

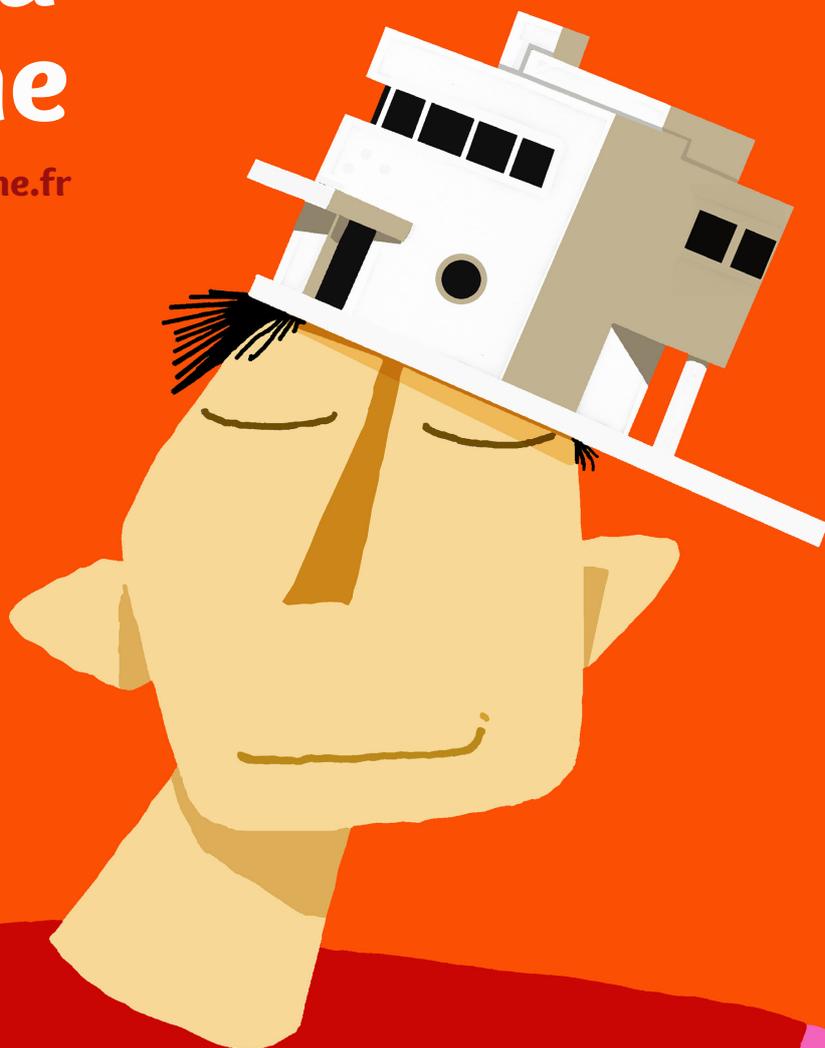
Les Enfants du Patrimoine

www.les-enfants-du-patrimoine.fr

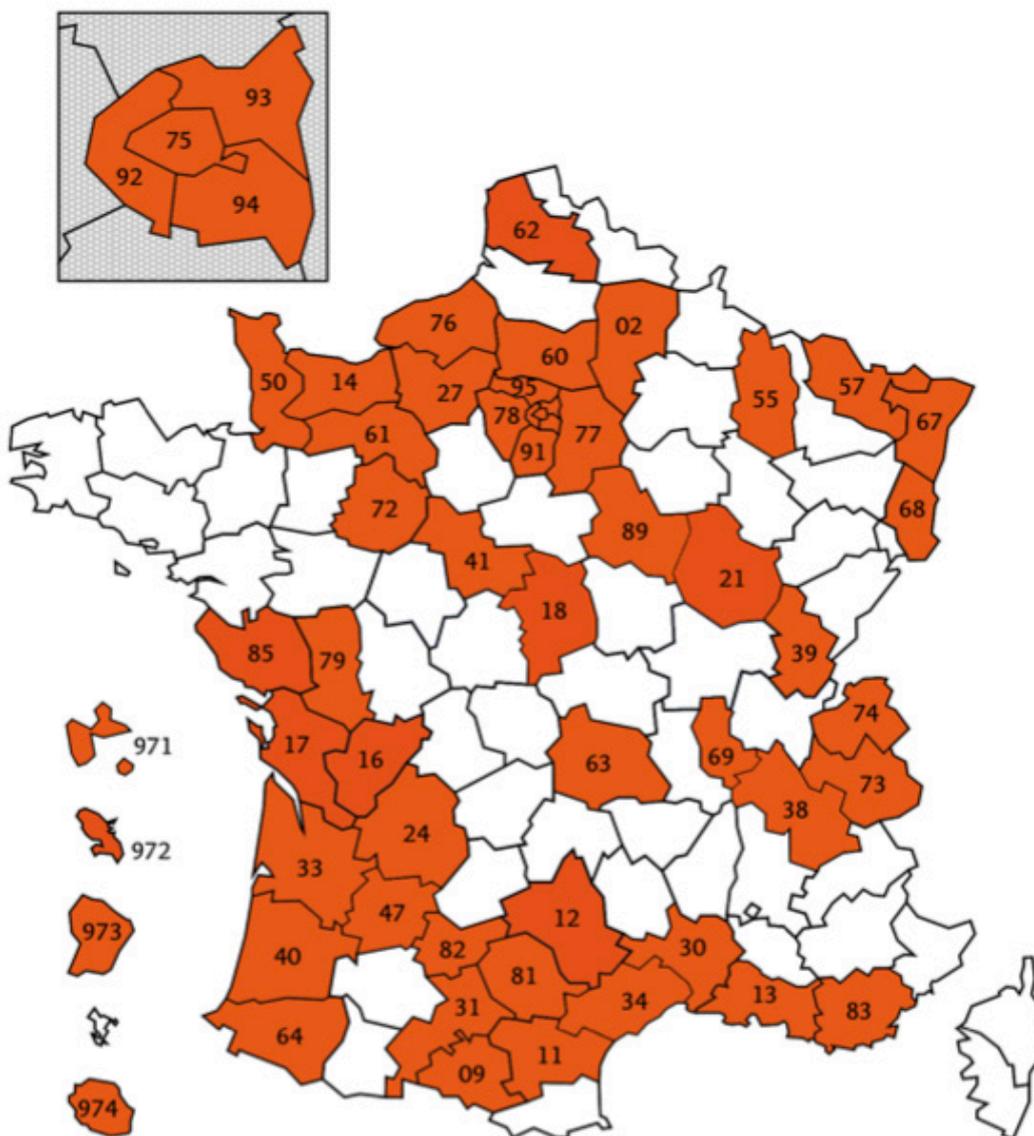
vendredi
18 septembre
2020

Journées européennes du patrimoine

Un programme d'activités
gratuites pour les écoles,
collèges et lycées à réserver
en ligne



BILAN édition 2020



CARTE DE FRANCE DES CAUE ORGANISATEURS EN 2020

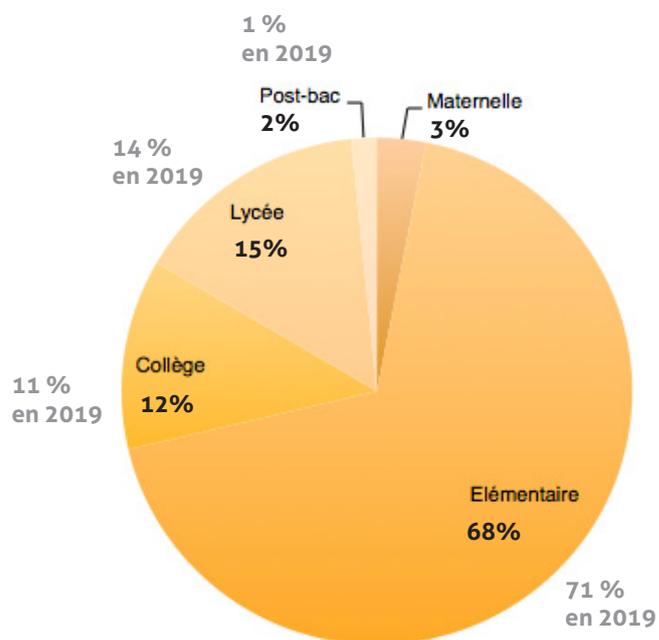
Les chiffres

54 CAUE organisateurs
avec 2 Unions régionales de CAUE coordinatrices

679 visites proposées (656 en 2019)
45 % des visites en Ile-de-France (54 % en 2019)

1072 classes inscrites (1500 en 2019)
soit environ de **31 000** élèves.

432 partenaires (600 en 2019)



Répartition des réservations
par niveau scolaire



Résultats des questionnaires de satisfaction

LES ENSEIGNANTS

310 enseignants ont répondu aux questionnaires de satisfaction

DIFFUSION DE L'INFORMATION

45 % des enseignants connaissent l'événement grâce à leur participation aux éditions précédentes (38% en 2019)

29 % via son rectorat (30 % en 2019)

15 % via les réseaux sociaux (13 % en 2019)

7 % par le bouche à oreille (idem en 2019)

6 % par un contact téléphonique avec un CAUE

5 % via l'affiche dans l'établissement scolaire (8% en 2019)

4 % par un professeur relais ou un-e documentaliste

1 % par la presse (idem en 2019)

MOTIVATIONS

73 % par le site visité (63% en 2019)

69 % des enseignants a été motivé par la gratuité de l'événement (66% en 2019)

69 % par la présence d'intervenants spécialisés (61% en 2019)

56 % par la proximité avec l'établissement scolaire (46% en 2019)

41 % par la cohérence avec le programme scolaire (39% en 2019)

43 % par la cohérence avec leur projet pédagogique (38% en 2019)

SATISFACTION GÉNÉRALE

Pour **96 %** des enseignants, la visite a répondu à leurs attentes (89 % en 2019)

Pour **90 %** des enseignants la visite était adaptée au niveau de la classe (82% en 2019)

Pour **90 %** d'entre eux, la visite était en lien avec le programme scolaire (85% en 2019)

IMPLICATION

69 % des enseignants ont pris contact avec le site pour préparer la visite (53% en 2019)



©CAUE 61



©CAUE 63

LES PARTENAIRES

179 partenaires ont répondu aux questionnaires de satisfaction.

ETAT DES LIEUX DES VISITES

Pour **56 %** des partenaires, les visites réservées ont bien eu lieu (63 % en 2019)

RÉPERCUSSIONS COVID

38 % des partenaires ont adapté le contenu de leur visite

19 % ont diminué leur capacité d'accueil

16 % ont diminué le nombre de créneaux proposés

10 % ont supprimé des visites

RELATIONS ENSEIGNANTS / PARTENAIRES

66 % des partenaires ont été contactés par l'enseignant pour préparer la visite (58 % en 2019)

55 % des partenaires estiment que la visite a été préparée en classe (54 % en 2019)

87 % des partenaires estiment que l'enseignant a participé au bon déroulement de la visite (86 % en 2019)

IMPLICATIONS DES ÉLÈVES

88 % des partenaires estiment que les élèves ont participé activement à l'activité (84 % en 2019)

RECONDUCTION

87 % des partenaires souhaitent reconduire sa participation à l'événement l'année prochaine (77 % en 2019)



©FNCAUE



©CAUE 67

LA PRESSE

Les relations presse nationales étaient assurées par la FNCAUE (contrat avec Gaëlle Job, attachée de presse de S. BERN pour ses ouvrages)

LES RETOMBÉES

TV RADIO

> **Chérie FM, 18/09/2020** : mots d'enfants enregistrés avant leur sortie diffusés toutes les ½ heures lors du flash info d'Albane Leprince

> **France Info, 18/09/2020** : mention de la manifestation par Stéphane Bern lors d'une interview (7h41)

> **France 3 Île-de-France / Le 12h-13h, 17/03/2020** : interview sur plateau de Valérie Charollais, directrice de la FNCAUE

> **France 5 / C à vous, 15/09/2020** : annonce de la manifestation dans les actualités de Stéphane Bern, invité, et passage de l'affiche à l'écran

> **France Culture / Être et savoir, 14/09/2020** : interview de Joël BAUD-GRASSET, président de la FNCAUE

> **France 5 / C à vous, la suite, 10/06/2020** : annonce de la manifestation dans les actualités de Stéphane Bern, invité, et passage de l'affiche à l'écran



PRESSE NATIONALE

> **C News, 18/09/2020**

> **Le Moniteur, 02/09/2020 – CAUE 57**

> **20 minutes, édition nationale et web, 03/07/2020** : lien vers notre site et publication du film ambassadeur sur la version web

> **Pleine Vie (reprise d'un article paru dans Nous Deux, 14 au 20/07/2020)** : mention de la manifestation en fin d'article dans les actualités de Stéphane Bern

PRESSE REGIONALE

France Antilles, Charente libre, L'Orne Hebdo, Ouest France, La Dépêche, Savoie News, La Maine Libre, Le Républicain Lorrain, Puissance Télévision, Nouveaux Cahiers de la semaine, Le Midi Libre, Le Progrès, Dernières Nouvelles d'Alsace, L'Est Républicain, L'Alsace, Le Journal de Saône et Loire, Le Bien Public, Vosges Matin.

REVUE SPECIALISEE

Maisons Paysannes de France n°217 – septembre 2020

LES RESEAUX SOCIAUX

La communication sur les réseaux sociaux était assurée pour cette édition par Thomas MEUGNOT, chargé de mission à la FNCAUE et Elisa BENKHALIFA, stagiaire à la FNCAUE.

ACTIONS ENTREPRISES EN 2020

> **Concours #JeMêmeMaClasse** (meilleure publication Facebook) : Le concours reposait sur le vote du meilleur même créé à partir d'anecdotes d'enseignants. Retrouvez le règlement le site de la FNCAUE

> **Web-série estivale « ZOOM SUR... »** (8 vidéos, 2 720 vues) : Courtes vidéos proposent aux CAUE organisateurs de répondre en 2'30" environ à 4 questions pour présenter leur expérience et leurs activités phares. Retrouvez la sur YouTube

> **Editorialisation des contenus sur les 3 réseaux sociaux** avec notamment des posts spécifiques « 1 jour 1 activité », citations, #VendrediLecture

> **Achats d'une publicité** sur Facebook et d'une **sponsorisation** de publication sur Instagram pour 7 jours



LES RETOMBÉES

INSTAGRAM : les Enfants du Patrimoine

557 abonnés / + 43% en 2020

Instagram est le réseau le plus populaire des *Enfants du Patrimoine*, mais la communauté enseignante y est difficile à capter car elle n'y a pas constitué de groupes professionnels comme sur Facebook. C'est un réseau propice au partage de photos de qualité et à la valorisation de contenus participatifs. Ce réseau social est très adapté pour mettre en avant la diversité des lieux et activités de l'événement.

Zoom sur la publication sponsorisée : mise en avant d'une publication déjà parue début août, reprenant une citation de Stéphane Bern dans *Le Progrès*.

36 472 personnes ont été touchées, 197 ont été redirigées vers le site et 39 ont visité la page Instagram.

FACEBOOK : @lesenfantsdupatrimoine

553 abonnés / +110%

Facebook est un bon réseau pour toucher la communauté enseignante qui y est très présente et chaque publication est vue en moyenne par 351 personnes.

Zoom sur la publicité : diffusion d'un extrait du film ambassadeur avec lien vers le site des Enfants du Patrimoine

47 104 personnes touchées dont 1 233 clics sur le lien vers le site Enfants du Patrimoine.

La publicité a généré peu d'engagement : 6 commentaires et 64 partages.

TWITTER : @EdPcaue

215 abonnés / +65%

La plupart des acteurs institutionnels, notamment pédagogiques, nous ont aujourd'hui repérés.

LA MOBILISATION

Le contexte sanitaire a eu un **impact visible sur la tenue effective des visites réservées** mais la mobilisation initiale des CAUE et partenaires au lancement de l'événement était forte. Trois nouveaux CAUE ont intégré le programme (deux n'ont pas renouvelé leur participation cette année).

Les partenaires ont en majorité adapté leur offre à la situation sanitaire, mis à part les moins institutionnalisés qui ont préféré ne pas participer. Dans les Bouches-du-Rhône et en Gironde les activités ont dû être annulées du fait de décisions réglementaires locales. En Guadeloupe également, mais des visites virtuelles initialement programmées ont pu être maintenues.

Certains partenaires proposant des activités gratuites toute l'année, disent ne pas trouver d'intérêt à intégrer le programme de l'événement. **Les actions de communication nationales et une valorisation du site Internet toute l'année** peuvent permettre de donner envie à ces partenaires de s'engager.

Dans les commentaires, les partenaires sont encore plusieurs à regretter l'**envoi de plannings de réservation trop tardif ou non actualisés** par les CAUE. Il faudra veiller à ce point pour ne pas freiner les participations

Le lancement en 2019 de l'opération **Levez les yeux** par les ministères de l'Education nationale et de la Culture vise à capitaliser et généraliser les événements dédiés aux scolaires proposés la veille des *Journées Européennes du patrimoine* et la veille des *Journées nationales de l'architecture*. **Levez les yeux** prend donc appui sur *les Enfants du patrimoine* et d'autres initiatives proposées par les acteurs du patrimoine et de l'architecture. Néanmoins, localement, **des confusions subsistent au sein de DRAC et de DAC et chez certains partenaires locaux** qui considèrent qu'il s'agit de deux événements distincts. Afin de pouvoir consolider ou développer la mobilisation des acteurs institutionnels, culturels et associatifs, il faudra donc s'attacher en 2021 à **clarifier le message aux niveaux national et local sur les liens et l'absence de concurrence entre les deux rendez-vous**.

LES RELAIS

De nombreux CAUE se sont appuyés sur les **conseillers-ères pédagogiques, conseillers-ères Education artistique et culturelle ou professeur-relais** pour diffuser l'annonce de l'événement auprès des enseignants. Les liens avec les académies, dont le périmètre n'est pas départemental, ne sont pas toujours évidents. Ces personnes relais représentent donc des intermédiaires précieux et de confiance.

Les **documentalistes de CDI** sont également de bons relais pour toucher les professeurs de collèges et lycées, plus difficiles à capter.



©CAUE 34



©CAUE 73

LA FRÉQUENTATION

Les inscriptions des enseignants ont été impactées par la crise sanitaire mais les chiffres demeurent très satisfaisants.

La **fidélité et la satisfaction des enseignants** à l'événement est en belle hausse. **L'offre culturelle devient un élément plus important que la gratuité** dans leurs motivations. Ils sont très nombreux, dans les commentaires, à faire **l'éloge des intervenants et de leur capacité à s'adapter à un jeune public**.

Le public majoritaire sont les classes d'élémentaire. Des relances systématiques à la rentrée auprès des collèges et lycées, notamment des documentalistes de CDI, peuvent permettre d'attirer davantage de professeurs du secondaire.

Il sera nécessaire d'attendre l'édition 2021 pour confirmer les chiffres qui peuvent être la conséquence d'une année scolaire sans sorties en raison du confinement. Il est néanmoins raisonnable de penser que l'événement devient un **rendez-vous bien identifié et apprécié** de l'agenda de la rentrée pour les enseignants.

LA COMMUNICATION

MÉDIATISATION

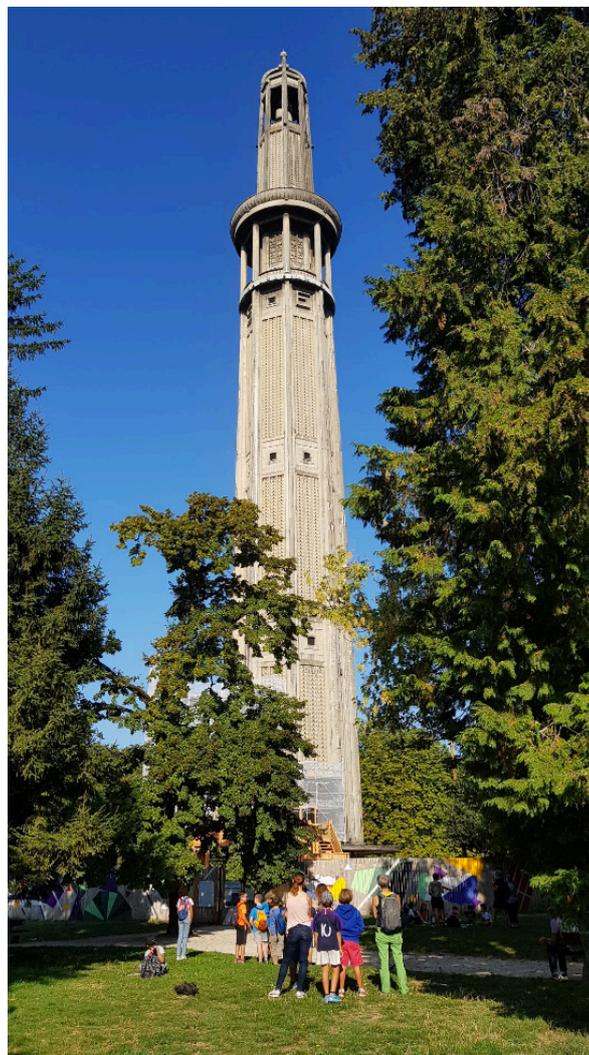
Cette année, **notre parrain Stéphane Bern** a annoncé à plusieurs reprises l'événement dans des émissions TV grand public. Cela a permis de meilleures retombées médiatiques au niveau national et généré davantage d'intérêt des internautes sur les réseaux sociaux. C'est une réelle progression par rapport à l'édition 2019. En ce sens, il apparaît tout à fait pertinent de demander à Stéphane Bern de pérenniser son parrainage.

Nous pouvons néanmoins remarquer que **cette médiatisation n'a pas fait augmenté la part d'enseignants ayant connu l'événement par la presse**. Les effets sont sans doute à mesurer du côté du positionnement institutionnel de l'événement et de sa notoriété.

Il est à noter que **les droits à l'image des mineurs complexifient la couverture de l'événement par des journalistes**, en particulier pour la télévision. Les demandes de reportage de dernière minute s'accordent mal avec le temps nécessaire pour recueillir les autorisations parentales de captation et de diffusion d'images de leurs enfants. Par ailleurs, les parents sont de plus en plus nombreux à refuser de donner leur accord pour que leur enfant soit filmé ou photographié.

Les autorisations de filmer peuvent également être longues à obtenir par les administrations de certains sites partenaires.

Il est possible d'anticiper ces problèmes en prévenant et en sensibilisant dès le lancement les journalistes (NB à ajouter aux communiqué et dossier de presse), les établissements scolaires et les sites partenaires.



LA COMMUNICATION (suite)

RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux sont indispensables pour capter et fidéliser les enseignants qui sont 15% en 2020 à avoir connu l'événement par ce biais.

Le **community management** demande du temps et des compétences spécifiques. Ce travail est confié chaque année à un-e stagiaire principalement sur la période de lancement. L'idéal serait de pouvoir poursuivre les publications entre septembre et mai pour ne pas diminuer notre référencement.

Il est proposé d'utiliser les réseaux sociaux pour faire émerger **une communauté Enfants du Patrimoine** en créant notamment en 2021 un groupe Facebook avec les CAUE et les partenaires à minima.

Les **achats de publicité et sponsorship** ont un effet faible sur l'évolution des inscriptions à l'événement. Les renouveler impliquerait de poursuivre un autre objectif.

Il est nécessaire de **veiller à ne pas multiplier les hashtags**. Le plus populaire et le plus intuitif à retenir est **#EnfantsduPatrimoine**

LES OUTILS

KIT DE LANCEMENT

Le kit de lancement apparaît très utile au réseau. Il est notamment proposé de l'enrichir en 2021 d'images libres de droits afin que les CAUE puissent illustrer leurs supports de communication.

AFFICHE

Certains CAUE souhaiteraient davantage de souplesse dans l'utilisation et les possibilités de modification de l'affiche afin de pouvoir l'intégrer plus facilement dans leur propre charte graphique.

L'affiche est un élément de communication essentiel pour l'identification et la visibilité de l'événement. Il est tout d'abord rappelé que chacun est dans l'obligation de respecter le travail du graphiste. De plus, il est important de pouvoir témoigner du caractère national de l'événement en partageant cette même affiche aux quatre coins de la France métropolitaine et d'outre-mer. Le visuel est facilement repérable et désormais reconnu par certains enseignants. Son changement annuel de palette de couleurs répond à la récurrence de l'événement. Le lien avec notre public préservé tout en soulignant chaque nouvelle édition. Ainsi, afin de garantir l'identité graphique de la manifestation, **le fichier de l'affiche doit demeurer partiellement personnalisable et à usage exclusif des CAUE**. Chacun est libre ensuite de la manière dont il fait vivre le visuel dans ses différents supports de communication.



©CAUE 57

SITE INTERNET

La gestion des inscriptions par le site internet ne doit pas faire perdre de vue le rôle d'organisateur du CAUE. L'orientation des enseignants vers des visites adaptées au niveau de leur classe, le dialogue avec les partenaires ayant des visites non complètes, l'envoi de plannings de réservation actualisés... sont autant d'éléments essentiels au bon déroulement de la manifestation et à la reconnaissance du réseau par le monde de l'éducation et les acteurs culturels.

L'utilisation du site pour les inscriptions des enseignants permet une analyse simplifiée et précise des données et statistiques relatives à l'événement. Il nous faut donc encourager les CAUE à le privilégier et surtout les partenaires non contraints par un système de billetterie propre (33% des répondants au questionnaire ne l'utilisent pas pour la gestion des réservations).

Dans le cadre du RGPD, il faut veiller à ce que les contacts d'enseignants et partenaires ne soient strictement utilisés que pour l'organisation de l'événement. En 2021, il sera proposé aux enseignants de cocher une case s'ils souhaitent recevoir d'autres informations émanant de CAUE, permettant ainsi la constitution d'un fichier de contacts.

Le site ne permet plus d'inscriptions en ligne une fois passée la date de l'événement. Des CAUE qui souhaitent prolonger leur programme ne peuvent donc l'utiliser à cet effet.

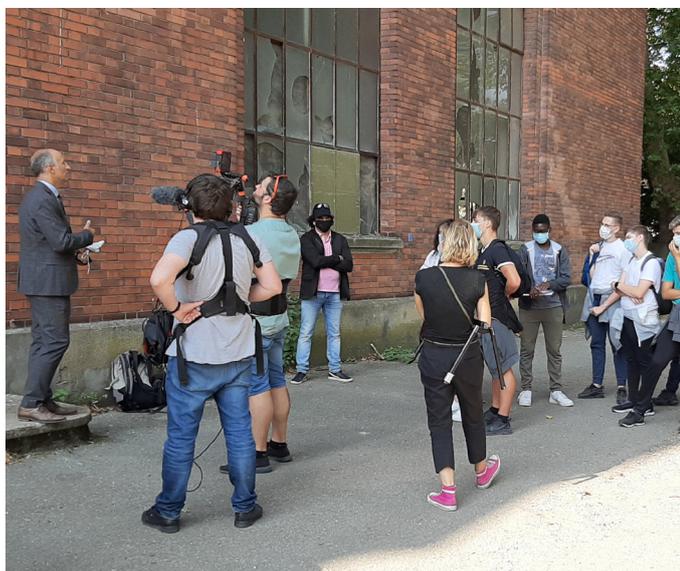
Par ailleurs, la vie du site Internet entre deux éditions et la vitrine qu'il offre des activités jeune public proposées à l'année par l'ensemble des acteurs méritent d'être plus fortement valorisées.

Quelques « bugs » du site en back-office ont été signalés par les CAUE et leurs partenaires. Ceux-ci ont été remontés aux développeurs pour des corrections et évolutions à venir.

QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION

Il a été proposé d'alléger les questionnaires afin de ne pas les rendre dissuasifs. De meilleurs taux de réponses peuvent être obtenus en envoyant les questionnaires aux enseignants et partenaires le jour même de l'événement ou très peu de temps après, accompagnés d'un message de remerciements.

Certaines questions seront reformulées en 2021, en préservant les possibilités de comparaisons entre les différentes éditions.



ZOOM SUR LE FILM AMBASSADEUR

Une nouvelle version du film ambassadeur des *Enfants du patrimoine* est en cours de montage et sera diffusée en 2021. Elle proposera de nouvelles images et des témoignages recueillis lors du tournage à Mulhouse auprès du CAUE du Haut-Rhin, le 18 septembre 2020, en présence du président de la FNCAUE.

La version actuelle comptabilise, au mois de décembre 2020, 3497 vues sur YouTube (total de 3 versions mises en ligne successivement).

Le film est utilisé par les CAUE principalement en effet d'annonce de l'événement. Il est mis en ligne sur les sites Internet et parfois envoyé aux enseignants.