

Projets numériques
Séance d'information

- Survol du volet
- Admissibilité : organisations et projets
- Accéder au financement de MNC
- Astuces pour répondre aux questions
- Période de questions

Présenté sur Zoom le 27 septembre 2023

Musées numériques Canada Digital Museums Canada

Canada

LEAH

- Bonjour, je m'appelle **Leah Resnick**. Je suis la directrice de Musées numériques Canada
- **DESCRIPTION POUR L'ACCESSIBILITÉ** : Je suis une femme caucasienne d'origine juive, italienne et coloniale, mon pronom est elle.
- Bienvenue à la séance d'information sur les **projets numériques**. Nous allons attendre quelques minutes d'ici à ce que tout le monde se joigne à nous.
- La présentation durera environ 45 minutes et sera suivie d'une période de questions-réponses de 15 minutes.
- Nous vous proposons une présentation très riche en informations:
 - Survol des volets
 - Admissibilité: organisations et projets
 - Accéder au financement de MNC
 - Astuces pour répondre aux questions
 - Période de questions

FORMAT :

- Cette séance se déroulera en **français**, notre séance en anglais aura lieu demain.
- La séance porte sur les **projets numériques**. Si vous souhaitez en savoir plus sur notre volet "Histoires de chez nous", pour des projets qui utilisent une plateforme de conception de site

web, vous pouvez visionner notre séance d'information de la semaine dernière sur notre site Web.

- **ACCESSIBILITÉ :**

- Nos intervenants partageront leur écran avec une présentation PowerPoint.
- Un dossier accessible a été envoyé à l'avance à tous les participants si vous souhaitez suivre la présentation de cette manière. Toutes les ressources et tous les liens partagés figurent dans le document. Au cas où vous l'auriez manqué, nous mettons un lien vers le document dans le chat.
- Cette présentation sera enregistrée pour ceux qui ne peuvent pas y assister et un sous-titrage généré automatiquement sera utilisé.
- Par défaut, les caméras et les microphones sont désactivés, mais ils seront activés pour les questions-réponses.

- **MENTIONNER l'interprétation LSQ si elle est assurée.**



LEAH

Je suis ici aujourd'hui sur ZOOM avec mes **collègues de MNC**:

- Emily Dillabough, coordinatrice de programme
- Michel Joanisse, responsable technique, conception de l'expérience utilisateur et accessibilité
- Brigitte Beaulne-Syp, Stéphane Lauzon, Cathy Mitchell, Natalie Roy, et Nathalie Rheault, agents de programme
- **DESCRIPTION ACCESSIBLE** : Vous voyez à l'écran 8 photos de membres de l'équipe du MNC

Je suis à Gatineau, Québec. MNC est administré par le Musée canadien de l'histoire.

RECONNAISSANCE DU TERRITOIRE:

Le Musée canadien de l'histoire est situé sur le territoire traditionnel non cédé des Anishinabeg (Algonquins). Ce territoire a eu, et continue d'avoir, une grande importance historique, spirituelle et sacrée. Nous reconnaissons et honorons la présence pérenne du peuple algonquin. Nous savons aussi que vous vous joignez à nous de nombreux endroits, proches ou lointains, et nous reconnaissons les individus et les communautés qui ont traditionnellement habité et protéger ces terres.

Musées numériques Canada

- Programme d'**investissement** national pour les projets numériques des **musées et organisations patrimoniales, culturelles et autochtones au Canada**
- Développement des capacités numériques
- 2,2 millions annuellement
- Comité aviseur indépendant
- **Nos valeurs:** accessibilité, conçu pour l'utilisateur, bilinguisme



LEAH

À PROPOS DE MNC

- Nous sommes un programme **d'investissement** national qui soutient les projets numériques créés par les musées canadiens et les organisations patrimoniales, culturelles et autochtones.
- Nous sommes un programme d'investissement et non un programme de subvention
- En un mot, notre mandat est de soutenir le **développement des capacités numériques** en fournissant des fonds et de l'expertise.
- Nous disposons d'un **budget annuel de 2,2 millions**; les projets sont sélectionnés par un **comité aviseur** national.
- Les projets sont **conçus pour l'utilisateur, accessibles et bilingues** - ce sont les valeurs fondamentales du programme.

Notre engagement envers l'équité

Groupes prioritaires

- Premières Nations, les Inuits et/ou les communautés métisses
- communautés langues officielles en contexte minoritaire
- Personnes sourdes, devenues sourdes ou malentendantes
- Personnes en situation de handicap
- Communautés 2ELGBTQI+ et qui représentent la diversité de genre
- Communautés noires
- Communautés racialisées ou un autre groupe d'équité



LEAH:

Bien que MNC souhaite recevoir des propositions *de toutes* les organisations admissibles, nous voulons également réduire les obstacles rencontrés par des groupes prioritaires.

Vous voyez d'ailleurs à l'écran notre liste des groupes prioritaires.

Cette considération se reflète dans les critères du programme et dans les évaluations du comité consultatif, avec pour objectif une représentation de 25 % de projets issus des groupes prioritaires. (Ceci reste à la discrétion du comité consultatif et dépend des propositions reçues).

- Les groupes sont identifiés en remplissant **le questionnaire d'équité volontaire ; nous vous encourageons à le remplir lorsque vous soumettrez votre proposition**
- **Plus tard dans la présentation, nous parlerons de notre assistance aux demandes visant à favoriser l'équité.**

BRIGITTE PRENDRA MAINTENANT LE RELAIS



Comment j'accède au financement?

Plateforme de demande en ligne
! Questionnaire sur l'admissibilité

Appel de projets
Soumettre d'ici le 1^{er} décembre 2023 à 17h

Musées numériques Canada Digital Museums Canada

Canada

BRIGITTE

- Nous organisons un appel de projets annuel au cours duquel on accepte les propositions
- C'est un processus compétitif
- L'évaluation est faite par un comité consultatif composé de professionnels du milieu muséal et d'experts numériques d'à travers le pays.
- Notez bien la date limite ferme, c'est le 1er décembre 2023 à 17h heure normale de l'est
- **La plateforme de demande en ligne est disponible sur notre site Web: <https://mnc-dmc.smapply.ca/>**
- Première chose à faire si vous envisagez soumettre une demande est d'aller sur la plateforme, vous connecter, créer votre profil et remplir le questionnaire d'admissibilité.
- Vous permettra de déterminer tout de suite si votre organisation est admissible au financement de MNC

Projets numériques en un coup d'oeil

Projets en ligne développés du début à la fin avec une agence de développement Web de votre choix

- **2 niveaux d'investissement**
 - Jusqu'à 150 000\$
 - De 150 000\$ à 250 000\$
- **Appui d'experts :**
Accompagnement des agents de programme et du spécialiste technique
- **Nos attentes :**
Accessible, conçu pour l'utilisateur, bilingue
- **Durée de réalisation :**
4 ans (ou moins)



BRIGITTE

Si vous connaissez MNC, ce volet s'appelait "Moyen" et "Grand"

Il comprend toujours deux niveaux d'investissement selon le financement dont vous avez besoin: jusqu'à 150k ou entre 150k-250k

Assurez vous qu'il n'y ait pas d'incohérence (de déconnexion), entre l'ampleur du projet et le montant d'investissement de MNC. Demandez ce dont vous avez besoin, jusqu'à 150K ou entre 150 et 250K. You pourrez déterminer le bon montant une fois que vous aurez défini l'ampleur du projet et confirmé le budget nécessaire.

Une fois les projets sélectionnés, nous offrons du financement mais aussi notre expertise et notre accompagnement tout au long du développement. Parce que notre mandat est d'aider à développer les capacités numériques.

Notre but est d'aider les organisations à créer le projet qu'elles ont en tête et avoir les impacts qu'elles visent. Nous partageons des meilleures pratiques et tendances, un feedback continu sur tous les aspects du projet, et aidons à trouver des solutions.

C'est notre promesse de valeur envers les projets choisis.

Nos attentes: votre projet en ligne doit être centré sur l'utilisateur, bilingue et accessible, et développé en 4 ans ou moins.

Sachant ceci, demandez-vous si le programme de MNC et notre approche est une bonne approche pour votre organisation et ce que vous voulez réaliser avec votre projet.

Et nous espérons que vous vous sentirez bien outillés à la fin de la séance d'info pour soumettre votre proposition.

Organisations admissibles

Musées et organisations patrimoniales, culturelles et autochtones au Canada

! *Excluant les organisations du portefeuille de Patrimoine canadien*

- **Admissibilité, deux aspects :**
 1. Objectifs et mandat principaux
 2. Statut juridique



BRIGITTE

Regardons qui est admissible. Le financement de MNC est offert aux musées, organisations patrimoniales, culturelles et autochtones au Canada.

Ceci exclu les organisations du portefeuille de Patrimoine Canadien et les agences et sociétés d'état fédérales.

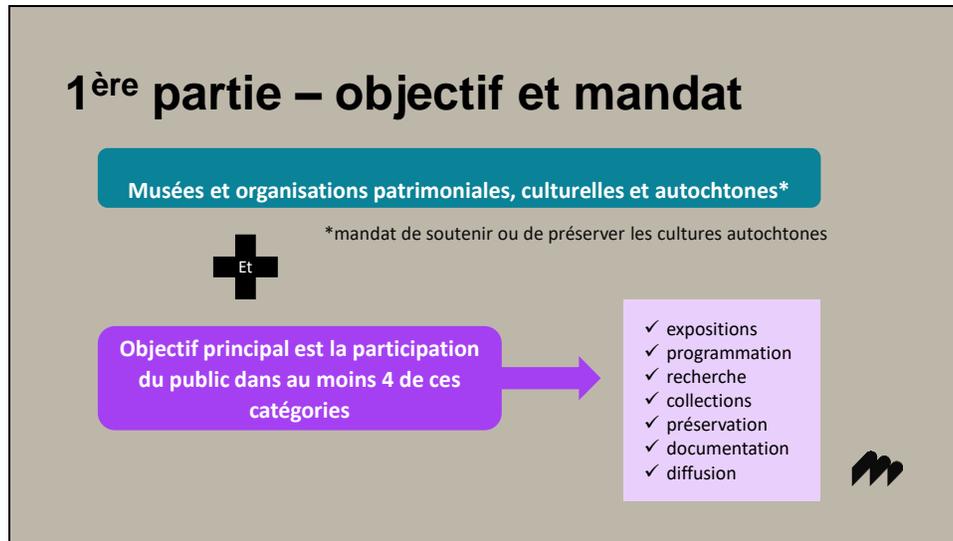
Nous suivons un processus d'admissibilité en 2 étapes:

- Objectif et mandat principaux
- Statut juridique

Quand vous vous connectez à la plateforme de demande, vous recevrez un message de compléter le questionnaire d'admissibilité. Complétez-le avant de commencer le processus de demande.

Un autre point important:

Le mandat de MNC est de développer les capacités numériques dans le milieu muséal. Nous signons des ententes avec les organisations admissibles et non pas avec des agences de développement Web, gestionnaires de projet, etc.



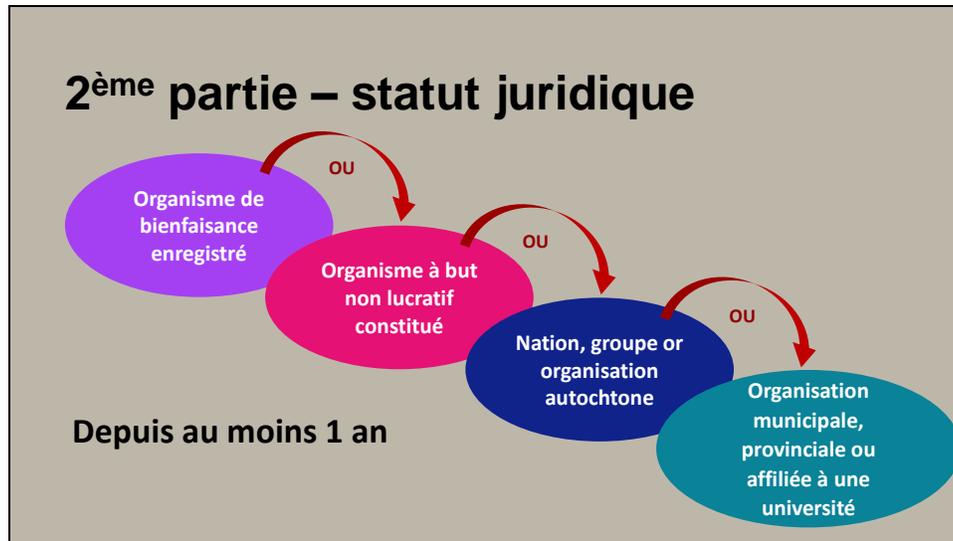
BRIGITTE

Donc la première partie, objectif et mandat –

Pour déterminer votre admissibilité, regardez votre mandat et l'objectif principal de votre organisation.

Nous investissons dans les projets de musées et organisations patrimoniales, culturelles et autochtones dont l'objectif principal, bien clair dans leur mandat, est de faire participer le public dans au moins 4 des catégories suivantes: expositions, programmation, recherche, collections, préservation, documentation ou diffusion

- Les organisations admissibles doivent être établies et exercer leurs activités au Canada.
- Les organisations doivent avoir soit une installation physique ou un site ouvert au public ou offrir une programmation au public dans divers lieux ou sur un site Web. Par ex.: musées, archives, aquariums, galeries d'art, centres gérés par des artistes, jardins botaniques, centres culturels, zoos, sites historiques, sociétés d'histoire, organisations autochtones, planétariums



BRIGITTE

Une fois que nous avons confirmé que votre mandat est admissible, nous évaluons votre statut juridique.

Les organisations admissibles ont un des statuts juridiques depuis au moins un an:

Un organisme de bienfaisance enregistré

Ou

Un organisme à but non lucratif constitué en vertu d'une loi fédérale ou provinciale

Ou

Une nation, un groupe ou une organisation autochtone qui exerce des activités semblables à celles d'un organisme à but non lucratif

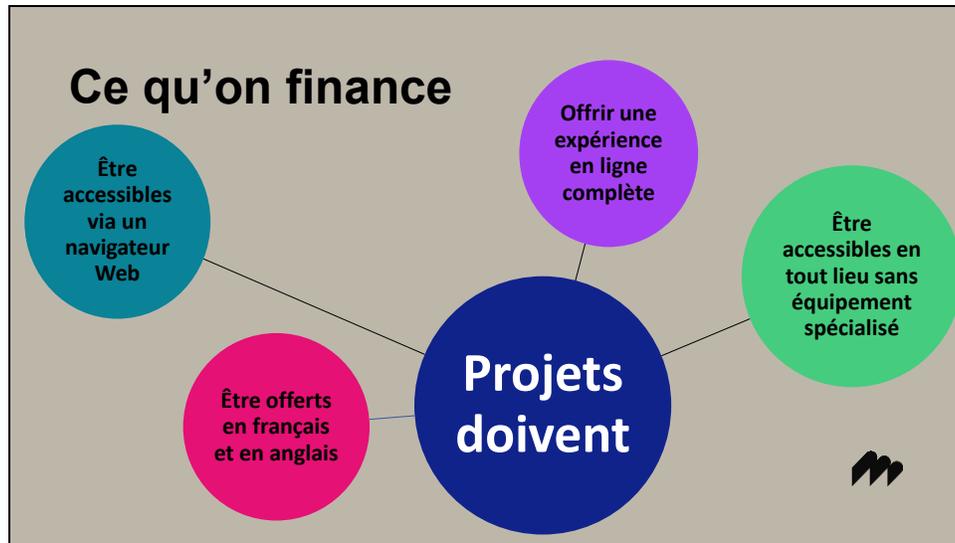
- et qui soutient les patrimoines et cultures autochtones

Ou

Un organisme patrimonial municipal, provincial ou émanant d'une Première Nation, ou encore un organisme affilié à une université

- L'organisme doit exercer ses activités de façon indépendante et neutre, et avoir un mandat, un personnel et un système de gouvernance distincts

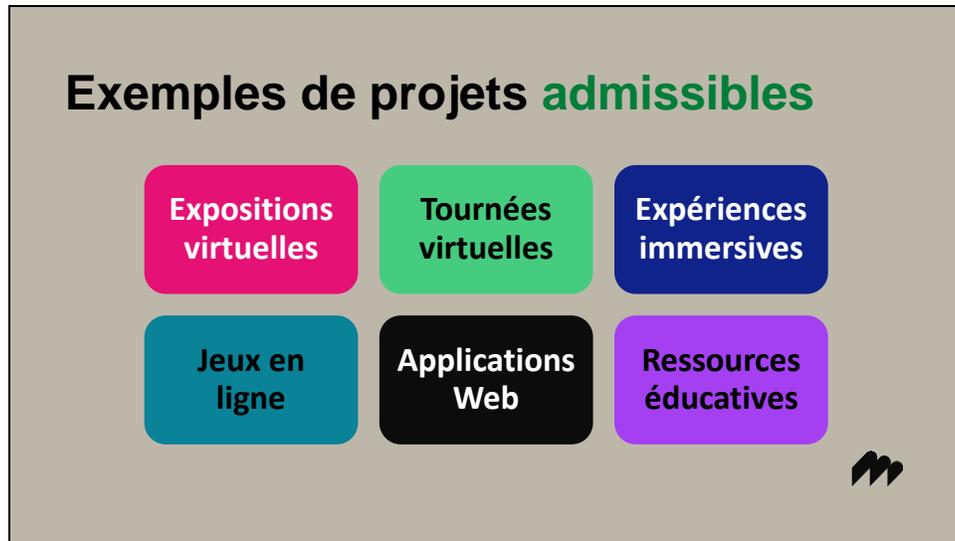
Si vous n'êtes pas sûrs ou avez des questions, n'hésitez pas à communiquer avec nous, propositions@museesnumeriques.ca. Ma collègue l'a partagé dans le clavardage.



BRIGITTE

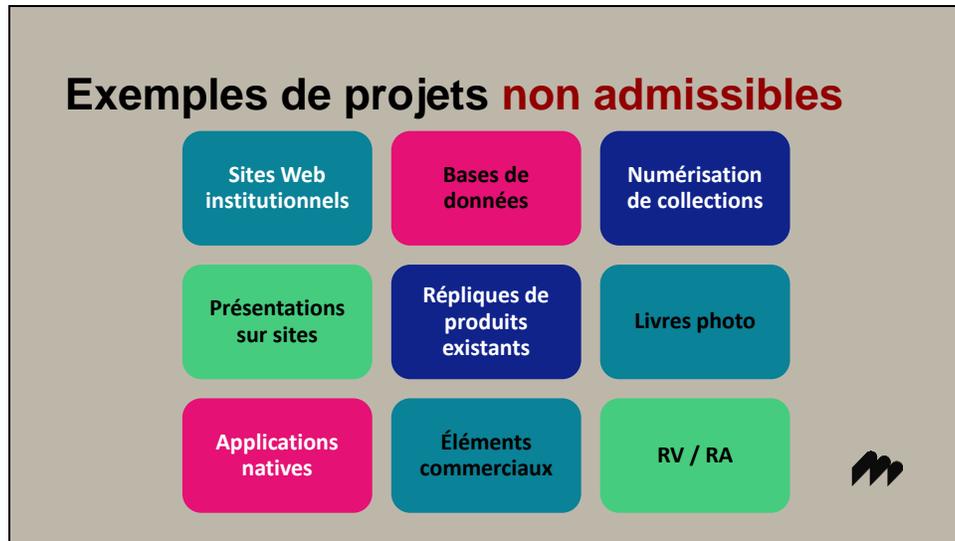
Les projets doivent

- offrir une expérience en ligne complète au moment du lancement, ceci veut dire que pour être pleinement atteints, les impacts utilisateurs que vous visez ne dépendent pas de contenus et aspects qui seraient ajoutés après le lancement
- Offrir une expérience riche accessible en tout lieu via un navigateur Web et sans avoir besoin d'un équipement spécialisé (comme un casque Oculus)
- Le projet doit être offert en français et en anglais. Vous pouvez aussi offrir une expérience multilingue, par exemple offrant l'expérience dans une langue autochtone.
 - La décision d'offrir le projet dans plusieurs langues devrait être basée sur votre auditoire cible et vos impacts, et sur ce qui est réalisable financièrement.



BRIGITTE

- Quelques exemples de types de projets admissibles au financement de MNC:
 - Tournées virtuelles
 - Jeux en ligne
 - Expériences immersives
- Vous pouvez jeter un coup d’œil à ces projets sur notre site Web dans l’onglet “Projets financés”



BRIGITTE

- Des types de projets qui ne sont pas admissibles incluent:
 - Les bases de données – les projets doivent créer une expérience pour l'utilisateur
 - Présentations sur sites
 - Livres photos
 - Éléments commerciaux comme une boutique en ligne
 - Réalité augmentée (parce qu'il faut être sur site) et réalité virtuelle (parce que pour visionner en ligne, on doit avoir un casque RV)

Par ailleurs,

- Des projets de réalité augmentée ou virtuelle et des présentations sur sites ainsi que la numérisation de collection peuvent faire partie du projet, mais MNC ne les financera pas, et leurs coûts doivent être couverts entièrement par l'organisation.
- Si vous les incluez dans votre proposition, le budget et le calendrier doivent clairement indiquer qui et quand ils seront développés et vous devez démontrer que l'équipe a la capacité d'y travailler en même temps qu'elle développe le projet en ligne.

8 conseils importants

- Inspirez-vous d'autres projets en ligne
- Faites de la recherche sur votre public cible
- Consultez votre communauté
- Planifiez votre projet et son ampleur en premier
- Montez une équipe complète
- Consultez une agence de développement Web pour les questions techniques, d'accessibilité et d'expérience utilisateur
- Répondez avec clarté, restez dans le sujet et allez en détail

! Démarrez tôt



BRIGITTE

Nos 8 meilleurs conseils pour préparer une super proposition :

- Inspirez-vous de ce que d'autres organisations et musées partout ailleurs ont produit, et vous pouvez aussi fureter dans notre site Web, dans la section "Projets financés"
- Faites une bonne recherche sur votre public cible, démontrez-nous que vous le connaissez et le comprenez bien
- Et n'oubliez pas que l'auditoire pour votre proposition est le comité consultatif. Vous leur écrivez une lettre d'amour sur votre projet.
 - Facilitez leur travail de noter votre projet. Répondez clairement, allez dans le détail et restez dans le sujet. Assurez-vous de ne pas répondre à une question un peu partout dans la proposition, le comité évalue chaque question comme un tout.
 - Évitez que le comité consultatif dise:
 - "Je ne comprends pas ce qu'ils veulent dire par"
 - "Ils n'expliquent pas la pertinence pour leur public cible"
 - "Pas clair pourquoi ils ont choisi ce public cible pour leur projet"
 - "Ils n'indiquent pas ce que l'utilisateur fera et ressentira"
 - "L'ampleur du projet est mal évaluée pour le type d'expérience proposée"
 - "Les budget et calendrier sont trop vagues pour qu'on puisse évaluer leur capacité de livrer"
 - "Manque comment ils vont incorporer l'accessibilité; il manque un designer UX"

Nous avons ajouté une section ‘’Astuces’’ sur notre site Web, servez-vous-en:
<https://www.museesnumeriques.ca/financement/projets-numeriques/?tab=questions-et-astuces>

Publics cibles et impacts

- Choisissez un public cible **précis**
- **Public cible** : groupe de personnes qui ont en commun des motivations, caractéristiques ou comportements
- **Impacts** : comment le public cible va-t-il profiter de son expérience (apprendre, se divertir, changer d'attitude, s'inspirer, agir, etc.)

! Évitez les publics trop larges, par ex.
« tous les Canadiens », le grand public et
« étudiants de maternelle au secondaire »



BRIGITTE

La question la plus importante ici est pour qui créez-vous le projet?

Deux des aspects essentiels des projets en ligne centrés sur l'utilisateur sont le public cible et les impacts. Il faut vraiment cerner ces deux aspects dès le début du projet.

Centré sur l'utilisateur veut dire que ce que votre design, l'expérience, le contenu, le ton et style sont tous développés en fonction de ce qui rend votre public cible unique, et en fonction de ses caractéristiques

- Bien connaître votre public cible et tester votre projet souvent auprès de lui tout au long du développement vous aidera à bien comprendre ce qui l'allumera et ce qu'il voudra faire avec votre projet, comment il interagira avec les contenus, avec l'expérience proposée.
- Expliquez-nous dans la proposition pourquoi c'est le bon public cible pour votre projet et démontrez que vous connaissez bien ce public cible.

Soyez courageux et choisissez des publics cibles spécifiques et bien cernés:

- Le grand public n'est pas un public cible
- Tous les Canadiens ne sont pas un public cible.
- Évitez les généralités.
- Les projets centrés sur l'utilisateur échouent quand ils veulent engager tout le monde.

Exemples d'impacts utilisateurs:

- Apprendre: ‘J’ai vraiment aimé voir et vraiment observer les dinosaures marcher le long des routes de mon quartier. J’ai appris à quel point ils étaient gros et lents’
- Comprendre, trouver le sens de quelque chose: ‘les photos nous ont vraiment aidé à comprendre pourquoi ces jeunes autochtones parlent d’un traumatisme intergénérationnel
- Changer des attitudes ou perceptions: ‘L’expérience m’a fait prendre conscience que j’ai moi aussi des droits, que j’ai le droit de m’exprimer’
- Plaisir: ‘j’étais tellement surprise’; ‘je me sens tellement inspiré maintenant’; je me suis délectée

Pertinence

- Pourquoi et pour qui votre sujet compte-t-il?
- En quoi est-il crucial? Captivant?
- Pourquoi votre public cible s'y intéresse?
- Pourquoi maintenant?

! Sujet pertinent = projet qui marque



Démontrez-nous-en quoi votre sujet est important et compte pour la communauté et pour votre public cible.

Par exemple:

- Est-ce une histoire méconnue ou sous-représentée?
- Est-ce qu'elle comble un besoin du point de vue de votre public cible?
- Est-ce qu'elle aidera à faire changer les attitudes?

Expérience utilisateur

Comment votre public cible va-t-il **interagir** avec votre contenu?

Que va-t-il voir, ressentir, entendre, faire?

- Structure du contenu (thématique, chronologique, etc.)
- Type d'expérience (immersive, documentaire, exploratoire, jeu, quête, etc.)
- Parcours utilisateur (flux et navigation)
- Atmosphère et pistes pour le design préliminaire

! Concevez votre projet dans l'optique numérique



BRIGITTE

- L'expérience utilisateur est vraiment le cœur de votre projet et ce qui fera de votre projet un succès auprès de votre public cible.
- Vos décisions sur quel type d'expérience numérique créer pour votre public cible sont liées directement à comment vous choisirez votre public cible et les impacts.
- Utilisez pleinement ce que vous offre le numérique, entre autres ce que le numérique permet à l'utilisateur de faire en ligne qui ne peut être fait dans le monde physique.
- Par exemple:
 - La fonction hyper zoom qui montre dans les tout petits détails un objet ou une photo ou peinture
 - Des expériences immersives en 360 avec beaucoup d'interactions, qui permet à l'utilisateur de se glisser dans la peau d'une acrobate avec une caméra GoPro. Montrer des sites inaccessibles.
 - Créer des constellations qui créent plein de liens entre les gens, les lieux et les histoires.

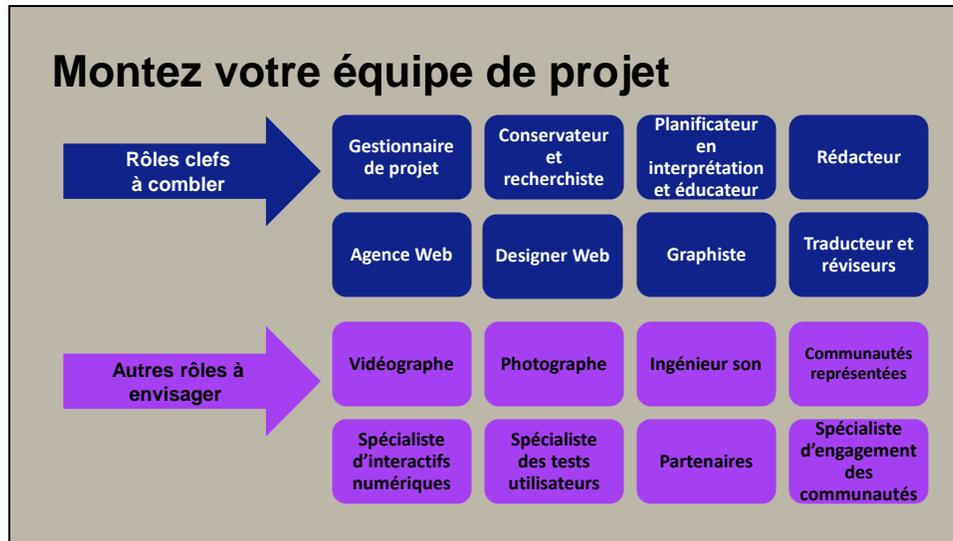
Accessibilité et design inclusif

- Le principe d'inclusion est au cœur de l'accessibilité
- Offrir aux utilisateurs la même expérience de qualité
- Adapter le projet selon les utilisateurs et les circonstances
- ! Assurez-vous que l'agence de développement Web inclut un-e **spécialiste de l'accessibilité** qui comprend les Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG 2.1)
- ! **Lisez et partagez** les exigences techniques de MNC avec toutes les équipes techniques



BRIGITTE

- Au cœur de l'accessibilité il y a le principe de l'inclusion.
- L'accessibilité n'est pas de simplement cocher les cases – c'est d'offrir une expérience et un contenu équivalents qui inspirent des émotions, encouragent l'apprentissage et ont les impacts utilisateurs que vous visez.
- Assurez-vous que votre agence de développement Web inclut un ou une spécialiste en accessibilité qui comprend vraiment les règles pour l'accessibilité des contenus Web
- Lisez et partagez les exigences techniques de MNC avec toutes les équipes techniques.
- Pensez et planifiez l'inclusion et l'accessibilité dès le début du travail de design et du développement du contenu.



BRIGITTE

Montez ce qu'on appelle votre équipe de rêve.

Pensez à qui vous avez besoin dans votre équipe pour créer l'expérience utilisateur et avoir les impacts utilisateurs que vous souhaitez, qui a les capacités et les compétences nécessaires.

Une personne peut cumuler plus d'un rôle mais nous on regardera s'il y a un effet possible sur la capacité de livrer.

Chaque projet est unique mais votre proposition devrait clairement indiquer tout engagement ou consultation avec la communauté. Essentiel d'inclure dans le développement toute communauté dont vous présentez l'histoire.

Créez un calendrier détaillé

Établir

- Calendrier s'aligne sur la portée et le budget
- Chaque tâche :
 - Est divisée en sous-tâches détaillées
 - s'inscrit dans une séquence logique
 - a une durée, début et fin
 - est attribuée à un-e membre de l'équipe

! Incluez les 5 livrables de MNC
! Prévoyez du temps pour la consultation et l'évaluation auprès de la communauté et des publics cibles tout au long du projet



The slide features a diagram on the left with a blue box labeled 'Établir' connected to three green boxes: 'Tâches', 'Temps', and 'Ressources'. The main text is on the right, and a small logo is in the bottom right corner.

BRIGITTE

Créez un calendrier détaillé.

L'expérience utilisateur (qui est l'ampleur ou la portée du projet), le budget et le calendrier doivent être liés et doivent se faire écho – montrez nous ceci dans votre proposition.

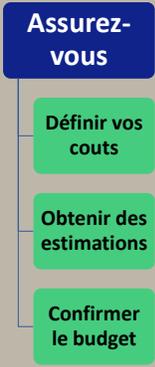
Allouez suffisamment de temps et ressources (c'est à dire votre équipe de projet) pour éviter les glissements de l'ampleur ou portée et les glissements de temps et de budget.

Ne coupez-collez simplement pas les 5 livrables de MNC en y ajoutant des dates, ce n'est pas un bon calendrier de production.

Estimez le bon montant de temps à allouer aux tâches et faites bien la distinction entre les tâches techniques et celles liées au contenu.

Évaluez vos capacités numériques. Est-ce qu'il y a des aspects pour lesquels vous savez que vous aurez une courbe d'apprentissage? Prévoyez du temps pour celle-ci.

Créez un budget détaillé



Utilisez notre **gabarit**

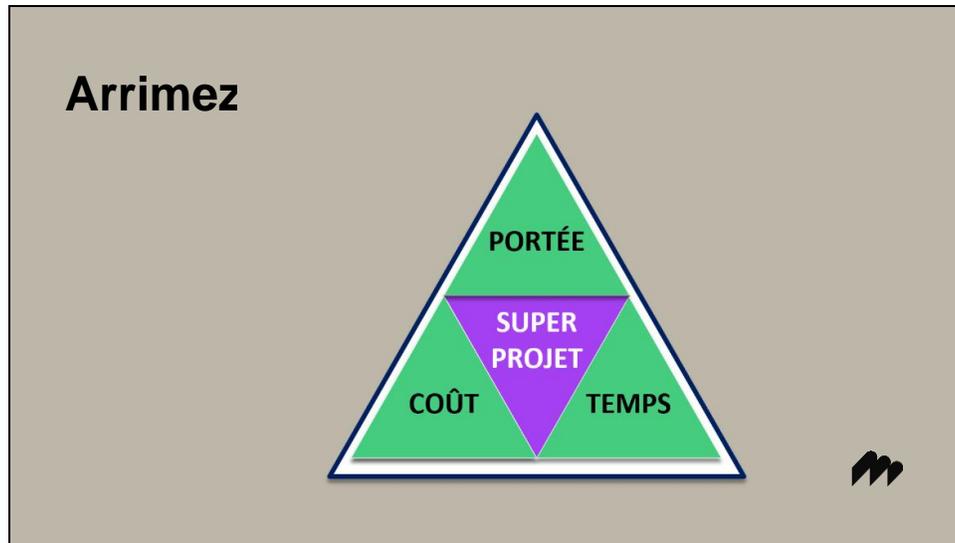
- Fournissez les bases de calcul (nombre d'heures, de mots, tarifs, tâches, etc.)
- Indiquez clairement la **valeur totale** :
 - Coûts admissibles de MNC jusqu'à 250 000 \$
 - Votre contribution financière / en nature
 - Contribution financière / en nature d'autres partenaires ou financeurs

! Vérifiez les coûts admissibles



BRIGITTE

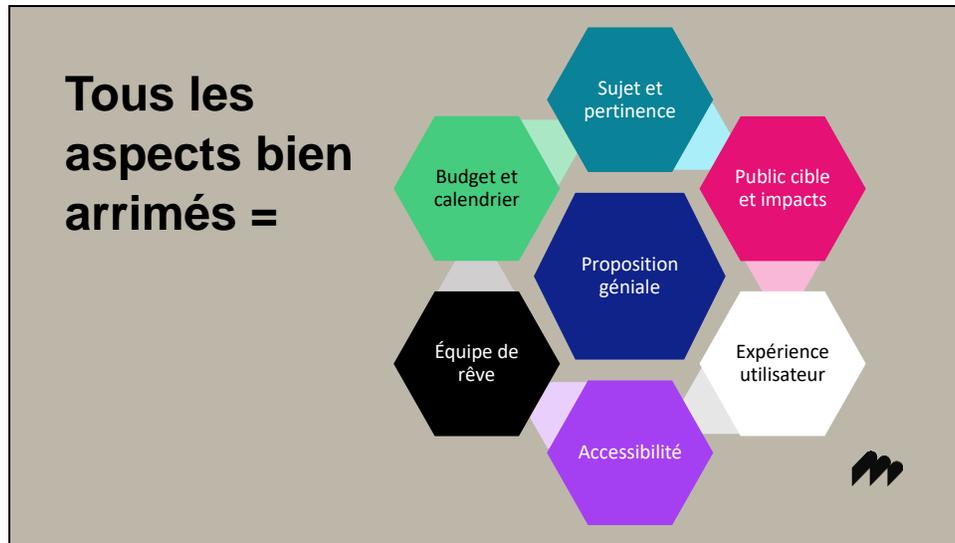
- Le gabarit du budget que nous fournissons peut vous aider à couvrir toutes les étapes nécessaires à créer un budget solide qui définit les coûts basé sur des estimations de fournisseurs et de votre équipe et au final confirmer votre budget.
-
- Inspirez-vous de votre expérience et de vos connaissances, et comparez avec d'autres projets.
- Vu que le projet s'étend sur quelques années, pensez à l'inflation et à l'augmentation de coûts.
- Assurez-vous que le budget identifie clairement le financement demandé à MNC, ainsi que toutes les autres contributions – la contribution de votre organisation et de toute autre source. On veut voir un budget qui cerne la valeur totale du projet mais qui identifie clairement ce que vous demandez à MNC et ce qui provient d'autres sources.
- Assurez-vous que tous les coûts couverts par MNC sont admissibles. Vous pouvez consulter les coûts admissibles et non admissibles sur notre site Web:
<https://www.museesnumeriques.ca/financement/projets-numeriques/?tab=questions-et-astuces>



BRIGITTE

De penser à l'expérience utilisateur (ou l'ampleur du projet) vous aidera à déterminer les limites et les paramètres de votre projet: ce que vous pouvez faire et ce que vous ne pourrez pas faire; sa complexité; et vous aidera à vraiment bien cerner l'expérience utilisateur que vous pouvez développer avec l'équipe, le temps et le budget que vous pourrez confirmer.

L'ampleur, les couts et le temps doivent s'aligner l'un sur l'autre et sont interreliés.



Voici un coup d'oeil visuel de tous les éléments d'une proposition. Assurez-vous qu'ils sont tous interreliés et cohérents dans votre proposition.

Je repasse maintenant la présentation à Leah Resnick.



LEAH

Merci, Brigitte.

À l'écran, vous verrez une **carte** où DMC a financé des projets.

Depuis 2014, nous avons investi dans 240 projets et un financement de presque 20 millions de dollars.

Comme vous pouvez le voir, nous voulons augmenter notre rayonnement dans les Prairies et le Nord.

Aide à la préparation d'une demande

Séances de mentorat
Tête-à-tête, 30 minutes

- Groupes prioritaires et nouveaux demandeurs
- Échéance pour soumettre une demande de mentorat: 29 septembre 2023, 17h HAE

Heures de bureau
Période de questions ouverte à tous et toutes, une heure

- 18 octobre, 11h HAE
- 25 octobre, midi HAE
- 1^{er} novembre, 13h HAE
- 8 novembre, 14h HNE
- 15 novembre, 15h HNE

LEAH

Si vous avez apprécié cette présentation mais que vous souhaitez obtenir de l'aide **supplémentaire**, voici d'autres initiatives que nous vous offrons.

Cette année, nous avons mis en place deux nouvelles initiatives d'assistance pour vous aider à préparer votre demande:

Séances de mentorat

Un entretien individuel de 30 minutes avec un(e) agent(e) de programme en vue de vous offrir une aide personnalisée, d'obtenir des réponses à vos questions et de renforcer la proposition de votre organisation.

Cette initiative s'adresse aux organisations qui présentent une demande dans le cadre du programme de MNC pour la première fois ainsi qu'aux personnes de groupes d'équité

Comment faire la demande:

Soumettez une déclaration d'intérêt d'ici le 29 septembre 2023. Le nombre de places est limité. Un tirage au sort sera effectué si le nombre de candidatures soumises est supérieur au nombre de places disponibles

Heures de bureau

Posez une question précise sur votre proposition à un(e) agent(e) de programme de MNC. Nous avons 5 sessions, **ouvertes à tout le monde**.

Veillez noter que l'agent(e) de programme de MNC ne pourra pas vous dire si votre thème, votre sujet ou votre projet pourraient recevoir du financement. Ce sont des critères cotés évalués par le comité consultatif indépendant qui sélectionne les projets recommandés pour l'investissement, ce qui limite les questions que vous pouvez poser. Consultez « Comment tirer le meilleur parti de votre séance de questions avec l'agent(e) de programme de MNC »

Période de questions-réponses

Ressources

- [Créer des expériences en ligne engageantes](#)
- [Section "Questions et astuces"](#)
- [Section "Ressources pour renforcer votre demande"](#)
- [Inspirez-vous d'autres projets numériques](#)

Questions

- Consultez notre [FAQ](#) en ligne
- Communiquez avec nous : propositions@museesnumeriques.ca



LEAH

Nous passons maintenant aux questions-réponses. Nous disposons d'environ **XX** minutes.

Malheureusement, il se peut qu'on ne puisse pas répondre à tout le monde. Si nous n'arrivons pas à répondre à votre question, vous pouvez consulter nos **autres ressources** : un cours en ligne gratuit développé avec l'Université d'Athabasca

Vous pouvez également

- Consultez notre [FAQ](#) en ligne
- Communiquez avec nous: propositions@museesnumeriques.ca

...ou assister à une session **Heures de bureau** - la première aura lieu le 18 octobre.

Commençons la période de questions. Levez la main et nous allumerons votre micro.



LEAH:

Merci!

Nous allons faire circuler un bref sondage. Si vous avez le temps, nous serions très reconnaissants si vous pouviez nous donner vos commentaires.

N'oubliez pas de soumettre une proposition au plus tard le 1er décembre 2023