2
Activités sociales (p. ex., activités pour donateurs ou abonnés sur Zoom)		11.11%	1
Répétitions en ligne		0.00%	0
Autre (veuillez préciser)		11.11%	1
Total Respondents: 9			
#	AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER)	DATE	
1	capsules musicales	8/25/2021 7:56 AM	

Q3 Combien votre orchestre a-t-il investi au total dans ces nouvelles initiatives numériques? (En incluant le tournage, le montage, la distribution, l'achat de nouvel équipement, etc. – mais non les frais artistiques ou de production qui auraient quand même été engagés pour un spectacle en salle.)

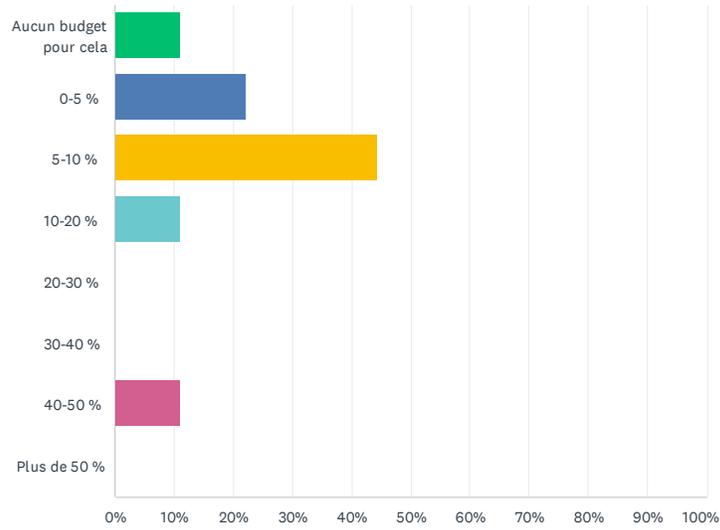
Answered: 9 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Aucun budget pour cela	0.00% 0
0 \$ - 999 \$	0.00% 0
1 000 \$ - 4 999 \$	0.00% 0
5 000 \$ - 9 999 \$	22.22% 2
10 000 \$ - 24 999 \$	22.22% 2
25 000 \$ - 49 999 \$	33.33% 3
50 000 \$ - 99 999 \$	11.11% 1
100 000 \$ - 249 999 \$	0.00% 0
250 000 \$+	11.11% 1
TOTAL	9

Q4 Quel pourcentage du budget de votre orchestre a été consacré à ces nouvelles initiatives numériques?

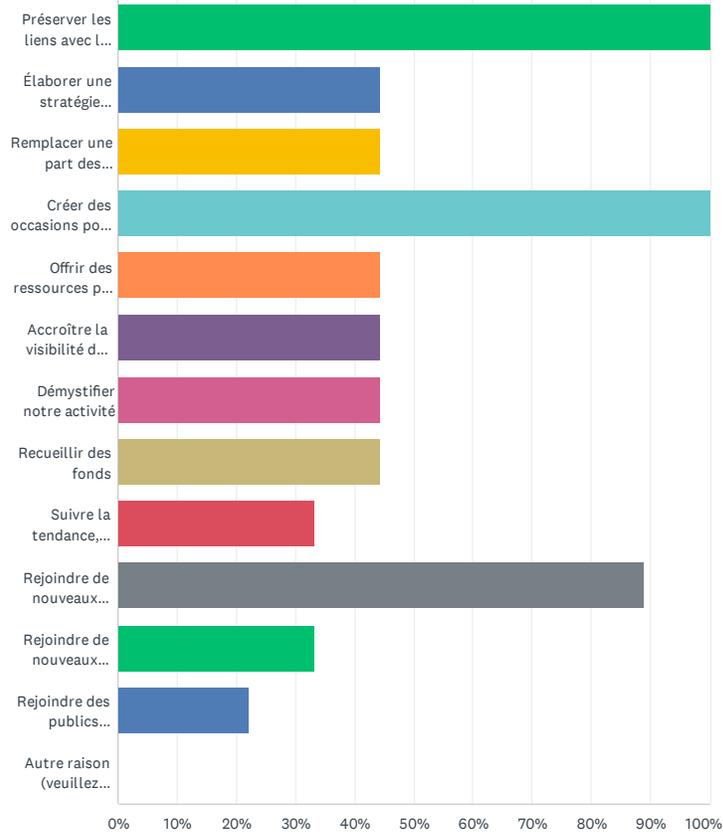
Answered: 9 Skipped: 0



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Aucun budget pour cela	11.11% 1
0-5 %	22.22% 2
5-10 %	44.44% 4
10-20 %	11.11% 1
20-30 %	0.00% 0
30-40 %	0.00% 0
40-50 %	11.11% 1
Plus de 50 %	0.00% 0
TOTAL	9

Q5 Quels objectifs visiez-vous? Veuillez indiquer tout ce qui s'applique :

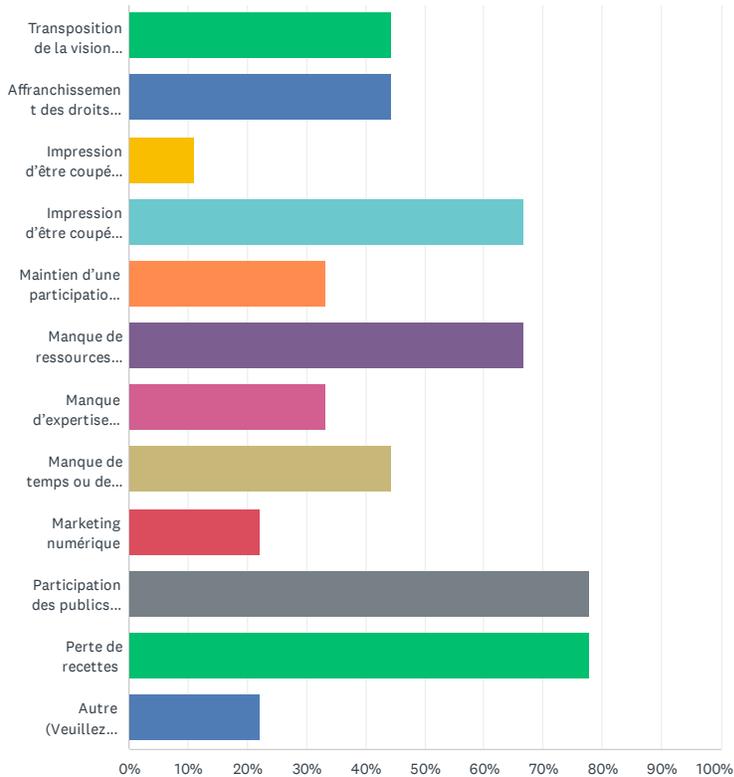
Answered: 9 Skipped: 0



ANSWER CHOICES		RESPONSES	
Préserver les liens avec le public		100.00%	9
Élaborer une stratégie numérique		44.44%	4
Remplacer une part des recettes qui ne pouvaient venir de la vente de billets		44.44%	4
Créer des occasions pour les musiciens		100.00%	9
Offrir des ressources pour les enfants		44.44%	4
Accroître la visibilité de la marque		44.44%	4
Démystifier notre activité		44.44%	4
Recueillir des fonds		44.44%	4
Suivre la tendance, puisque tout le monde semblait le faire!		33.33%	3
Rejoindre de nouveaux publics dans notre région		88.89%	8
Rejoindre de nouveaux publics ailleurs au Canada		33.33%	3
Rejoindre des publics internationaux		22.22%	2
Autre raison (veuillez préciser)		0.00%	0
Total Respondents: 9			
#	AUTRE RAISON (VEUILLEZ PRÉCISER)	DATE	
	There are no responses.		

Q6 Quelles difficultés avez-vous rencontrées à cause de la pandémie? (veuillez choisir tout ce qui s'applique)

Answered: 9 Skipped: 0

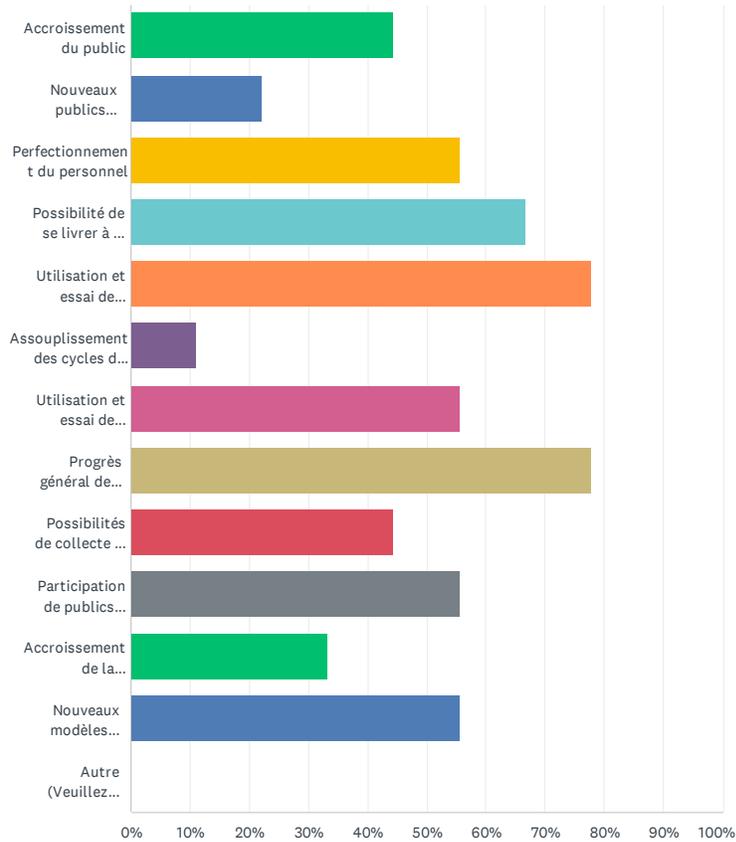


ANSWER CHOICES	RESPONSES
Transposition de la vision artistique au numérique	44.44% 4
Affranchissement des droits et droits d'auteur	44.44% 4
Impression d'être coupés des musiciens	11.11% 1
Impression d'être coupés du public	66.67% 6
Maintien d'une participation équitable de la part des musiciens	33.33% 3
Manque de ressources financières pour créer un produit numérique	66.67% 6
Manque d'expertise dans le numérique	33.33% 3
Manque de temps ou de ressources humaines	44.44% 4
Marketing numérique	22.22% 2
Participation des publics actuels au numérique [p. ex., difficultés techniques ou manque d'expertise technique parmi les membres du public, difficulté à rallier le public actuel autour du numérique]	77.78% 7
Perte de recettes	77.78% 7
Autre (Veuillez préciser. Nous aimerions en savoir davantage sur les difficultés que vous avez rencontrées durant la pandémie.)	22.22% 2
Total Respondents: 9	

#	AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER. NOUS AIMERIONS EN SAVOIR DAVANTAGE SUR LES DIFFICULTÉS QUE VOUS AVEZ RENCONTRÉES DURANT LA PANDÉMIE.)	DATE
1	Temps de production plus long (montage).	9/17/2021 1:29 PM
2	Capacité de se rencontrer	9/10/2021 12:02 PM

Q7 Quelles occasions nouvelles, le cas échéant, la pandémie a-t-elle créées pour vous? Veuillez indiquer tout ce qui s'applique :

Answered: 9 Skipped: 0

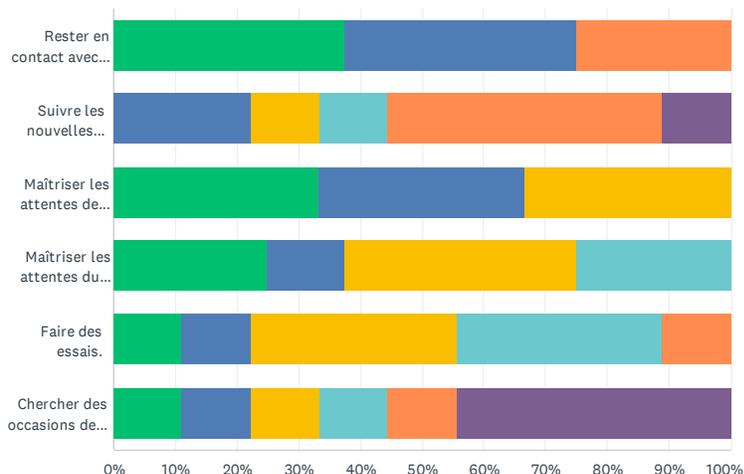


ANSWER CHOICES	RESPONSES
Accroissement du public	44.44% 4
Nouveaux publics étrangers	22.22% 2
Perfectionnement du personnel	55.56% 5
Possibilité de se livrer à une réflexion stratégique	66.67% 6
Utilisation et essai de nouvelles plateformes	77.78% 7
Assouplissement des cycles de planification	11.11% 1
Utilisation et essai de nouveaux supports et formats (p. ex., vidéoclips)	55.56% 5
Progrès général de l'organisme sur le plan du numérique	77.78% 7
Possibilités de collecte de fonds	44.44% 4
Participation de publics nouveaux au numérique	55.56% 5
Accroissement de la collaboration	33.33% 3
Nouveaux modèles d'ententes avec les musiciens en ce qui concerne le numérique	55.56% 5
Autre (Veuillez préciser. Nous aimerions en savoir davantage sur les possibilités qui se sont offertes à votre orchestre durant la pandémie.)	0.00% 0
Total Respondents: 9	

#	AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER. NOUS AIMERIONS EN SAVOIR DAVANTAGE SUR LES POSSIBILITÉS QUI SE SONT OFFERTES À VOTRE ORCHESTRE DURANT LA PANDÉMIE.)	DATE
	There are no responses.	

Q8 Qu'est-ce qui vous a le plus aidé à faire face à la situation, vous adapter et aller de l'avant durant la pandémie? (Classez l'importance de chaque option en utilisant la matrice ci-dessous, 1 étant le plus important et 6 le moins important. Sélectionnez N/A pour celles qui ne s'appliquent pas)ATTENTION : Pour chaque chiffre de l'échelle de classement, veuillez ne choisir qu'une seule option dans la liste. Veuillez revoir vos classements avant de passer à la suite pour vous assurer qu'ils sont complets.

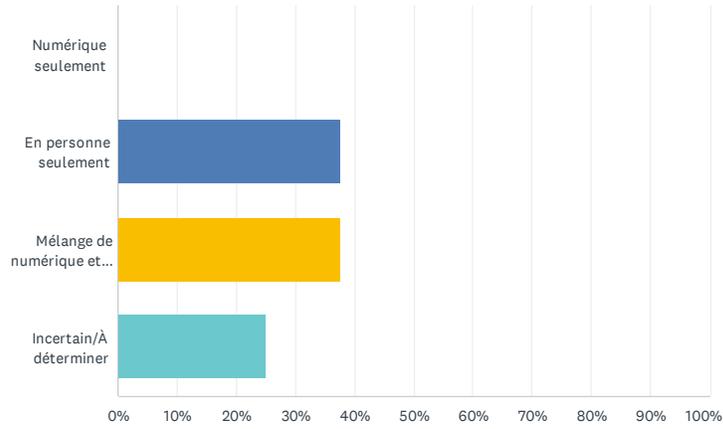
Answered: 9 Skipped: 0



	1 (LE PLUS IMPORTANT)	2	3	4	5	6 (LE MOINS IMPORTANT)	N/A	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Rester en contact avec ses pairs partout au pays.	37.50% 3	37.50% 3	0.00% 0	0.00% 0	25.00% 2	0.00% 0	0.00% 0	8	4.63
Suivre les nouvelles concernant les orchestres à l'échelle mondiale.	0.00% 0	22.22% 2	11.11% 1	11.11% 1	44.44% 4	11.11% 1	0.00% 0	9	2.89
Maîtriser les attentes de l'équipe interne (bénévoles, employés, conseil d'administration.)	33.33% 3	33.33% 3	33.33% 3	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	9	5.00
Maîtriser les attentes du public.	25.00% 2	12.50% 1	37.50% 3	25.00% 2	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	8	4.38
Faire des essais.	11.11% 1	11.11% 1	33.33% 3	33.33% 3	11.11% 1	0.00% 0	0.00% 0	9	3.78
Chercher des occasions de formation ou de perfectionnement professionnel.	11.11% 1	11.11% 1	11.11% 1	11.11% 1	11.11% 1	44.44% 4	0.00% 0	9	2.67

Q9 Comment prévoyez-vous offrir votre contenu durant la saison 2021-2022?

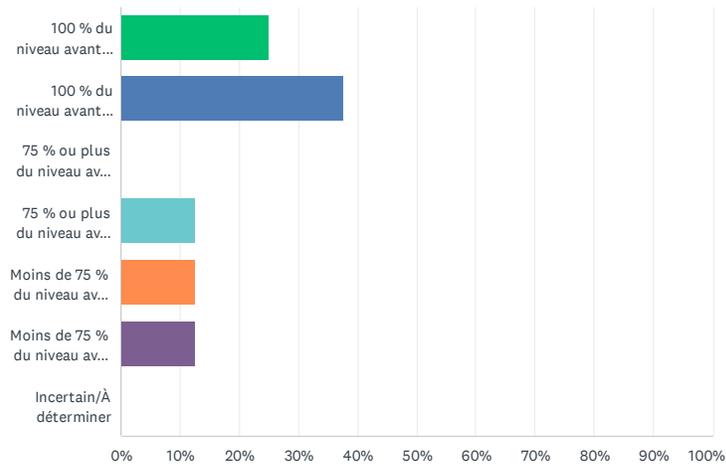
Answered: 8 Skipped: 1



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Numérique seulement	0.00%	0
En personne seulement	37.50%	3
Mélange de numérique et de prestations en personne (hybride)	37.50%	3
Incertain/À déterminer	25.00%	2
TOTAL		8

Q10 Laquelle des options suivantes décrit le mieux vos plans pour la saison 2021-2022?

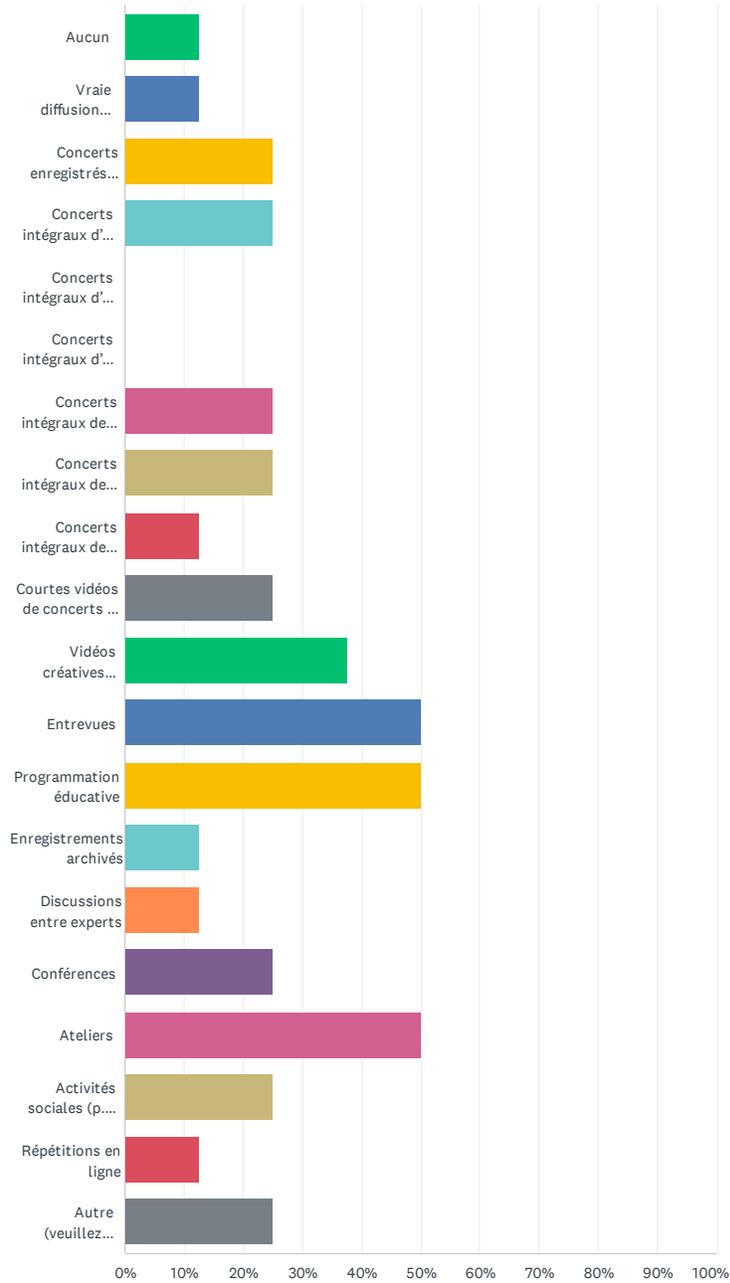
Answered: 8 Skipped: 1



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
100 % du niveau avant la pandémie de prestations en personne, pas de numérique	25.00%	2
100 % du niveau avant la pandémie de prestations en personne + numérique	37.50%	3
75 % ou plus du niveau avant la pandémie de prestations en personne, pas de numérique	0.00%	0
75 % ou plus du niveau avant la pandémie de prestations en personne + numérique	12.50%	1
Moins de 75 % du niveau avant la pandémie de prestations en personne, pas de numérique	12.50%	1
Moins de 75 % du niveau avant la pandémie de prestations en personne + numérique	12.50%	1
Incertain/À déterminer	0.00%	0
TOTAL		8

Q11 Quelles initiatives numériques avez-vous prévues pour la saison 2021-2022? (Cochez tout ce qui s'applique.)

Answered: 8 Skipped: 1

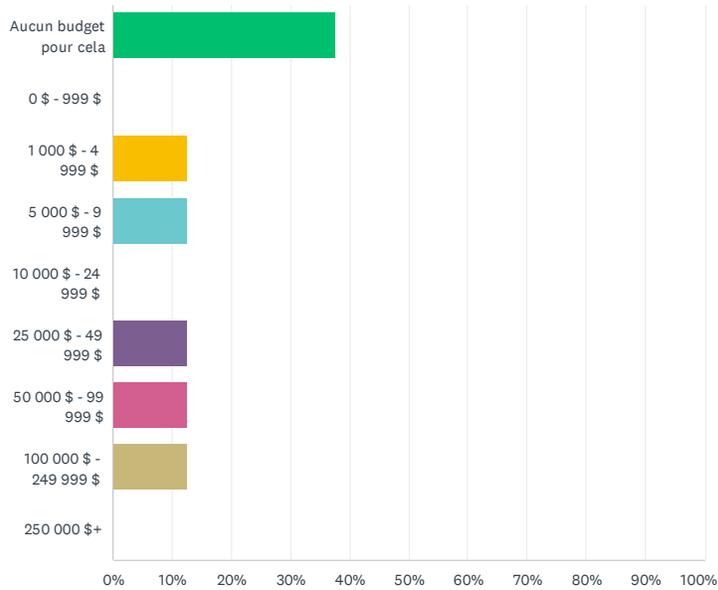


ANSWER CHOICES	RESPONSES
Aucun	12.50% 1
Vraie diffusion continue en direct (avec des musiciens qui se produisent devant les caméras et diffusion en direct)	12.50% 1
Concerts enregistrés (tournage, montage et diffusion postérieure)	25.00% 2
Concerts intégraux d'un petit ensemble (accessible avec un billet payé ou un abonnement)	25.00% 2
Concerts intégraux d'un petit ensemble (accessible avec un don)	0.00% 0
Concerts intégraux d'un petit ensemble (accessible gratuitement)	0.00% 0
Concerts intégraux de grand orchestre (accessible avec un billet payé ou un abonnement)	25.00% 2
Concerts intégraux de grand orchestre (accessible avec un don)	25.00% 2
Concerts intégraux de grand orchestre (accessible gratuitement)	12.50% 1
Courtes vidéos de concerts ou spectacles (p. ex., extraits de concert, courts morceaux)	25.00% 2
Vidéos créatives expérimentales (p. ex., vidéoclips, animations avec trame musicale)	37.50% 3
Entrevues	50.00% 4
Programmation éducative	50.00% 4
Enregistrements archivés	12.50% 1
Discussions entre experts	12.50% 1
Conférences	25.00% 2
Ateliers	50.00% 4
Activités sociales (p. ex., activités pour donateurs ou abonnés sur Zoom)	25.00% 2
Répétitions en ligne	12.50% 1
Autre (veuillez préciser)	25.00% 2
Total Respondents: 8	

#	AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER)	DATE
1	6 capsules musicales	8/25/2021 8:01 AM
2	Si la santé public ferme les salle de concert, nous retournerons au numérique sinon tout nos concerts seront en présentiels.	8/24/2021 9:40 AM

Q12 Quel est votre budget de dépenses total pour les initiatives numériques de la saison 2021-2022?

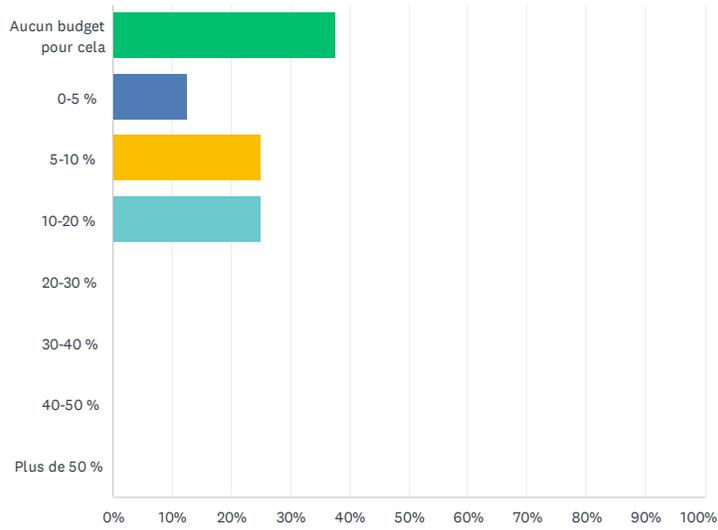
Answered: 8 Skipped: 1



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Aucun budget pour cela	37.50%	3
0 \$ - 999 \$	0.00%	0
1 000 \$ - 4 999 \$	12.50%	1
5 000 \$ - 9 999 \$	12.50%	1
10 000 \$ - 24 999 \$	0.00%	0
25 000 \$ - 49 999 \$	12.50%	1
50 000 \$ - 99 999 \$	12.50%	1
100 000 \$ - 249 999 \$	12.50%	1
250 000 \$+	0.00%	0
TOTAL		8

Q13 À quel pourcentage du budget total de votre orchestre est-ce que cela correspond?

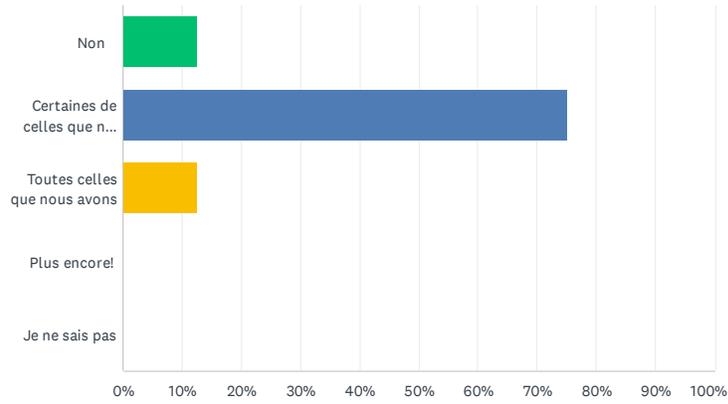
Answered: 8 Skipped: 1



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Aucun budget pour cela	37.50%	3
0-5 %	12.50%	1
5-10 %	25.00%	2
10-20 %	25.00%	2
20-30 %	0.00%	0
30-40 %	0.00%	0
40-50 %	0.00%	0
Plus de 50 %	0.00%	0
TOTAL		8

Q14 Quand le public pourra revenir à pleine capacité aux salles de concert, avez-vous l'intention de maintenir des activités numériques?

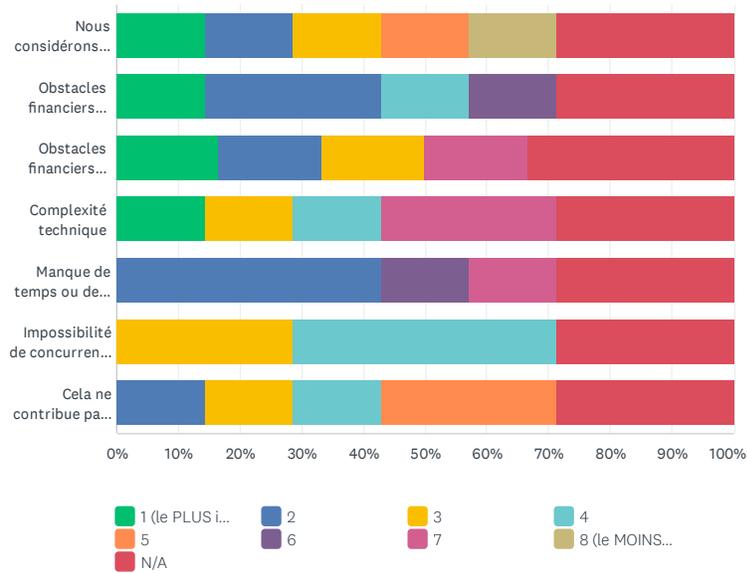
Answered: 8 Skipped: 1



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Non	12.50% 1
Certaines de celles que nous avons	75.00% 6
Toutes celles que nous avons	12.50% 1
Plus encore!	0.00% 0
Je ne sais pas	0.00% 0
TOTAL	8

Q15 Si vous ne prévoyez pas avoir d'activités numériques, pourquoi? (Classez l'importance de chaque option en utilisant la matrice ci-dessous, 1 étant le plus important et 8 le moins important. Sélectionnez N/A pour celles qui ne s'appliquent pas). ATTENTION : Pour chaque chiffre de l'échelle de classement, veuillez ne choisir qu'une seule option dans la liste. Veuillez revoir vos classements avant de passer à la suite pour vous assurer qu'ils sont complets.

Answered: 7 Skipped: 2

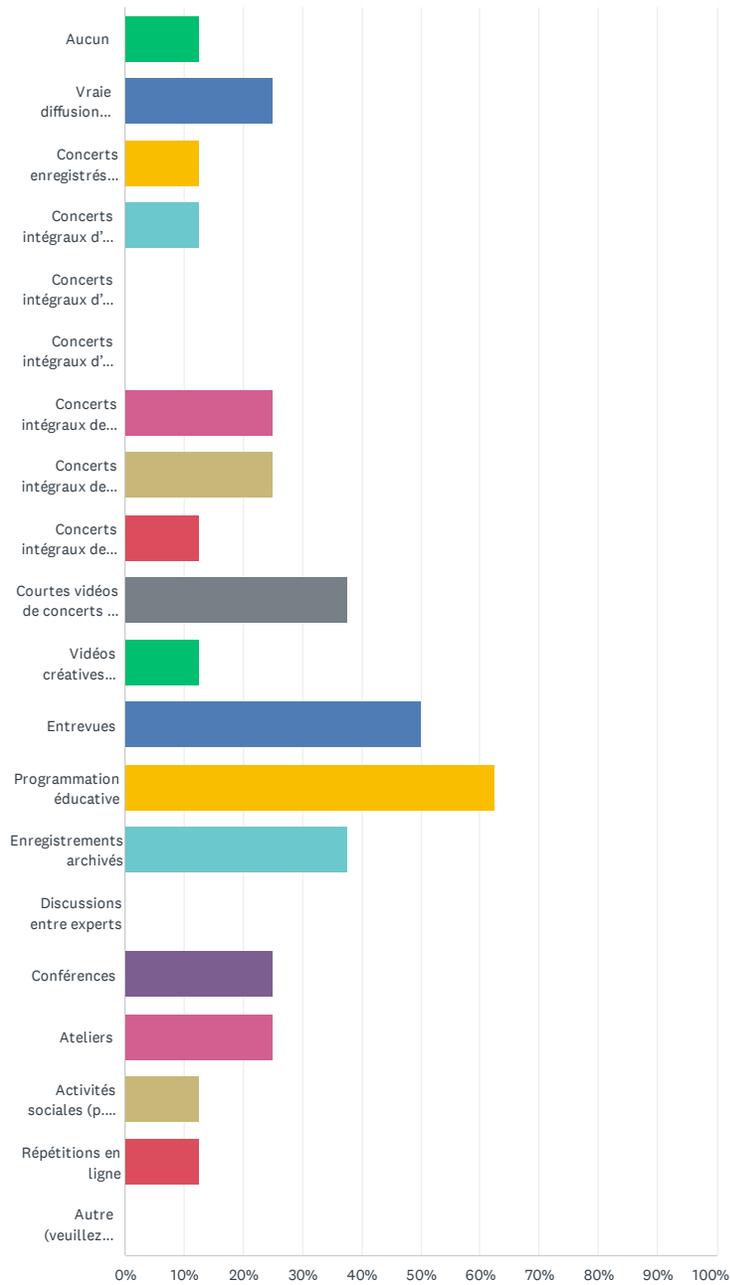


	1 (LE PLUS IMPORTANT)	2	3	4	5	6	7	8 (LE MOINS IMPORTANT)	N/A	TOTAL	WEIGHTE AVERAGI	
Nous considérons l'activité numérique comme une mesure temporaire seulement jusqu'à la reprise des concerts en salle.	14.29% 1	14.29% 1	14.29% 1	0.00% 0	14.29% 1	0.00% 0	0.00% 0		14.29% 1	28.57% 2	7	5.
Obstacles financiers (disparition des fonds publics)	14.29% 1	28.57% 2	0.00% 0	14.29% 1	0.00% 0	14.29% 1	0.00% 0		0.00% 0	28.57% 2	7	6.
Obstacles financiers (autre)	16.67% 1	16.67% 1	16.67% 1	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	16.67% 1		0.00% 0	33.33% 2	6	5.
Complexité technique	14.29% 1	0.00% 0	14.29% 1	14.29% 1	0.00% 0	0.00% 0	28.57% 2		0.00% 0	28.57% 2	7	4.
Manque de temps ou de ressources humaines	0.00% 0	42.86% 3	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	14.29% 1	14.29% 1		0.00% 0	28.57% 2	7	5.
Impossibilité de concurrencer avec les autres produits numériques	0.00% 0	0.00% 0	28.57% 2	42.86% 3	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0		0.00% 0	28.57% 2	7	5.
Cela ne contribue pas à la réalisation de notre mission	0.00% 0	14.29% 1	14.29% 1	14.29% 1	28.57% 2	0.00% 0	0.00% 0		0.00% 0	28.57% 2	7	5.

#	AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER)	DATE
1	Les concerts doivent se vivre en salle, les concerts numériques sont ennuyeux et ne permette pas au public d'apprécier le talent de nos musiciens. Pour nous c'était une mesure temporaire	8/24/2021 9:40 AM

Q16 Quelles initiatives numériques avez-vous prévues à partir de 2022-2023? (Cochez tout ce qui s'applique.)

Answered: 8 Skipped: 1

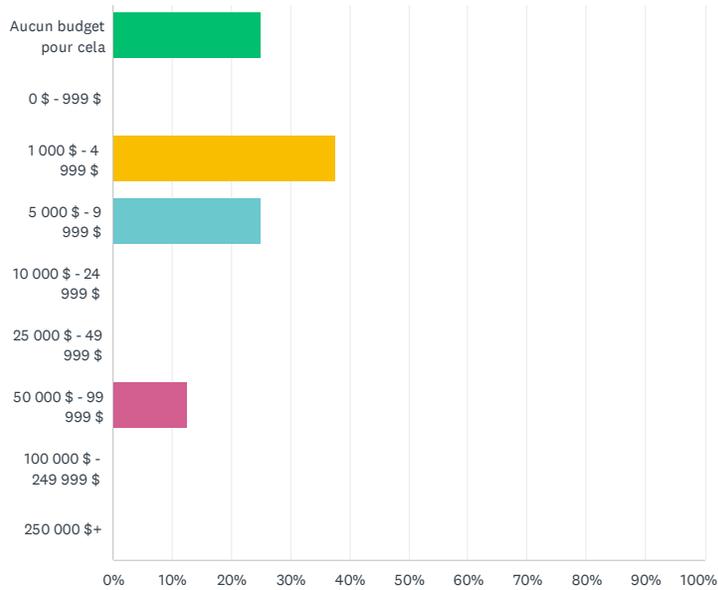


ANSWER CHOICES	RESPONSES
Aucun	12.50% 1
Vraie diffusion continue en direct (avec des musiciens qui se produisent devant les caméras et diffusion en direct)	25.00% 2
Concerts enregistrés (tournage, montage et diffusion postérieure)	12.50% 1
Concerts intégraux d'un petit ensemble (accessible avec un billet payé ou un abonnement)	12.50% 1
Concerts intégraux d'un petit ensemble (accessible avec un don)	0.00% 0
Concerts intégraux d'un petit ensemble (accessible gratuitement)	0.00% 0
Concerts intégraux de grand orchestre (accessible avec un billet payé ou un abonnement)	25.00% 2
Concerts intégraux de grand orchestre (accessible avec un don)	25.00% 2
Concerts intégraux de grand orchestre (accessible gratuitement)	12.50% 1
Courtes vidéos de concerts ou spectacles (p. ex., extraits de concert, courts morceaux)	37.50% 3
Vidéos créatives expérimentales (p. ex., vidéoclips, animations avec trame musicale)	12.50% 1
Entrevues	50.00% 4
Programmation éducative	62.50% 5
Enregistrements archivés	37.50% 3
Discussions entre experts	0.00% 0
Conférences	25.00% 2
Ateliers	25.00% 2
Activités sociales (p. ex., activités pour donateurs ou abonnés sur Zoom)	12.50% 1
Répétitions en ligne	12.50% 1
Autre (veuillez préciser)	0.00% 0
Total Respondents: 8	

#	AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER)	DATE
	There are no responses.	

Q17 Quel est votre budget pour les initiatives numériques à compter de 2022-2023 (par saison)?

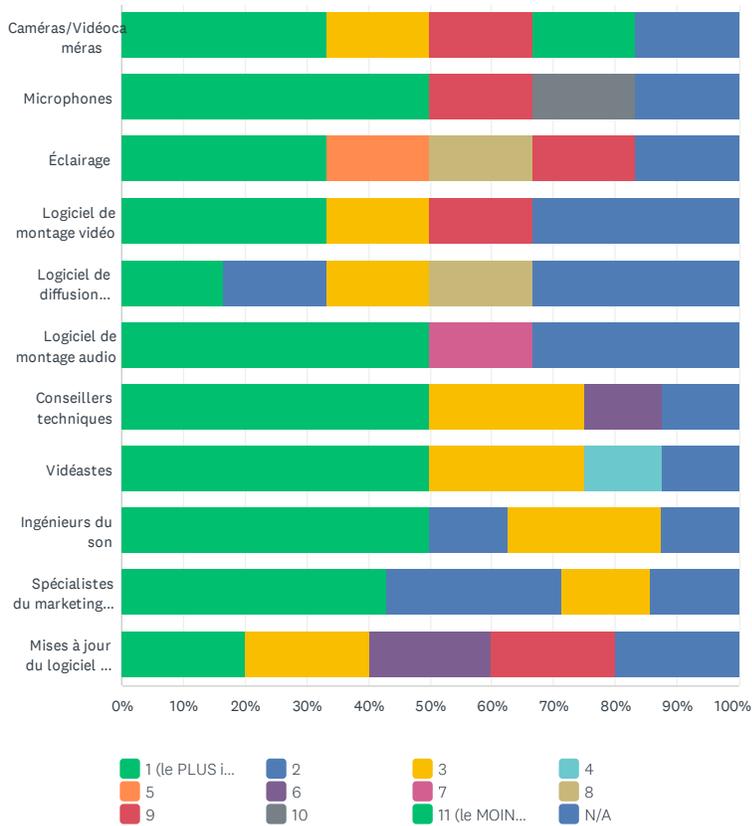
Answered: 8 Skipped: 1



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Aucun budget pour cela	25.00%	2
0 \$ - 999 \$	0.00%	0
1 000 \$ - 4 999 \$	37.50%	3
5 000 \$ - 9 999 \$	25.00%	2
10 000 \$ - 24 999 \$	0.00%	0
25 000 \$ - 49 999 \$	0.00%	0
50 000 \$ - 99 999 \$	12.50%	1
100 000 \$ - 249 999 \$	0.00%	0
250 000 \$+	0.00%	0
TOTAL		8

Q18 De quelles ressources (matériel, logiciel et ressources humaines) votre organisme aura-t-il besoin pour mieux réaliser ses initiatives numériques?(Classez l'importance de chaque option en utilisant la matrice ci-dessous, 1 étant le plus important et 11 le moins important. Sélectionnez N/A pour celles qui ne s'appliquent pas).ATTENTION : Pour chaque chiffre de l'échelle de classement, veuillez ne choisir qu'une seule option dans la liste. Veuillez revoir vos classements avant de passer à la suite pour vous assurer qu'ils sont complets.

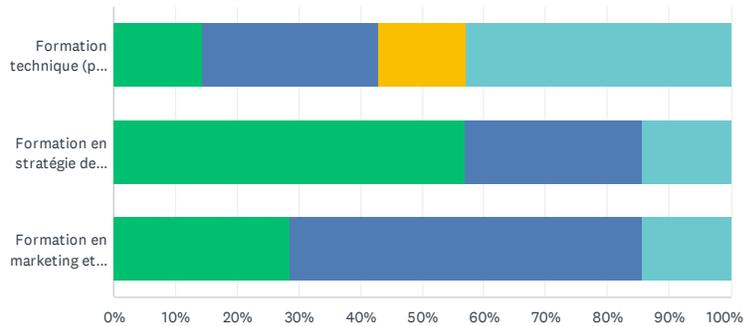
Answered: 8 Skipped: 1



	1 (LE PLUS IMPORTANT)	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11 (LE MOINS IMPORTANT)
Caméras/Vidéocaméras	33.33% 2	0.00% 0	16.67% 1	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	16.67% 1	0.00% 0	16.67%
Microphones	50.00% 3	0.00% 0	16.67% 1	16.67% 1	0.						
Éclairage	33.33% 2	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	16.67% 1	0.00% 0	0.00% 0	16.67% 1	16.67% 1	0.00% 0	0.
Logiciel de montage vidéo	33.33% 2	0.00% 0	16.67% 1	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	16.67% 1	0.00% 0	0.
Logiciel de diffusion continue en direct	16.67% 1	16.67% 1	16.67% 1	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	16.67% 1	0.00% 0	0.00% 0	0.
Logiciel de montage audio	50.00% 3	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	16.67% 1	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.
Conseillers techniques	50.00% 4	0.00% 0	25.00% 2	0.00% 0	0.00% 0	12.50% 1	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.
Vidéastes	50.00% 4	0.00% 0	25.00% 2	12.50% 1	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.
Ingénieurs du son	50.00% 4	12.50% 1	25.00% 2	0.00% 0	0.						
Spécialistes du marketing numérique	42.86% 3	28.57% 2	14.29% 1	0.00% 0	0.						
Mises à jour du logiciel de billetterie	20.00% 1	0.00% 0	20.00% 1	0.00% 0	0.00% 0	20.00% 1	0.00% 0	0.00% 0	20.00% 1	0.00% 0	0.

Q19 De quelle sorte de formation et de soutien votre organisme aura-t-il besoin pour mieux réaliser ces initiatives? (Classez l'importance de chaque option en utilisant la matrice ci-dessous, 1 étant le plus important et 3 le moins important. Sélectionnez N/A pour celles qui ne s'appliquent pas). ATTENTION : Pour chaque chiffre de l'échelle de classement, veuillez ne choisir qu'une seule option dans la liste. Veuillez revoir vos classements avant de passer à la suite pour vous assurer qu'ils sont complets.

Answered: 7 Skipped: 2



	1 (LE PLUS IMPORTANT)	2	3 (LE MOINS IMPORTANT)	N/A	TOTAL	WEIGHTED AVERAGE
Formation technique (p. ex. capture du contenu, montage audio/vidéo)	14.29% 1	28.57% 2	14.29% 1	42.86% 3	7	2.00
Formation en stratégie de haut niveau (p. ex., déterminer l'équilibre entre le numérique et les prestations en personne, voir comment le numérique peut contribuer à la mission ou y nuire)	57.14% 4	28.57% 2	0.00% 0	14.29% 1	7	2.67
Formation en marketing et en collecte de fonds numériques	28.57% 2	57.14% 4	0.00% 0	14.29% 1	7	2.33

Q20 Y a-t-il des orchestres ou d'autres organismes, au Canada ou ailleurs, dont vous avez vraiment admiré les activités numériques entreprises dans le contexte de la COVID? Veuillez les nommer et décrire leurs démarches.

Answered: 2 Skipped: 7

#	RESPONSES	DATE
1	Hallé Orchestra	9/10/2021 12:06 PM
2	OSQ	8/25/2021 8:02 AM

Q23 Avez-vous d'autres commentaires à faire?

Answered: 1 Skipped: 8

#	RESPONSES	DATE
1	Les cours pour la captation sont très élevés et la pérennité des équipements trop courtes pour se permettre d'acheter le matériel. Les personnes aptes à nous offrir le service ont des coûts très élevés et peu de connaissance de la captation d'orchestre. Les prestations exigent également un montage	9/10/2021 12:09 PM