PRINTEMPS NUMÉRIQUE

RAPPORT ANNUEL 2023

Avec le soutien de

Conseil des arts du Canada | Canada Council for the Arts

CONSEIL DES ARTS DE MONTRÉAL

TOURISME / MONTRÉAL

Montréal

Québec

SOMMAIRE

I - PRINTEMPS NUMÉRIQUE EN BREF

A - Mission et objectifs Printemps numérique

B - Les projets majeurs

a. Volet professionnel

b. Volet jeunesse

c. Volet grand public

II - PRINTEMPS NUMÉRIQUE À L'INTERNATIONAL

A - Les objectifs principaux

B - Les événements majeurs

a. Printemps numérique de Bruxelles

b. Nantes / Montréal: un pacte pour une IA éthique et inclusive

III - MTL CONNECTE : LA SEMAINE NUMÉRIQUE DE MONTRÉAL

A - Chiffres clés et faits saillants

B - Un événement accessible et inclusif

C - Un rendez-vous pour les professionnels

D - Des nouvelles activités offertes

E - Un volet artistique

F - Une communication impactante

IV - PROJET JEUNESSE QC 2030

A - Chiffres clés et faits saillants

B - Un projet inclusif pour les jeunes québécois

C - Mois Numérique Jeunesse : Découvrir les initiatives québécoises en littératie numérique

D - Des activités structurantes

E - Un meilleur avenir numérique avec la table de concertation

F - La recherche : "La fracture numérique genrée"

G - Une communication significative

V - CONSEIL D'ADMINISTRATION

VI - PARTENAIRES

I - PRINTEMPS NUMÉRIQUE EN BREF

A - Mission et objectifs du Printemps numérique

Le Printemps numérique (PN), créé en 2013, est un organisme à but non lucratif qui vise à connecter les individus, les organisations et les idées pour faire progresser et rayonner l'intelligence numérique.
Agissant pour les industries, les communautés et les joueurs de la scène locale et internationale, le PN est l'acteur d'avant-garde qui favorise les maillages en ouvrant les horizons du progrès numérique.

Le PN offre une connexion directe et accessible au monde numérique grâce à des activités inclusives, humaines et audacieuses déployées tout au long de l'année, avec trois volets : grand public, professionnel et jeunesse.

Les interventions du PN répondent aux objectifs principaux suivants :

Mettre l'intelligence numérique au service de l'ensemble de la société

Favoriser le développement et le rayonnement économique des industries numériques

Réduire la fracture numérique

Stimuler l'innovation dans les industries numériques

B - Les projets majeurs

Volet professionnel

Depuis 2019, le Printemps numérique organise MTL connecte : la Semaine numérique de Montréal, un événement annuel phare à portée internationale. MTL connecte est un rassemblement d'acteurs de l'industrie, de chercheurs, de décideurs et d'entrepreneurs qui vise à faire comprendre les défis et les enjeux de la révolution numérique tout en présentant les opportunités et en apportant des solutions pour en tirer profit. C'est aussi l'occasion pour les participants d'agrandir leur réseau et de développer des relations d'affaires et des collaborations.

Volet jeunesse

Depuis 2017, le PN met en œuvre le projet Jeunesse QC 2030 qui a pour vocation de contribuer à établir une égalité de chances chez les jeunes de 13 à 29 ans au Québec.

Les activités du projet Jeunesse Qc 2030 se déploient principalement autour de l'organisation de Cafés numériques.

Volet grand public

Depuis sa création en 2013, le PN a joué un rôle essentiel dans le renforcement des relations entre les acteurs, la promotion des milieux et la mise en valeur du Québec et de sa métropole en tant que centre majeur de l'intelligence numérique à l'échelle locale et mondiale. Il a démontré sa capacité à réunir des écosystèmes variés, composés de créateurs, d'entrepreneurs et de chercheurs intéressés par les technologies numériques et leurs implications dans la société.
Le PN contribue à la démocratisation des enjeux liés à la transformation numérique auprès du grand public, notamment par des actions de sensibilisation, de relations médias et par la diffusion d'expositions et de performances d'arts numériques.

II - PRINTEMPS NUMÉRIQUE À L'INTERNATIONAL

A - Les objectifs majeurs

Ouvrir les portes du numérique à tous

Le Printemps Numérique (PN) vise à rendre le potentiel du numérique accessible à un large public, en particulier aux jeunes, aux communautés et aux organisations en périphérie de la révolution numérique. Cette démarche se concrétise par l'adoption de politiques spécifiques et la mise en œuvre de projets visant à sensibiliser un public élargi au potentiel du numérique.
Lors de ses projets phares, le PN organise des événements grand public gratuits. En 2023, plusieurs contenus de son événement phare, MTL connecte, ont été diffusés en direct sur les médias sociaux, démocratisant ainsi les enjeux liés à la transformation numérique.

Le PN propose également un programme conçu pour faciliter l'accessibilité des connaissances numériques.
Ce programme, qui se déroule pendant MTL connecte, cible les jeunes de 18 à 35 ans provenant de pays en développement et ayant une formation ou un intérêt pour les technologies d'avenir.

En 2023, 3 007 participants, originaires de 45 pays en développement, se sont inscrits au programme d'accessibilité, leur permettant de suivre gratuitement les activités prévues dans le cadre de MTL connecte. Parmi ces participants, 1 166 étaient de jeunes femmes

Renforcer la francophonie numérique

Le PN, en tant qu'organisme tourné vers le monde, œuvre chaque année pour accroître la visibilité internationale du Québec et de la région métropolitaine en mettant en lumière ses organisations, experts, artistes et innovations.
Une attention particulière est portée au renforcement des liens entre les pays de l'espace francophone et à la valorisation générale de la francophonie.
Dans le cadre de son événement phare, MTL connecte, plusieurs initiatives en 2023 ont spécifiquement contribué à soutenir cet objectif :

- Les délégations de MTL connecte

La 5e édition de MTL connecte a accueilli la participation de 19 délégations locales et internationales, composées d'entreprises et d'organisations issues des sphères culturelles, institutionnelles, économiques et commerciales.
La majorité de ces délégations provenait de pays francophones.

- Le pays à l'honneur - La Belgique

Après le Sénégal en 2022, la Belgique a été l'invitée d'honneur de MTL connecte 2023, avec la participation de plus de 80 acteurs belges, mettant en avant un autre pays francophone engagé dans un développement numérique innovant, éthique et souhaitable.

- Une collaboration renouvelée avec l'OIF

Dans sa mission axée sur l'autonomisation des femmes et des jeunes, l'OIF a maintenu une collaboration avec le PN, partageant des objectifs communs visant à rendre le numérique plus accessible pour une meilleure compréhension des enjeux et des opportunités.
Pour une troisième année consécutive, l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) a été un partenaire de l'événement MTL connecte.
Ce partenariat a été mis à profit pour organiser des activités en ligne centrées sur les femmes dans le domaine des technologies.

- L'organisation du 3e Rendez-Vous France-Québec sur la découvrabilité des contenus culturels francophones

En lien avec la valorisation de la culture francophone, MTL connecte a présenté, en collaboration avec les ministères de la Culture et des Communications du Québec et de la France, la 3e édition des Rendez-vous France-Québec sur la découvrabilité des contenus culturels francophones. La tenue de cette activité découle de la stratégie issue de la Mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones. Cette stratégie commune expose des moyens pour mettre en valeur les contenus culturels francophones et ainsi assurer une diversité d'expressions culturelles dans l'environnement numérique.

- Le lancement de la marque Sénégal Connect

Senegal Connect, une nouvelle marque, naît suite à la participation du Sénégal en tant que premier pays à l'honneur à MTL connecte 2022. Cette expérience a inspiré la stratégie numérique 2023 du pays, marquée par la tenue de Sénégal Connect à Dakar et le lancement du parc des Technologies Numériques, Senegal Connect Park, qui sera inauguré prochainement par le chef de l'État. La Startup Act prend également le nom de Sénégal Connect Startup, tandis que les stratégies SNIA (Stratégie Nationale sur l'Intelligence Artificielle) et SND (Stratégie Nationale des données) fusionnent désormais sous Senegal Connect IA/données.

- Les missions en francophonie

Toujours en lien avec l'objectif de renforcer les liens entre pays francophones, le PN a pris part en 2023 à 3 missions :
Une mission avec des industries créatives québécoises au Printemps numérique de Bruxelles;
Une mission dans le cadre de la Nantes Digital Week où le PN et la Cité des Congrès de Nantes ont lancé une déclaration commune à faveur d'une IA éthique et responsable;
Une mission à Alger dans le cadre de l'African Startup Conference, un événement qui rassemble des acteurs clés de l'écosystème entrepreneurial en Afrique.

B - Printemps numérique de Bruxelles

Le Printemps numérique de Bruxelles a vu le jour en 2018, suite à la participation d'une délégation belge à la 6e édition du Printemps numérique de Montréal. De retour dans leur capitale, le Gouvernement bruxellois a décidé de mettre en valeur cette richesse numérique bruxelloise en partenariat avec l'organisation montréalaise.

Depuis 5 ans, le Printemps numérique de Bruxelles s'inscrit dans une dynamique similaire à celle de son homologue montréalais. Bien que distincts dans leurs contextes locaux, ces deux événements partagent également des valeurs communes : la promotion de la créativité numérique, l'exploration des avancées technologiques et l'engagement à créer des écosystèmes inclusifs et éthiques.

En 2023, le Printemps numérique de Bruxelles s'est déroulé les 24 et 25 mars, sous la thématique « Du ciel à la Terre : les enjeux et opportunités du numérique dans l'air ».

Pour cette édition, le PN de Montréal s'est engagé à mettre en valeur les talents et l'innovation numérique de la région montréalaise et québécoise. Ainsi, suite à un appel à projets, 5 organisations ont eu l'opportunité de se distinguer lors de l'événement de Bruxelles :

- Pixsenses, spécialisée dans les expériences immersives, a présenté deux démonstrations, dont Xplore, mettant en avant les possibilités de la réalité augmentée. Que ce soit pour explorer le ciel, comprendre le monde actuel ou visiter le passé, les projets de Pixsenses offrent une opportunité d'apprentissage unique dans l'ère numérique.
- Mutek s'est distingué mondialement en tant que festival d'avant-garde présentant des performances audiovisuelles novatrices, depuis 23 ans. Ils ont dévoilé leur nouveau projet, la Collection immersive, marquant leur entrée en tant que producteur de contenu en réalité étendue (XR).
- Communautique, un organisme québécois œuvrant pour la démocratisation des technologies et engagé dans le mouvement mondial des Fab City, a dévoilé son projet Canari, visant à élaborer des contenus de formation pratiques pour la création et l'utilisation des données locales afin de résoudre des problématiques urbaines, telles que la qualité de l'air.
- Génielab a présenté Aialab, une série de 6 ateliers explorant l'intelligence artificielle dans la création numérique, couvrant son histoire, ses processus décisionnels éthiques, et ses implications dans la musique, les arts visuels, la poésie et les médias interactifs.
- Grandir Sans Frontières a proposé un atelier ludico-éducatif "Transport autonome". Les participants explorent la programmation et la robotique à travers un parcours sur une carte du Canada, mettant en lumière l'évolution de l'autonomie des transports dans le contexte des enjeux climatiques. L'atelier offre l'occasion d'expérimenter un autobus autonome chargé de transporter des passagers d'un océan à l'autre.

PRINTEMPS NUMÉRIQUE DE BRUXELLES

C - Nantes / Montréal : Un pacte pour une IA éthique et inclusive

Depuis 2018, le partenariat entre Nantes Digital Week et le PN ne cesse d'évoluer. Il met en exergue la rencontre de 2 villes, Nantes et Montréal, séparées par l'Atlantique, mais unies par des valeurs et des ambitions communes, autour des enjeux liés au numérique. Cette relation forte et durable a donné vie à des projets concrets et inspirants.

Ainsi, lors de la 10e édition de Nantes Digital Week, qui s'est déroulée du 14 au 24 septembre 2023, les organisateurs de MTL connecte [Printemps numérique] et de Nantes Digital Week [La Cité des Congrès de Nantes] ont signé une déclaration commune engageante sur l'IA éthique. Cette initiative est une première dans le domaine des festivals du numérique et renforce le partenariat déjà solide entre Montréal et Nantes.

La déclaration a été signée par Francky Trichet, élu, président de La Cité des Congrès de Nantes et vice-président de Nantes Métropole à l'innovation et au numérique et Mehdi Benboubakeur, directeur général du PN. Ce partenariat illustre parfaitement comment deux villes peuvent collaborer pour promouvoir des valeurs communes dans le secteur numérique.

Les organisateurs invitent tous les événements qui partagent ces valeurs à se joindre à cet engagement.

Les axes principaux du pacte incluent :

1. Promouvoir l'équité et l'inclusivité dans toutes les discussions et présentations sur l'IA.
2. Promouvoir la transparence et la responsabilité dans le développement et l'utilisation de l'IA.
3. Favoriser l'accessibilité de l'IA. Cela signifie que nous nous efforcerons de rendre l'IA compréhensible et accessible à tous, indépendamment de leur formation technique.
4. Promouvoir l'ouverture des algorithmes et des codes source, et favoriser l'émergence de normes ouvertes pour favoriser la collaboration et l'innovation.
5. Éduquer et sensibiliser nos participants sur les implications éthiques de l'IA et sensibiliser à ces questions.
6. Collaborer et partager les connaissances et les meilleures pratiques en matière d'IA éthique.

NANTES DIGITAL WEEK

III - MTL CONNECTE : LA SEMAINE NUMÉRIQUE DE MONTRÉAL

A - Chiffres clés et faits saillants

10 461
participants au total

2 454
participants en présentiel

155
intervenants canadiens et internationaux

97
partenaires

19
délégations

60
pays représentés

325
activités dans la programmation

29 372
visiteurs sur le site web

+500
mentions presse

VISIONNER LA VIDÉO RÉTROSPECTIVE

B - Un événement accessible et inclusif

MTL connecte poursuit son objectif de rendre le potentiel du numérique accessible à tous.

L'édition 2023, a permis une fois de plus à des milliers de jeunes principalement venant de pays en développement de s'outiller, de développer leur connaissance et leur réseau professionnel.

Programme d'accessibilité

Suite au succès du projet pilote en 2020, le PN a voulu élargir le déploiement du programme d'accessibilité Explore MTL connecte. Un programme qui s'adresse aux jeunes entrepreneurs, professionnels et étudiants venant des pays en développements intéressés à consolider leur connaissance en matière de transformation numérique. Il a pour vocation d'être une source d'opportunités pour les jeunes experts et entrepreneurs de différents secteurs qui souhaitent établir des liens avec le Québec.

Le programme était d'autant plus pertinent cette année, car le thème principal était Intelligence collective. Le PN souhaite ainsi promouvoir une société inclusive et souligner l'importance de garantir que les personnes de tous les horizons, notamment les jeunes de la relève, puissent participer à des forums internationaux et d'envergure comme MTL connecte.

En 2023, ce sont 3 007 jeunes venant de 45 pays, principalement de l'Afrique, de l'Asie, ou encore des Caraïbes, qui se sont inscrits au Programme d'accessibilité Explore MTL connecte.

> Mon objectif à travers MTL connecte : comme on ne peut plus se séparer du numérique à l'ère où nous sommes, je souhaite amplifier mes compétences afin de permettre au numérique d'impacter les jeunes filles les plus vulnérables dans les sous-régions, difficiles d'accès, du Sénégal. L'éducation en ligne est tout à fait faisable et doit être accessible à toutes les jeunes filles. Je voudrais également à travers votre programme élargir mon réseau afin de faire connaître notre initiative et trouver des contributeurs potentiels.
>
> Mammie Clara, Responsable communication et marketing
> Shine to Lead/Jiggen Jang Tekki (Sénégal)

Jeunes Ambassadeurs QC

Le PN a offert la chance à 50 entrepreneurs de la relève de participer gratuitement à l'événement à titre de Jeunes Ambassadeurs.

Par cette initiative, le PN souhaite favoriser le développement entrepreneurial et encourager la participation des jeunes professionnels intéressés à s'impliquer dans la réflexion sur l'impact du numérique sur nos sociétés et le développement économique des territoires

Jeunes Ambassadeurs Autochtones

Dans le cadre de ses actions pour réduire la fracture numérique et répondre plus spécifiquement aux besoins des jeunes autochtones et de leurs communautés, le PN, en collaboration avec Hydro-Québec, a lancé sa première cohorte Jeunes Ambassadeurs Autochtones pour un numérique souhaitable. Ainsi, une dizaine de participants âgés de 18 à 29 ans ont pris part gratuitement à MTL connecte.

Un parcours de visite d'entreprise et d'ateliers leur a été offert. Ainsi, ils ont pu explorer les possibilités d'avenir qu'offre l'industrie de la créativité numérique au Québec et exprimer leurs souhaits sur l'usage des technologies dans leurs communautés.

Tarifs préférentiels pour les étudiants

Pour la première fois depuis la création de MTL connecte en 2019, le PN a mis en place des tarifs préférentiels destinés aux étudiants du monde entier pour les accès hybrides. Afin de promouvoir ses tarifs, une campagne de communication s'est déroulée dans plusieurs écoles et universités, à l'instar de l'Université Concordia, HEC Montréal ou encore l'UQAM.

> Avec cette initiative, le Printemps numérique prend des mesures tangibles pour encourager l'inclusion et l'engagement des jeunes. En utilisant le numérique comme levier d'accès à l'égalité des chances, nous cherchons à les inspirer à embrasser l'entrepreneuriat et à amplifier leur impact au sein des communautés.
>
> Mehdi Benboubakeur, directeur général du Printemps numérique.

C - Un rendez-vous pour les professionnels

« MTL connecte est un rendez-vous incontournable dans le domaine de la transformation numérique. Le Québec gagne non seulement à échanger avec ses partenaires des autres pays afin de s'enrichir des meilleures pratiques, mais aussi à partager ses propres innovations en matière de transformation numérique gouvernementale. »

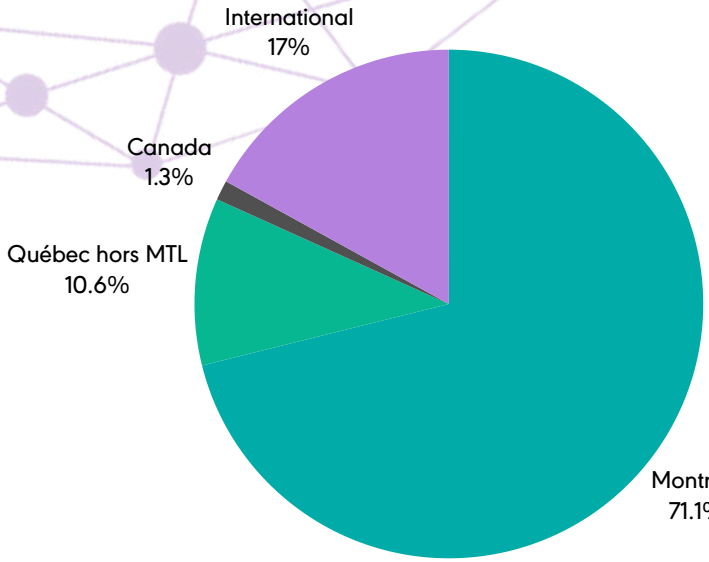
Éric Caire, Ministre de la Cybersécurité et du Numérique

264
activités de réseautage

623
rencontres B2B

+4 600
messages échangés via la plateforme*

+2 400
contacts réalisés sur la plateforme*



Provenance des participants en présentiel

* Chiffres récoltés en date de novembre 2023.

MTL Tech Awards

La 4e édition des MTL Tech Awards, un concours international d'innovation, a pris place pendant MTL connecte. La cérémonie de remise de prix a eu lieu en direct sur la scène principale de l'événement, le jeudi 12 octobre 2023.

Ce sont 12 finalistes retenus sur 147 candidatures reçues qui ont eu l'opportunité de mettre en lumière leurs projets novateurs devant un jury d'experts.

- 50 candidatures Prix Innovation
- 30 candidatures Prix Femmes en Tech
- 25 candidatures Prix Découvrabilité Culturelle Francophone
- 42 candidatures Prix Littératie Numérique Jeunesse

6 mentions honorifiques ont également été décernées :

- Mention Antidote de l'éloquence
- Mention entrepreneur de la relève
- Mention axe éducation de la catégorie littératie numérique jeunesse
- Mention axe culture dans la catégorie littératie numérique jeunesse
- Mention citoyenneté dans la catégorie littératie numérique jeunesse
- Coup de cœur 2023 du Printemps numérique

Le jury était composé de 15 membres d'ici et de l'international, dont 7 femmes.

147
candidatures

59 %
des candidatures provenaient de femmes

50 %
des candidatures provenaient de montréalais

26 %
des candidatures provenaient de l'international

Les gagnants 2023

Thibault Renouf
co-fondateur et directeur général,
Arrivage
Prix Innovation

Annie Martineau
PDG,
Neuro Solutions Group
Prix Femmes en Tech

Jean-Francois Gauvin
Directeur de la stratégie,
Bibliothèque et Archives nationales
du Québec (BAnQ)
Prix Découvrabilité Culturelle Francophone

Projet Serre automatisée,
Centre de service scolaire
des Bois-Francs et l'école primaire
Sainte-Famille de Victoriaville
Prix Littératie Numérique Jeunesse

Cette 4e édition a été réalisée avec le soutien de :

Desjardins Caisse des Technologies
CRIM
Québec
Edteq
lojiq
Druide
eduMedia
École branchée ENSEIGNER À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE
Le Lien multimédia

VISIONNER LA REMISE DES PRIX

Prix du Meilleur employeur technologique du Québec

En plus des MTL Tech Awards, le Prix du Meilleur employeur technologique du Québec a été remis le 11 octobre 2023, dans le cadre de MTL connecte.

Ce prix, orchestré par Espresso-Jobs et Génie Inc, invitait les entreprises technologiques québécoises qui se démarquaient par leurs pratiques exemplaires en matière de gestion des ressources humaines.

Ainsi, Petal s'est vue remettre ce Prix qui souligne leur engagement exceptionnel envers ses employés et met en lumière les normes élevées qu'elle maintient en matière de gestion des ressources humaines dans le secteur technologique québécois.

La Vitrine MTL connecte

Pour une 2e année consécutive, la Vitrine MTL connecte s'est tenue le 10 octobre 2023 pendant MTL connecte. Cette activité met en lumière les besoins et innovations en technologies d'organismes.
Ainsi, 19 entreprises et esprits innovants sur près de 70 candidatures retenues ont pu présenter devant un auditoire composé d'investisseurs, de collaborateurs et de partenaires de l'écosystème. L'occasion de leur partager leurs visions, leurs solutions technologiques, et leur engagement en faveur d'une intelligence collective, tout en soulignant leur impact social positif.

D - Des nouvelles activités offertes

La programmation a été enrichie par de nouvelles activités qui ont contribué à valoriser le tissu entrepreneurial et de renforcer les synergies locales et internationales. L'objectif était d'encourager le développement de nouvelles collaborations dans une démarche d'amélioration et de réponse aux besoins soulevés par les participants, partenaires et collaborateurs en 2022.

Visites techno-industrielles à Mont-Tremblant

Pour la première fois de l'histoire de MTL connecte, une partie de la programmation s'est déroulée en dehors de Montréal. L'objectif était de promouvoir le savoir-faire des industries technologiques en région auprès d'un public international.

Organisée en collaboration avec Arche Innovation, une journée de visites techno-industrielles s'est déroulée le 13 octobre 2023 à Mont-Tremblant. Une occasion privilégiée pour les participants et délégations de MTL connecte de découvrir la richesse du territoire de Mont-Tremblant et d'explorer ses entreprises innovantes, ses projets inspirants et le dynamisme de ses acteurs locaux à travers diverses activités.

Ainsi plusieurs rencontres se sont déroulées avec des élus et des acteurs locaux, à l'instar de l'ancien médaillé d'or olympique Jasey-Jay Anderson et cofondateur d'ICI Ski; mais aussi des visites d'incubateurs et d'ateliers.

Volet recrutement

En collaboration avec Espresso-Jobs, Uman Recrutement et Adoc Talent Management, le PN a mis en place une série de 15 activités ciblées dans le cadre du volet recrutement.

Ces activités ont été conçues pour favoriser des interactions productives entre les entreprises et les candidats potentiels. Elles ont inclus des tables rondes sur divers sujets technologiques et des sessions de speed-dating. Une occasion de mettre en lumière les métiers technologiques actuels et futurs, mais a également de faciliter la mise en relation des chercheurs d'emploi ou finissants universitaires avec des entreprises en quête de talents.

Zone partenaires

Une espace dédié aux partenaires a été conçu afin de favoriser les rencontres et échanges en ayant l'opportunité de planifier des rendez-vous stratégiques et de générer des opportunités d'affaires concrètes.

12 partenaires pour un total de 75 rencontres effectuées :

- EWAN
- Business France
- RTCA-Tunisie
- Pixsenses
- Ivado
- Awex
- Desjardins Caisse des technologies
- Digihub
- LOJIQ - Les Offices jeunesse internationaux du Québec
- Cybereco
- SmartPixel
- hub.brussels

Zone startup

Parallèlement à la Zone partenaires, la Zone startup a créé un cadre propice aux rencontres entre fondateurs de startups et acteurs clés de l'écosystème entrepreneurial. Cette activité a offert aux jeunes entreprises une occasion précieuse de recevoir des conseils, de poser leurs questions et de nouer des relations avec des mentors et de potentiels investisseurs.

Rencontres B2B

Un parcours B2B a été élaboré avec l'aide des équipes de connecteurs de l'entreprise Collab Machine et de certains animateurs de Garage@co, Continuums et E-AI.

4 activités ont été proposées :

- un brise-glace pour faciliter les interactions;
- une session de design thinking pour stimuler la créativité;
- un cercle d'échanges pour partager les idées et expériences;
- une session de speed dating dynamique et interactive.

623
rencontres B2B au total

450
rencontres issues du parcours B2B

173
rencontres de B2B libre

E - Un volet artistique

Depuis sa création, le PN a à cœur de faire rayonner les acteurs des industries créatives d'ici et d'ailleurs et de rendre accessible les arts au grand public. Plusieurs activités artistiques ont été proposées dans la programmation de MTL connecte.

Environnements sensoriels

L'expo d'art numérique « ENVIRONNEMENTS SENSORIELS » explorait la notion d'intelligence partagée et de groupe émergeant de la collaboration et de la confluence des talents, des idées et des expériences de chacun.

Les oeuvres de 6 artistes canadiens étaient exposées :

- Yan Breuleux
- Louis-Philippe Rondeau
- Mathieu Deblois
- Marie-Ève Morrissette
- Philippe Racz
- Rémi Lapierre

Panel et atelier

Intégrés dans la programmation professionnelle de MTL connecte dans le cadre de la thématique Culture & créativité, un panel et des ateliers ce sont déroulés.

Erandy Vergara, directrice artistique et Sofian Audry, chercheur et artiste, ont présenté la récente publication de ce dernier intitulée « Art in the Age of Machine Learning » lors d'un panel. L'objectif était de se pencher sur les pratiques artistiques à l'intersection de l'apprentissage automatisé et de l'art numérique.

Raoul Sommeillier a animé un atelier qui s'est articulé autour des liens entre le monde de l'art et du design, et celui de la science et de la recherche.

En collaboration avec le Regroupement québécois de la danse, Audrey Gaussiran a présenté la performance « CTRL:N » qui plongeait le public dans une co-création interactive de flamenco contemporain.

Enfin, une expérience de réalité immersive « Dance performance » était présentée en collaboration avec le Regroupement québécois de la danse. La Fougue/The Fury présentait trois signatures chorégraphiques distinctes et évocatrices.

Mugzy & Maam

Une prestation de marionnettes performant un DJ set interactif s'est déroulée lors des 5 à 7 inclus dans la programmation professionnelle de MTL connecte.

Visites techno-culturelles à Montréal

Pour la 2e année consécutive, MTL connecte a proposé une journée dédiée aux visites techno-culturelles à Montréal qui se sont déroulées le 13 octobre. L'objectif de cette journée est de renforcer la renommée des institutions culturelles et créatives de la ville.

Programmateurs internationaux

L'édition 2023 a vu la participation, en ligne et en présentiel, d'une délégation internationale de 60 conservateurs et de programmateurs provenant notamment de New York, Los Angeles, Milan et Bruxelles.

Cette expérience a permis aux participants et délégations internationales de découvrir le caractère exceptionnel de Montréal en tant que métropole culturelle, ainsi que ses précieuses contributions aux industries numériques.

4 lieux visités :

- Oasis immersion
- Office National du Film du Canada (ONF)
- Centre Phi
- Musée McCord Stewart

Soirée de clôture

La soirée de clôture de MTL connecte a eu lieu le 13 octobre 2023 à la Société des Arts Technologiques (SAT). Pour une 2e année consécutive, le collectif OCTOV a fait voyager 788 participants au travers d'une expérience immersive dans le dôme de la SAT (la Satosphère).

6 artistes locaux et internationaux se sont produits :

- JKS
- Elise Massoni
- OTON
- VJ Alex Vlair
- VJ Diagraf
- Visuel par Dams Hoger

F - Une communication impactante

2643
abonnés
sur Instagram

3 542
abonnés
sur X (Twitter)

24 531
abonnés
sur Facebook

6152
abonnés
sur Linkedin
Printemps numérique

1 868
abonnés
sur Linkedin
MTL connecte

+500
mentions
dans les médias

1 584 465,56$
en valeur pour la
campagne média

Pour la 3e année consécutive, MTL connecte s'est déroulé dans un format hybride : en ligne et en présentiel.

Ce format amène autant de défis que d'opportunités : il a fallu redoubler d'efforts afin d'étendre et d'optimiser les communications pour attirer deux publics différents; à savoir le public en ligne et le public en présentiel.

Mais d'un autre côté, le volet en ligne permet d'accroître la participation internationale et de rendre l'événement accessible à des personnes n'ayant pas les moyens d'acheter un accès en présentiel ou de s'y rendre physiquement. Dans ce souci d'accessibilité et de pouvoir offrir le contenu au plus grand nombre, le PN a également rendu les sessions de l'événement disponibles en vidéo à la demande sur la plateforme en ligne jusqu'à 6 mois après l'événement.

Campagne média et relations presse

La campagne de promotion était massive. Elle s'est déployée en local et à l'international de façon multiplateforme : dans l'espace public à travers des oriflammes dans la ville, sur le web, les médias sociaux, à la radio, la télévision et dans les médias imprimés.

Afin d'atteindre les objectifs de communications de MTL connecte, le PN s'est entourée de différents partenaires médias et de diffusions.

11 d'entre eux étaient déjà présents lors des éditions précédentes, à l'instar du journal quotidien français Le Monde, Le Lien multimédia ou encore Grenier.

Trois nouveaux partenaires ont contribué à déployer de nouvelles stratégies et à promouvoir l'événement :

- Le Festival du Nouveau Cinéma de Montréal a promu MTL connecte à travers son infolettre, son site web et ses médias sociaux.

- Momenta Biennale de l'image a participé à la promotion de MTL connecte à travers son site web et son infolettre, mais aussi en consacrant une demie page de publicité dans son programme et en faisant la promotion du Printemps numérique dans ses partenaires.

- Le Musée McCord Stewart a participé à la promotion de MTL connecte à travers des bannières web et infolettres et ses médias sociaux. Il a également accueilli 21 participants de MTL connecte dans le cadre de la journée de visites techno-culturelles le 13 octobre 2023.

Au niveau de la stratégie et conception des contenus, deux partenaires ont collaborés :

- Monarque a renouvelé sa collaboration pour accompagner le PN sur sa campagne numérique et imprimée avec la mise à jour du site web de MTL connecte, de l'identité graphique et la réalisation de publicités.

- Studio Réverbère a rejoint le Printemps numérique pour la première fois afin d'aider l'équipe communication et marketing dans sa stratégie sur les réseaux sociaux et dans sa campagne ads.

Médias sociaux

L'objectif principal était de susciter l'intérêt de deux publics : un public qui participera en présentiel et un public qui participera en ligne. Pour cela, la stratégie était de mettre de l'avant les intervenants et partenaires de l'événement en proposant du contenu authentique et en démontrant la volonté de comprendre et de tirer profit de la transformation numérique, tout en tendant vers un numérique souhaitable.

Le deuxième objectif qui se déroulait en amont du premier, était de diffuser des appels à participation afin d'attirer des candidatures en tant qu'intervenants, partenaires, candidats aux MTL Tech Awards, à la Vitrine MTL connecte ou encore aux Rencontres B2B.

La performance sommaire, toutes plateformes confondues (Facebook, Instagram, X et LinkedIn), est très positive avec plus de 2,9 millions d'impressions sur nos différents réseaux sociaux.

La stratégie numérique du PN a été de développer des contenus organiques et des contenus publicitaires payants. Ainsi une campagne de marque, avec un portefeuille d'espaces assurés par des partenaires (Le Monde, Le Lien Multimédia, le Groupe Velan Media, Grenier, etc.) a eu lieu. En plus d'une intégration de divers types de contenus dans les publicités diffusées à différentes périodes de la campagne, ciblant ainsi plusieurs segments comme suit :

1. Cadres et décideurs : LinkedIn : Accès intégral / Accès entreprise

Le contenu diffusé était axé sur les défis et opportunités spécifiques rencontrés dans le domaine du numérique par les cadres et décideurs.

2. Étudiants et chercheurs : Instagram / TikTok / Linkedin : Accès étudiant / Accès en ligne
Le contenu diffusé était centré sur les tarifs avantageux pour les étudiants, mettant en lumière les domaines technologiques pertinents pour leur parcours académique et leurs recherches, ainsi que des opportunités d'emploi dans le secteur.

3. Professionnels et étudiants internationaux : Facebook /Instagram : Accès en ligne
Le contenu était orienté pour vendre des accès en ligne à des domaines technologiques pertinents, tout en abordant les défis numériques rencontrés dans le contexte professionnel international.

Plusieurs types de contenus publicitaires ont été produits :

- Informatifs
- Témoignages d'anciens participants
- Entrevues vidéo avec les intervenants
- Sujets d'actualité en technologie
- Offres promotionnelles

Infolettres

Cette année la stratégie était de promouvoir plus le contenu des conférences, panels et ateliers plutôt que de mettre l'emphase sur l'intervenant. MTL connecte est un événement réputé pour la qualité de ses activités de réseautage mais aussi pour proposer des contenus pertinents et percutants.

Ainsi, l'équipe du PN a approfondi les sujets liés aux thématiques de l'événement dans ses infolettres, à savoir l'IA, la cybersécurité, la culture & la créativité et les territoires connectés et intelligents. Au total 36 infolettres dédiées à l'événement ont été envoyées entre février et octobre 2023, dont la moyenne du taux d'ouverture s'élève à 29,9 %. La base de données du PN s'élève à plus de 12 537 contacts (en date de novembre 2024).

Site web

Le site web de MTL connecte sert de vitrine à l'événement et évolue tout au long de l'année. Au fil des appels à participation et annonces de programmation réalisés, le site est agrémenté d'informations sur des pages existantes et de nouvelles pages.

La stratégie mise en place du site web est équilibrée et réfléchie, démontrant une compréhension profonde du public et des mécanismes de génération de trafic.

Avant l'événement, une solide base de 23 839 visites indique une préparation efficace, tandis que la période pendant l'événement, avec 4.140 visites, suggère une mobilisation réussie de l'audience cible. Après l'événement, maintenir un flux de 1 393 visites témoigne d'une stratégie post-événement bien planifiée.

36
infolettres pour promouvoir l'événement

15
infolettres dédiées à la programmation

12 537
abonnés à l'infolettre

29,9%
taux d'ouverture moyen

IV - PROJET JEUNESSE QC 2030

A - Chiffres clés et faits saillants

215 250
jeunes rejoints en ligne par la campagne de sensibilisation du MNJ

+ 25 000
participants rejoints par le calendrier d'activités du MNJ

5 221
jeunes participants aux activités jeunesse

68
jeunes autochtones participants aux activités jeunesse

12
régions touchées par les activités jeunesse

325
membres de la Table de concertation

+ 3 200
consultations de la plateforme mnj.quebec

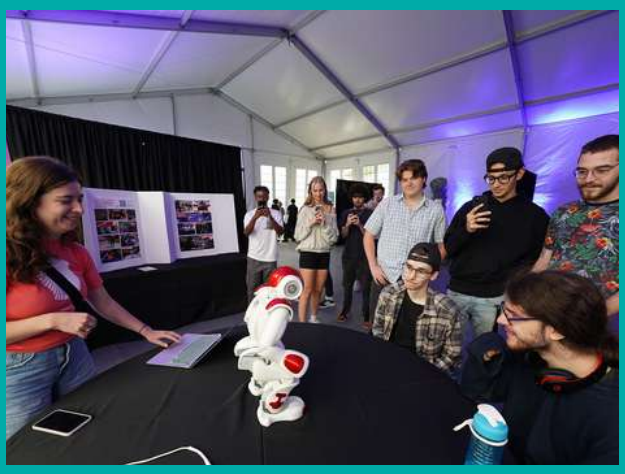
266
mentions du MNJ dans les médias

B - Un projet inclusif pour les jeunes québécois

Alors que le numérique est au cœur de la vie des jeunes Québécoises et Québécois, ceux-ci restent encore très inégaux dans leur appropriation des codes du numérique et leur acquisition de compétences en littératie numérique. C'est pourquoi le Printemps numérique met de l'avant depuis 2017, avec le soutien du Secrétariat à la jeunesse du Québec, une série d'actions pour prévenir l'apparition ou l'élargissement d'une fracture numérique entre les populations.

Le projet Jeunesse QC 2030, qui répond aux objectifs de la Politique québécoise de la jeunesse 2030, s'adresse aux jeunes de 13 à 29 ans pour favoriser l'acquisition des compétences numériques et l'accès à la technologie, ce qui leur permet de devenir des citoyennes et des citoyens éclairés.

En plus des activités jeunesse permettant de rejoindre les populations dites vulnérables à la fracture numérique, le Printemps numérique poursuit un volet concertation avec la Table de concertation intersectorielle et interrégionale en littératie numérique (325 membres représentant 125 organisations), ainsi que le volet recherche.



B - Mois Numérique Jeunesse : découvrir les initiatives québécoises en littératie numérique

Le Mois Numérique Jeunesse (MNJ), initié en février 2019, est un événement annuel destiné aux jeunes Québécois de moins de 35 ans, qui offre la possibilité de découvrir les potentiels du numérique, de comprendre les enjeux de la citoyenneté numérique et de s'engager, de développer des compétences numériques et d'explorer les carrières de demain.

Les acteurs de l'écosystème en littératie numérique sont invités à se joindre à titre de collaborateurs et présenter des activités favorisant l'inclusion, l'égalité des chances et le développement des compétences numériques et/ou l'esprit critique chez les jeunes.

En 2023, le thème principal était la VIE PRIVÉE, soulignant l'importance pour chaque utilisateur de prendre conscience de la vulnérabilité de sa vie privée en ligne et de celle des autres.

Du 1er février au 5 mars 2023, plus d'une centaine d'activités ont été proposées, telles que des conférences, des ateliers, des formations et des activités culturelles.
Parmi les activités les plus prisées figuraient l'expérience immersive « La Magie des Impressionnistes » organisée à l'Espace St-Denis du Théâtre St-Denis, une conférence intitulée « Quand l'intelligence s'amuse » proposée par l'École branchée, ainsi que l'interface pédagogique Studio Riopelle, gratuite et accessible au grand public, présentée par la Fondation Jean Paul Riopelle.
Un Comité organisateur du Mois Numérique Jeunesse, formé en 2022, se poursuit pour réfléchir à la stratégie et au déploiement de l'événement.

5 organisations présentes sur le Comité se sont réunies à 2 reprises en août et novembre :

- Albane Français, Directrice des communications et des partenariats, SYNTHÈSE ;
- Stéphanie Jecrois, Cofondatrice, Technovation Montréal ;
- Martine Rioux, Rédactrice en chef web et chargée de projets spéciaux, l'École branchée ;
- Alexandra Bourassa, Conseillère jeunesse, Réseau des Carrefours jeunesse-emploi du Québec ;
- Anne-Josée Lacombe, Chargée de projets éducatifs, Musée de la civilisation de Québec.

Les Cafés numériques virtuels

Le Printemps numérique présentait pour l'occasion 24 Cafés numérique virtuels (regroupant 9 régions, 11 écoles secondaires et 497 participants), pour informer les adolescents de façon ludique et interactive sur les possibilités d'avenir et les enjeux de citoyenneté à l'ère du numérique.

Les jeunes étaient introduits notamment au nouveau balado Empreinte. Un nouveau format de Café numérique était aussi présenté pour offrir à de jeunes Atikamekw la visite inspirante et exclusive des simulateurs de l'entreprise CAE.

Le balado Empreinte numérique

Le balado Empreinte numérique a été lancé le 16 février avec trois premiers épisodes dans le cadre de la campagne sur la « vie privée ». Diffusé en collaboration avec Télé-Québec en classe, le balado audio offre l'occasion aux adolescents et à leur entourage de s'informer sur les enjeux de citoyenneté à l'ère numérique.
Lors de l'enregistrement, le duo d'animateurs Douaa Kachache et Tom-Éliot Girard s'entretenait avec des ados du deuxième cycle secondaire et des experts en réseaux sociaux, en droit et en cybersécurité. Le contenu informatif du balado s'adresse avant tout aux jeunes, avec une touche d'humour et d'esprit critique pour défaire les idées préconçues et s'outiller :

- 01 - Ma vie en ligne : privée ou publique?
- 02 - Quand c'est gratuit, je suis le produit!
- 03 - Cybersécurité 101

« Avec ce balado, nous leur offrons un guide indispensable pour développer des compétences qui leur serviront dans leur vie personnelle et professionnelle. »,

Mehdi Benboubakeur, directeur général du Printemps numérique

D - Des activités jeunesse structurantes

Cafés numériques dans les écoles et tiers lieux

Les Cafés numériques (CN) sont des activités destinées principalement aux jeunes âgés de 13 à 17 ans et déployées dans les écoles secondaires ou les tiers lieux (bibliothèques, musées, festivals, etc.). Les activités visent à offrir des espaces de découverte pour favoriser l'accès aux nouvelles technologies et à sensibiliser aux enjeux de citoyenneté à l'ère du numérique (dôme immersif 360˚, robot humanoïde, pilotage de drones, réalité virtuelle, carrières, pause-débat), avec possibilité d'ateliers sur mesure.

Cafés numériques virtuels

Depuis la pandémie, le Printemps numérique offre également des Cafés numériques en ligne permettant de tester les connaissances des jeunes sur les enjeux de citoyenneté numérique en mode ludique et d'échanger sur les possibilités d'avenir offertes par le numérique.

Cafés numériques en entreprises

Un nouveau format de Café numérique, incluant des visites d'entreprises pour découvrir les possibilités de carrières, a été initié en 2023 pour rejoindre notamment les populations autochtones.

Ainsi, 23 jeunes d'origine atikamekw et abénakis, ont pu se familiariser avec des professions en nouvelles technologies et jeux vidéos :

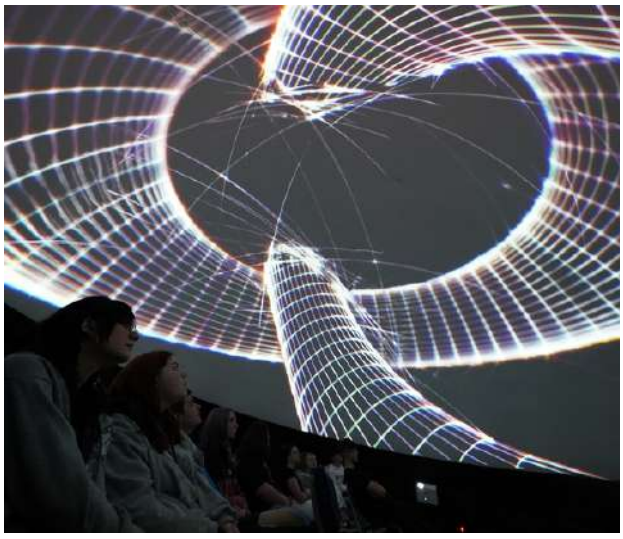
- Café numérique avec le CAE - 03 mars : Exploration des métiers de haute technologie (simulateurs dans les domaines de l'aviation et de la santé)
- Café numérique avec UBISOFT - 1er décembre - Exploration du processus de création et des carrières en jeu vidéo

CODE Avenir

Les événements CODE Avenir sont conçus pour faire découvrir les impacts de la transformation numérique dans le secteur professionnel et les possibilités de formations et de carrières auprès des jeunes adultes âgés de 18 à 29 ans et du grand public. Ils sont offerts sous forme de kiosques, d'ateliers pratiques, de conférences et/ou de consultations.

Le 23 février, un parcours inspirant était offert à 53 étudiants du Collège de Bois-de-Boulogne, de l'Agora numérique et de l'UQAM : Visite de Triotech, créateur d'attractions immersives et interactives, et 5@7 pour les lancements du Livre blanc sur les Femmes en Tech (Printemps numérique) et de la plateforme BOUSSOLE (SYNTHÈSE). L'événement réunissait également près de 50 partenaires, dont plusieurs femmes œuvrant dans l'industrie de la créativité numérique.

Le Dôme 360° du Printemps numérique était à l'honneur lors de l'événement immersif « DÔME », organisé par le PLAN - Pôle lavallois d'enseignement supérieur en arts numériques et économie créative, pour la rentrée étudiante du Collège Montmorency. Plus de 1 000 participants ont eu l'occasion de participer à des projections de vidéo d'arts numériques, jouer au jeu Dome Defense et participer à des ateliers sur les possibilités immersives du dôme 360° et le mapping.



Parcours Jeunes Ambassadeurs Autochtones

Dans le cadre de ses actions pour réduire la fracture numérique et mieux répondre aux besoins des jeunes autochtones et de leurs communautés, le Printemps numérique a lancé la première cohorte Jeunes Ambassadeurs Autochtones pour un numérique souhaitable. Ainsi, 11 jeunes professionnels et leaders autochtones âgés de 18 à 29 ans ont pris part à la 5e édition de l'événement MTL connecte, du 10 au 13 octobre 2023.

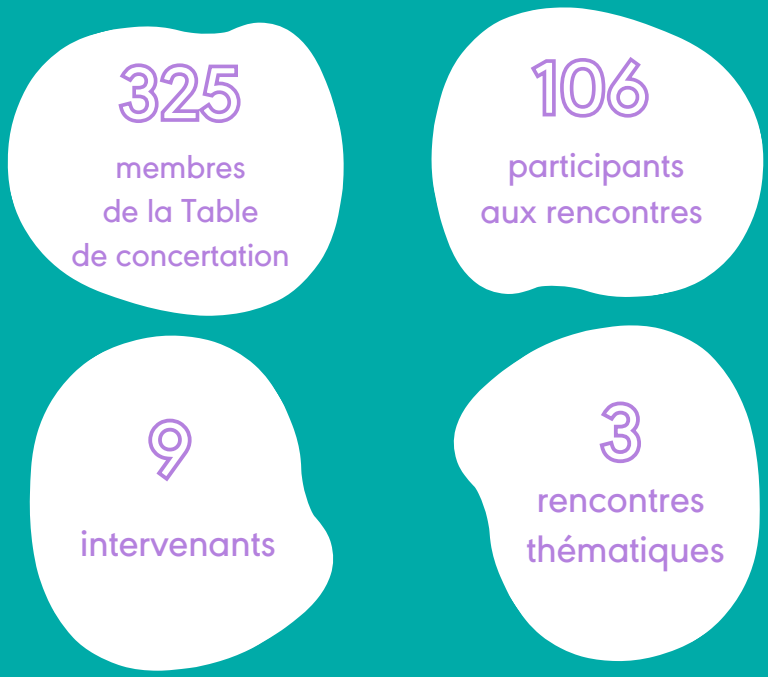
Un parcours personnalisé leur a été proposé, leur permettant de visiter des entreprises, participer à des ateliers de création numérique et de programmation, échanger avec des experts en intelligence artificielle et explorer les formations et carrières en créativité numérique.

VISIONNER LA VIDÉO

Jeunes Ambassadeurs QC

Le programme Jeunes Ambassadeurs QC était aussi de retour pour une 4e année à l'occasion de MTL connecte. Par cette initiative, le Printemps numérique souhaite favoriser le développement entrepreneurial et encourager la participation des jeunes professionnels intéressés à s'impliquer dans la réflexion sur l'impact du numérique sur nos sociétés et le développement économique des territoires. Les ambassadeurs étaient invités à participer à une série de capsules vidéo pour témoigner de leur expérience et de la thématique de l'intelligence collective mise de l'avant.

E - Un meilleur avenir numérique avec la table de concertation



La Table de concertation intersectorielle et interrégionale en littératie numérique du Québec a été mise sur pied en 2018 pour réunir des représentants de plusieurs secteurs et régions afin de dégager des priorités d'actions collectives pour d'améliorer la qualité et les conditions d'intervention en matière de littératie numérique.

La table est constituée de 325 acteurs provenant de plus de 120 organisations impliquées ou désirant s'impliquer dans l'écosystème de la littératie numérique au Québec (Secteurs privé/public, Éducation, Centres de recherche, Universités, Entreprises, OBNL, etc.).

La table rassemble des acteurs s'intéressant aux enjeux de la littératie numérique, à la fracture et aux compétences numériques chez les jeunes, aux innovations sociales et technologiques, aux formations et nouvelles initiatives, etc.

Elle permet la mise en réseau d'experts interdisciplinaires, des initiatives innovantes, créatives, et la définition de champs d'intérêts communs en lien avec les impacts sociétaux des technologies disruptives.

En 2023, 3 rencontres thématiques ont permis aux membres de se réunir pour échanger autour de pistes de solutions en atelier collaboratif. Et ce fut l'occasion pour plusieurs acteurs en littératie numérique d'offrir des présentations pour faire connaître leurs initiatives et éclairer les membres présents sur les sujets mis de l'avant.

- **Rencontre #12 - 17 février - La vie privée » en ligne**
- **Rencontre #13 - 15 juin - Les avancées de l'IA et les effets sur les jeunes**
- **Rencontre #14 - 16 novembre - La sobriété numérique**

F - La recherche : « La fracture numérique genrée »

565
téléchargements des études

+10
présentations des études

Depuis sa première phase de recherche-action avec la publication de l'étude « Culture et inégalités numériques : Usages numériques des jeunes Québécois » (2022), le Printemps numérique poursuit son travail de recherche afin de supporter la connaissance et d'alimenter les pistes d'action et la réflexion.

En 2021, l'entente avec MITACS et la Chaire de recherche de l'UQAM a été renouvelée pour une deuxième phase de recherche sur les Filles en technologie, dont les résultats ont été présentés à l'occasion du Mois Numérique jeunesse en février 2023 :
Le Livre Blanc « La fracture numérique genrée » est présenté en deux parties : six portraits de jeunes femmes et une synthèse d'entrevues réalisées avec des acteurs de l'écosystème de la médiation numérique parascolaire au Québec. Cette deuxième phase de recherche du Printemps numérique menée par la chercheuse et sociologue Amina Yagoubi, a été lancée lors d'un 5 À 7 à l'Agora numérique du Collège Bois-de-Boulogne le 23 février et diffusée en direct en Webdifusion.

Pour répondre à l'initiative Ensemble contre l'intimidation du Ministère de la Famille du Québec, le Printemps numérique a entrepris de créer un guide « Référentiel de compétences de prévention de la cyberintimidation chez les jeunes » en co-création avec plusieurs experts (parents, éducateurs, intervenants jeunesse, etc.). Des témoignages de jeunes ont été recueillis et trois groupes de discussion ont permis d'entamer l'élaboration de l'outil à visée éducative. La réalisation d'une revue de littérature approfondie, une analyse scientifique des dynamiques sociales de la cyberintimidation, est complétée. Le lancement du guide est prévu pour la fin de l'année 2024.

> Ce qui est sorti de la première phase de recherche, c'est qu'une fracture numérique genrée est bien présente. On a découvert qu'énormément de femmes ne s'intéressent pas, ou peu, aux technologies et qu'il y a réellement des travers et des biais au sein de cet univers du numérique
> **Amina Yagoubi, chercheure et sociologue**

G - Une communication significative

2 453* abonnés Instagram

388* abonnés TIkTok

Pour le Projet Jeunesse QC2030, le Printemps numérique a adapté son approche en matière de communication en adaptant ses stratégies pour cibler efficacement un public plus jeune.

Médias sociaux

En 2023, la création d'un compte sur TikTok a été une étape cruciale dans cette démarche, soulignant l'importance de ce réseau social dynamique et en plein essor. TikTok, avec ses millions d'utilisateurs actifs dans le monde, offre une plateforme idéale pour engager la jeunesse québécoise de manière créative et interactive. En effet, TikTok encourage la créativité avec des formats de contenu uniques tels que les vidéos courtes. Le Projet Jeunesse QC2030 peut exploiter cette caractéristique pour présenter de manière dynamique ses initiatives, défis, et messages, renforçant ainsi l'authenticité de la communication.

De la même manière, le Printemps numérique a utilisé le compte Instagram du Printemps numérique afin d'y relayer les vidéos publiées sur TikTok mais aussi y partager d'autres publications avec des photographies. Instagram attirant une audience diversifiée, couvrant différentes tranches d'âge, permet au Projet Jeunesse QC2030 d'étendre son impact à un éventail plus large de la population qui serait au contact des jeunes, à l'instar des parents et professeurs.

Ainsi, des vidéos micro-trottoir ont été réalisées dans le cadre du Mois Numérique Jeunesse afin de permettre aux jeunes, à la fois, de s'exprimer sur des questions cruciales liées au thème de cette 4e édition : la Vie privée; et à la fois de les sensibiliser aux bonnes pratiques

Campagne média et relations de presse

La campagne de promotion des différentes activités était multicanale : à la télévision, à la radio, dans les journaux et magazines, sur le web et les médias sociaux.

Influenceurs et ambassadeurs

Dans le cadre du Mois Numérique Jeunesse, des influenceurs et ambassadeurs ont été sollicités, à l'instar des animateurs du balado, Douaa Kachache et Tom-Éliot Girard qui sont intervenus notamment en radio et sur les médias sociaux.

Dans le cadre du parcours Jeunes Ambassadeurs et Jeunes Ambassadeurs Autochtones, les participants ont été invités à promouvoir leur participation dans les parcours à travers leurs médias sociaux et une une série de capsules vidéo pour témoigner de leur expérience et de la thématique de l'intelligence collective mise de l'avant.

266 mentions du MNJ dans les médias

51 radios, balados et webinaires

207 médias numériques

8 télévisions, journaux et magazines

+3 200 visites sur mnj.quebec

* chiffres récoltés en date de novembre 2023.

Infolettres

En amont du Mois Numérique Jeunesse, deux infolettres d'appel à participation ont été envoyées pour inscrire des ressources et activités dans la programmation de l'événement. Ensuite, l'objectif était de promouvoir l'événement et les différentes activités qui en découlaient, à l'image du lancement du balado.

Également, tout au long de l'année des infolettres et communiqués de presse sont envoyés pour informer les abonnés des différentes actualités et activités.

Au total, les infolettres sont envoyées à plus de 12 000 abonnés et obtiennent une moyenne de 28,4 % de taux d'ouverture et 1,2 % de taux de clics.

Identité visuelle

Pour 2023, le Mois Numérique Jeunesse a mis à jour son identité visuelle. Ainsi, la palette de couleurs a été revue. Le mauve lilas a été remplacé par une teinte plus foncée qui ressort de l'univers du jeu vidéo. Cela avait pour objectif de rendre le site moins féminin et plus cyber.

Afin de conserver l'aspect de ce nouvel univers, l'illustration du nuage a été simplifiée en ne conservant que le contour de la forme dans un style néon.

Site web

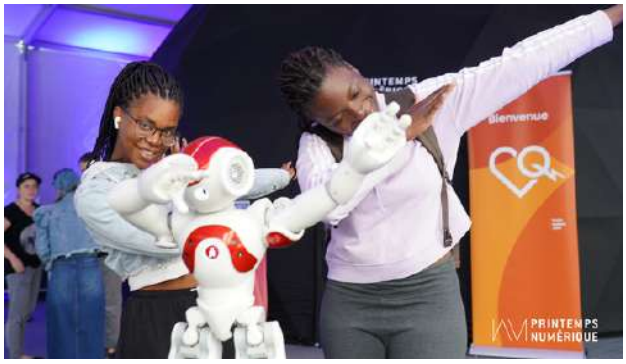
Le site web du Mois Numérique Jeunesse a pour objectif de rassembler les activités ainsi que les ressources numériques ciblant les jeunes de moins de 35 ans au Québec. Dans le cadre de la 4e édition, c'est 101 activités et 100 ressources numériques qui ont été mises au calendrier.

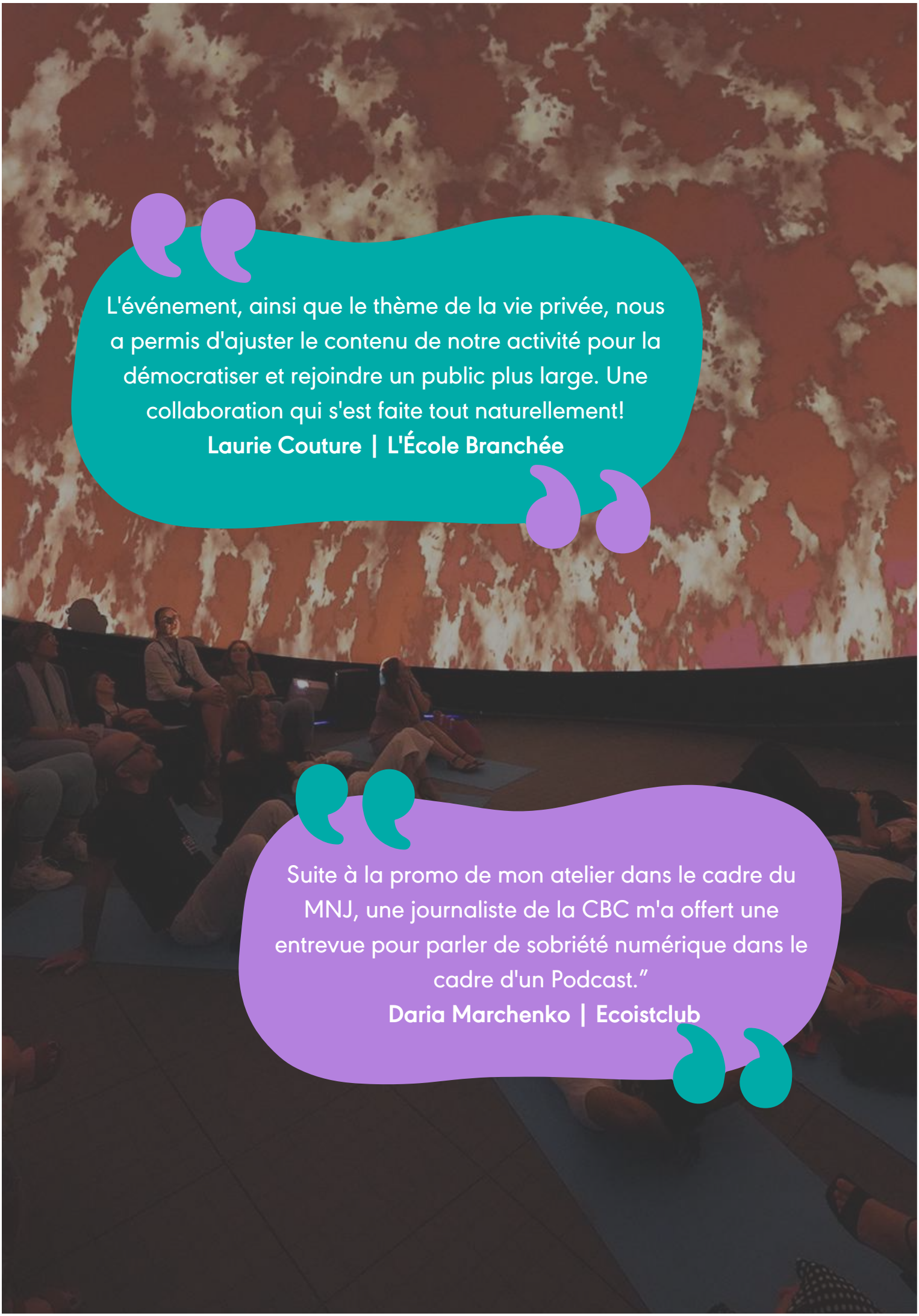
Avec la mise à jour de l'identité visuelle du MNJ, c'est aussi tout le site web mnj.quebec qui a fait peau neuve. L'occasion de revoir la stratégie et d'améliorer la visibilité accordée aux collaborateurs.

Par exemple, les logos des collaborateurs qui se trouvent sur le site web sont désormais animés lors du survol de la souris et ont un lien qui redirige l'utilisateur vers la page officielle de ce dernier dans une nouvelle fenêtre. Cela leur permet une visibilité plus accrue. De la même manière, des liens dirigeables sont intégrés dans le nom des collaborateurs et des membres du comité.

Par ailleurs, les sections de pages sont coupées par des formes afin de rendre moins linéaire l'expérience de l'utilisateur sur la page.

En conclusion, le site web mnj.quebec s'est voulu plus aligné aux objectifs de l'événement, dans l'esprit du jeu vidéo et de la cyber. Il a également été rendu plus dynamique et correspondant mieux au public jeunesse ciblé.





L'événement, ainsi que le thème de la vie privée, nous a permis d'ajuster le contenu de notre activité pour la démocratiser et rejoindre un public plus large. Une collaboration qui s'est faite tout naturellement!

Laurie Couture | L'École Branchée

Suite à la promo de mon atelier dans le cadre du MNJ, une journaliste de la CBC m'a offert une entrevue pour parler de sobriété numérique dans le cadre d'un Podcast."

Daria Marchenko | Ecoistclub

V - CONSEIL D'ADMINISTRATION

UN IMMENSE MERCI AU CONSEIL D'ADMINISTRATION POUR SON ENGAGEMENT ET SES PRÉCIEUSES CONTRIBUTIONS À NOTRE RÉUSSITE COLLECTIVE!

Caroline Roy

PRÉSIDENTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION | VICE PRÉSIDENTE NUMÉRIQUE, BANQUE NATIONALE DU CANADA

Richard Yeghiayan

TRÉSORIER DU C.A. | ASSOCIÉ, BDO CANADA

Bruno Provencher-Bordeleau

SECRÉTAIRE DU C.A. | AVOCAT, YULEX AVOCATS ET STRATÈGES

Philippe Beaudoin

CO-FONDATEUR ET PDG, WAVERLY

Youni Shabah

CHEFFE DE LA TRANSFORMATION ELECTRIFICATION, STM

Jean-Louis Maréchaux

SPÉCIALISTE EN ANALYSE DE DONNÉES ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, GOOGLE

Claire Buffet

PRODUCTRICE, TURBULENT

Serge Leclerc

DIRECTEUR GÉNÉRAL MISHMASH COLLECTIF EXPÉRIENTIEL - MAGAZINE L'ACTUALITÉ

Valérie Boissonneault

DIRECTRICE, ZONES D'INNOVATION, INVESTISSEMENT QUÉBEC

Dardan Isufi

PDG, EVA

Valérie Bécaert

DIRECTRICE SÉNIOR DE LA RECHERCHE ET DES PROGRAMMES SCIENTIFIQUES, SERVICE NOW

VI - PARTENAIRES ET COMMANDITAIRES

UN GRAND MERCI À TOUS NOS PARTENAIRES!

- Adoc Talent Management
- Ambassade et consulats de Belgique au Canada
- Arche Innovation
- Association Edteq
- AWEX
- CAE
- Carrefour jeunesse-emploi de Mirabel
- Centre d'amitié autochtone de La Tuque
- Centre d'amitié autochtone de Trois-Rivières
- Collège Montmorency
- Collectif SANS PERTE-LOSSLESS
- Conseil des arts du Canada
- Conseil des arts de Montréal
- Conseil de la Nation Atikamekw
- Conseil Général de France à Québec
- Conseil W8banaki (Espaces jeunesse d'Odanak et de Wôlinak)
- D-Box
- Deloitte
- Desjardins Caisse des technologies
- École NAD-UCAQ
- Espresso-Jobs
- FabLab Wawacte
- Flanders State of Arts
- Genie-Inc
- Gouvernement du Québec
- Google
- Grandir Sans Frontières
- Hub.brussels
- Hydro-Québec
- L'île du savoir (Festival Eurêka!)
- LOJIQ - Les Offices jeunesse internationaux du Québec
- Immersive productions
- IVADO
- Le Lien multimédia
- Le Monde
- Monarque
- Morgan Philips
- Montréal NewTech
- Musée McCord Stewart
- TouchTunes
- Tourisme Montréal
- Triotech
- ONF
- Organisation Internationale de la Francophonie
- Petal
- Pixsenses
- Pôle lavallois d'enseignement supérieur en arts numériques et économie créative
- Ré-innover
- Réseau jeunesse des Premières Nations Québec-Labrador
- Smartpixel
- SYNTHÈSE
- Ubisoft éducation
- Université Concordia
- Ville de Montréal
- Ville de Mont-Tremblant
- Wapikoni mobile
- @workbase