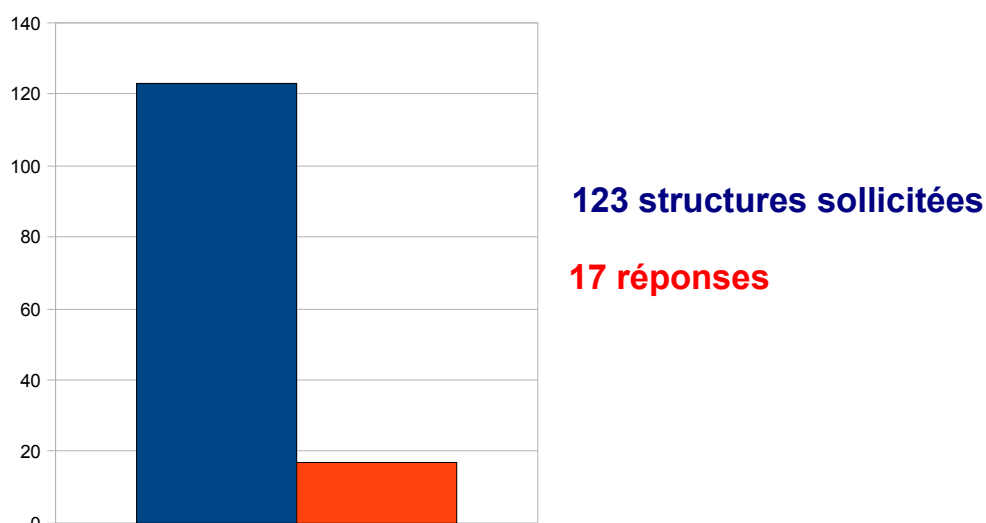


Synthèse des résultats du questionnaire Identité CAMP.PiNG

L'espace de réflexion, d'échanges et de collaboration qui a émergé au sein du réseau Mars Multimédia depuis 4 ans témoigne de l'intérêt qu'ont les acteurs des usages non marchands du multimédia sur le territoire régional à se connaître et à partager des expériences et des ressources. Il a aussi mis en valeur la diversité de ces acteurs qui, au quotidien, sensibilisent et accompagnent les publics sur les pratiques multimédia, que ce soit en terme de pédagogie, d'expression ou de création.

Il existe cependant peu de données récentes propres à nos structures, sur nos identités et nos contextes d'activité. L'enquête que nous avons souhaité lancer, constitue un premier pas vers ce qui, demain, pourrait constituer un observatoire partagé des usages non-marchands du multimédia en région.

Le questionnaire « Identité » a été soumis aux structures du réseau Mars Multimédia, et plus largement à un grand nombre d'acteurs non-marchands du multimédia en Pays de la Loire du 5 février au 19 mars 2010. Ce réseau regroupe aussi bien des espaces culturels numériques que des collectivités locales, des associations, des centres culturels, des points information jeunesse, etc.



Soit un taux de réponse de **13,8%**

Données // identité :

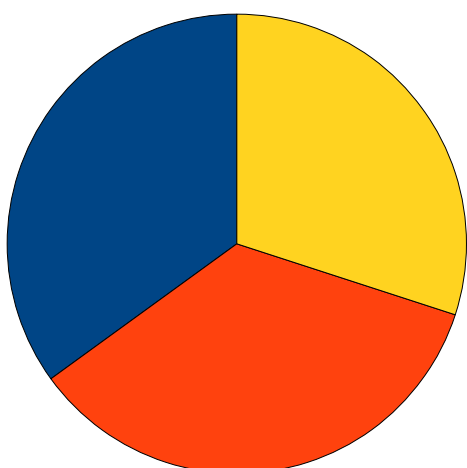


Répartition géographique des répondants :

- 36% de la ville de Nantes
- 17% de l'agglomération nantaise (hors Nantes)
- 17% du département Loire-Atlantique (hors agglo nantaise)
- 30% de la région (hors 44)

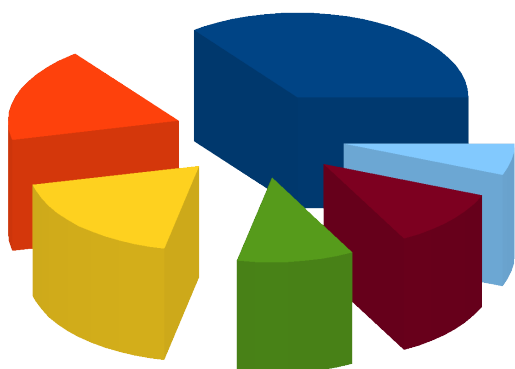
Sur les 17 structures, 12 sont des **associations loi 1901** et 5 sont des **collectivités territoriales**.

Dates de création des structures :



- 35% durant les années 2000
- 35% durant les années 1990
- 30% avant 1990

Fonction des contacts :



- animateurs 35%
- directeurs, responsables 18%
- chargés d'administration/comm/coordination 18%
- salariés (fonction non précisée) 11%
- chargés de mission 11%
- non renseigné 6%

Dont 44% de femmes et 56% d'hommes. **Labels et**

Réseaux :

Parmi les structures répondantes, 2 sont labellisées **ERN** (Espace Régional Numérique) et 1 **PIJ** (Point Information Jeunesse).

Les structures appartiennent en majorité à des réseaux en lien avec leurs activités :

- soit d'éducation populaire comme le CRAJEP, l'UNIJ, l'URHAJ Pays de la Loire, la CNAF, l'UFCV, LesFrancas ou le réseau Reper.
- soit orientés multimédia comme Crealab, Apo33, l'Atelier des initiatives ou la Fédération Culturelle Multimédia.

Activités :

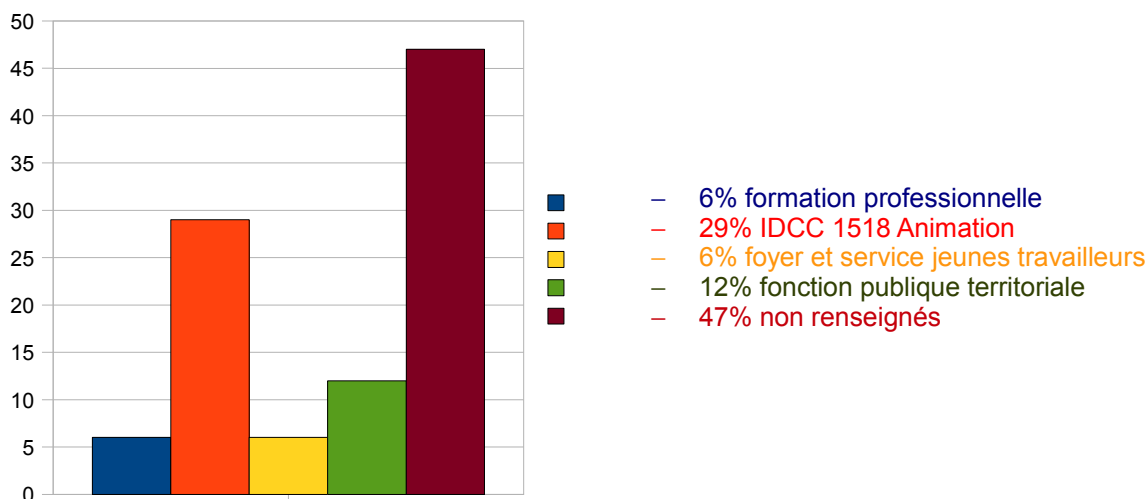
Malgré la pluralité des structures ayant répondu (cybercentres, médiathèques, associations culturelles, résidences de jeunes), on constate des tendances dans les activités.

Les missions d'**éducation**, de **formation**, principalement en direction des jeunes et des publics en e-exclusion, sont notamment communes à plusieurs structures. Elles concernent aussi bien des associations que des cybercentres ou des PIJ qui accueillent les publics, les informent, organisent et développent des **initiations aux nouvelles technologies**.

Une grande partie des structures a des activités centrées sur l'**expérimentation**, le soutien et le **développement de projets** (directement en lien avec le multimédia ou non) et la **création de ressources et de contenus**.

Données // économiques & budgétaires :

Les conventions collectives appliquées :

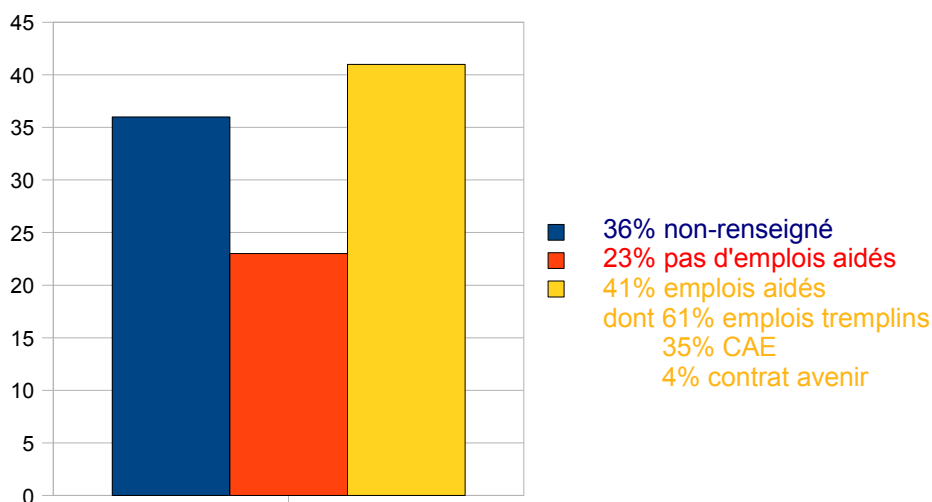


Salariés :

Pour les 11 répondants de ce champ, on constate une **moyenne de 6.5 salariés par structure**.

88% des postes sont des CDI.

Les emplois aidés :



Les emplois aidés sont en majorité des emplois tremplins, à 61%. Les CAE représentent 35% et les contrats avenir 4%.

Bénévoles et stagiaires : Seules 5 structures ayant répondu les données ne sont pas exploitables.

Budget : Le faible nombre de réponses concernant les budgets ne permet pas d'exploiter les données.

Ces données constituent une première base d'information et d'analyse mais le taux de réponse ne permet pas de tirer des conclusions quant à l'identité des acteurs du secteur culturel multimédia sur le territoire régional.