



EU Heritage.

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage

MANUEL DE L'UTILISATEUR



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Numéro de contrat : Numéro de projet : 601073-EPP-1-2018-1-IT EPPKA2-SSA

Acronyme du projet : EUHERIT

Paquet de travail n° : 4.

Nom du livrable : Manuel des utilisateurs

Livrable n° : 4.4

Niveau de distribution : Confidentiel

Mois contractuel de soumission (de la 1^{ère} version) : M23 [Version finale]

Mois réel de la soumission (de la 1^{ère} version) : M14 [Version préliminaire].

Date de soumission de cette version :

Version n° :

Nombre de pages :

Partenaire de projet responsable : Fondazione Fitzcarraldo

Auteurs (nom/ organisation partenaire) : Emanuela Gasca, Alberto Gulli, Elettra Zuliani (Fondazione Fitzcarraldo), Concha Maza, Ana B. Santos (La Cultora), Noel Buttigieg, Marie Avellino, Karsten Xuereb (Université de Malte), Lorenz Potthast (M2C), Isabel Verdet (ENCACT), Raluca Capota (NIRCT), Emmanuele Curti, Paolo Montemurro, Raffaele Vitulli (Matera Hub), Panagiota Polymeropoulou (Hellenic Open University)

1. Structure du programme européen de formation

Module 1	Patrimoine culturel et tourisme d'expérience pour le développement local <i>Éditeur de contenu : Fondazione Fitzcarraldo</i>
UNITÉ 1.1	Cadre du patrimoine culturel
S.U. 1.1.1	Le patrimoine culturel : principales dimensions et interprétations possibles
S.U. 1.1.2	Le cadre récent
S.U. 1.1.3	Le rôle de la culture dans les objectifs de développement durable (ODD)
UNITÉ 1.2	Du tourisme culturel au tourisme d'expérience
S.U. 1.2.1	Tourisme culturel, tendances et principaux éléments
S.U. 1.2.2	Nouveau paradigme du tourisme d'expérience : le "cycle d'expérience".
S.U. 1.2.3	Tourisme d'expérience : nouveaux produits et expériences pour les bénéficiaires
UNITÉ 1.3	Nouvelles dimensions du patrimoine culturel et du tourisme dans les scénarios récents
S.U. 1.3.1	Le tourisme d'expérience et les nouvelles dimensions du tourisme post-COVID
S.U. 1.3.2	Études de cas et nouvelles frontières du tourisme pour le bien-être des communautés
S.U. 1.3.3	Le rôle des communautés temporaires dans les nouveaux scénarios
UNITÉ 1.4	Développement local et des parties prenantes
S.U. 1.4.1	Le rôle des parties prenantes pour le développement local
S.U. 1.4.2	Le plan de gestion des parties prenantes
S.U. 1.4.3	Les acteurs du développement du tourisme d'expérience : le témoignage des bonnes pratiques

Module 2	Concevoir une expérience innovante pour les visiteurs <i>Éditeur de contenu : Université de Malte</i>
UNITÉ 2.1	Les bases du développement de projet
S.U. 2.1.1	Initiatives de planification stratégique : mission, vision et objectifs de l'organisation
S.U. 2.1.2	Conception de projets culturels : portée et séquence
S.U. 2.1.3	Gestion de projets culturels
UNITÉ 2.2	Le plan de développement de l'audience
S.U. 2.2.1	Le développement de l'audience - introduction
S.U. 2.2.2	Mission, vision et ambitions du public pour créer des expériences significatives et attrayantes.
S.U. 2.2.3	Objectifs, action et bilan de la conception des expériences des visiteurs
UNITÉ 2.3	Segmentation de l'audience
S.U. 2.3.1	Segments d'audience et personas
S.U. 2.3.2	Données primaires pour les projets culturels et touristiques

S.U. 2.3.3	Données secondaires pour les projets culturels et touristiques
UNITÉ 2.4	Faire participer le public
S.U. 2.4.1	Faire participer les publics existants sur les sites du patrimoine culturel
S.U. 2.4.2	Attirer de nouveaux publics sur les sites du patrimoine culturel
S.U. 2.4.3	Outils de développement de l'audience pour engager et améliorer l'expérience des visiteurs

Module 3	Stratégies et outils numériques pour le patrimoine culturel <i>Éditeurs de contenu : M2C (avec ENCATC et NIRCT)</i>
UNITÉ 3.1	Comprendre le potentiel des données numériques dans le contexte du patrimoine culturel
S.U. 3.1.1	Comprendre l'environnement numérique
S.U. 3.1.2	Reconnaître, évaluer et former les compétences numériques au sein de l'organisation
S.U. 3.1.3	Échange numérique avec les visiteurs
UNITÉ 3.2	Nouvelles stratégies et nouveaux outils numériques pour les sites du patrimoine culturel fondées sur l'expérience
S.U. 3.2.1	Tendances récentes et futures dans le domaine du numérique
S.U. 3.2.2	Meilleures pratiques et études de cas
S.U. 3.2.3	Développer des stratégies numériques
UNITÉ 3.3	Marketing et communication numériques pour le patrimoine culturel
S.U. 3.3.1	Stratégies de marketing numérique
S.U. 3.3.2	Blogguer et utiliser les médias sociaux dans les scénarios numériques de l'expérience
S.U. 3.3.3	Engagement de l'utilisateur et narration
UNITÉ 3.4	Concevoir des expériences numériques en ligne et sur site pour les visiteurs
S.U. 3.4.1	L'expérience numérique dans le cycle d'expérience
S.U. 3.4.2	Concevoir l'expérience numérique : processus et étapes pour les initiatives numériques en ligne et sur site
S.U. 3.4.3	Mise en œuvre de l'expérience numérique et approches d'évaluation

Module 4	Approche entrepreneuriale du patrimoine culturel <i>Éditeurs de contenu : Matera Hub et Hellenic Open University</i>
UNITÉ 4.1	Les compétences entrepreneuriales comme éléments clés d'une nouvelle gestion du patrimoine culturel
S.U. 4.1.1	Renforcement des compétences entrepreneuriales dans le cadre de la description d'EntreComp
S.U. 4.1.2	Reconnaître, évaluer et former les compétences entrepreneuriales dans le cadre de la description d'EntreComp

S.U. 4.1.3	Le rôle des politiques publiques dans le développement du potentiel entrepreneurial et d'innovation des secteurs culturels et créatifs
UNITÉ 4.2	L'entrepreneuriat culturel - Qu'est-ce que c'est ?
S.U. 4.2.1	Les compétences essentielles de l'entrepreneur culturel
S.U. 4.2.2	Modèle théorique : comment les entrepreneurs développent-ils des compétences sociales et culturelles ?
S.U. 4.2.3	L'écosystème entrepreneurial des industries culturelles et créatives
UNIT 4.3	Gestion financière du secteur du patrimoine culturel et du tourisme
S.U. 4.3.1	Analyser le contexte financier et définir un plan financier durable dans la gestion du patrimoine culturel et du tourisme
S.U. 4.3.2	Mise en œuvre d'une stratégie de collecte de fonds dans le secteur du patrimoine culturel et du tourisme
S.U. 4.3.3	Les différents modèles financiers et structures organisationnelles pour le patrimoine culturel et le tourisme
UNITÉ 4.4	Stratégies entrepreneuriales pour une gestion innovante du patrimoine culturel et du tourisme
S.U. 4.4.1	Nouveau modèle économique durable pour des expériences de valeur dans le secteur du patrimoine culturel et du tourisme
S.U. 4.4.2	La méthodologie du " <i>lean management</i> " dans le patrimoine culturel et le tourisme
S.U. 4.4.3	Une nouvelle approche holistique de la gestion du patrimoine culturel et du tourisme

Module 5	Durabilité, mesure de l'impact et évaluation des projets <i>Éditeur de contenu : la Cultuora</i>
UNITÉ 5.1	Concepts relatifs à la durabilité et à la mesure de l'impact
S.U. 5.1.1	Le débat sur la durabilité dans la culture comme vision stratégique
S.U. 5.1.2	Pourquoi la mesure est importante : des étapes au-delà du suivi et de l'évaluation
S.U. 5.1.3	La valeur sociale et le glossaire des concepts
UNITÉ 5.2	Approches d'évaluation dans le domaine de la culture et du tourisme
S.U. 5.2.1	Approches multidimensionnelles et multi-valeurs
S.U. 5.2.2	Défis et opportunités pour mesurer la culture
S.U. 5.2.3	Concevoir un processus de planification d'un projet d'évaluation
UNIT 5.3	Comment faire : projet de mesure d'impact de l'expérience
S.U. 5.3.1	Cycle de mesure de l'impact
S.U. 5.3.2	Quel type de données est-il important d'évaluer : production, résultat ou impact ?
S.U. 5.3.3	Gestion de l'impact et de l'évaluation : construire un modèle sur mesure
UNITÉ 5.4	Approches et méthodologies : mesure de la durabilité et de l'impact social dans les organisations culturelles
S.U. 5.4.1	Mesure de la durabilité : alignement sur les ODD

S.U. 5.4.2	Logique d'intervention et indicateurs SMART
S.U. 5.4.3	Méthodes de suivi et d'évaluation

2. Les modules

MODULE 1 | Patrimoine culturel et tourisme d'expérience pour le développement local

Description du module

Le module 1 vise à offrir un cadre théorique sur les significations et les liens existants entre le patrimoine culturel et le tourisme d'expérience. A travers l'analyse de références académiques, institutionnelles, de tendances et d'études de cas, le module 1 analyse ces thèmes principaux, mais aussi les questions transversales qui leur sont liées, comme la gestion des parties prenantes.

L'objectif final est de donner aux praticiens la capacité d'identifier, de discuter et d'élaborer les principales dimensions et relations entre le patrimoine culturel et le "tourisme d'expérience" en termes de durabilité, d'engagement communautaire, de participation des parties prenantes et de développement local.

Une partie du module aborde également les principaux nouveaux scénarios issus de la pandémie COVID-19.

Une autre partie de ce module est consacrée à des études de cas sur les nouvelles trajectoires du patrimoine culturel et du tourisme d'expérience, telles que l'émergence de nouveaux produits (tourisme accessible, tourisme oenogastronomique), et des approches intéressantes de gouvernance qui mettent au premier plan le rôle des arts dans l'amélioration de la santé et du bien-être.

Stratégie éducative

- Présentations vidéo, y compris des conférences et des interviews
- Contenu textuel comprenant des études de cas, des meilleures pratiques et des exemples concrets
- Une collection de ressources éducatives ouvertes : rapports, études de recherche, articles, documents d'orientation et autres documents pour l'auto-apprentissage
- Bibliographie et webographie sur les sources de référence primaires et secondaires
- Auto-évaluation par le biais de quiz

UNITÉ 1.1 - CADRE DU PATRIMOINE CULTUREL

Description

L'objectif est de donner aux participants quelques définitions et approches sur le patrimoine culturel et sa relation avec les communautés territoriales et culturelles. En partant des définitions et des typologies du patrimoine culturel (données par les institutions et les scientifiques), l'unité se concentre sur les approches récemment proposées au niveau européen et international (par exemple, par la Stratégie pour le patrimoine culturel en Europe au XXI^e siècle St21, l'Agenda 2030 pour le développement durable, les indicateurs Culture|2030, les recommandations de l'Année européenne du patrimoine culturel, les SDGs, etc). L'objectif est de proposer une approche qui va au-delà de la conservation et de la sauvegarde des monuments, vers un processus plus inclusif d'investigation des composantes essentielles du patrimoine culturel qui prend en compte les citoyens, les communautés, les opérateurs et les visiteurs.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Connaître la signification du patrimoine culturel dans ses différentes dimensions
- **LOut2** Collecter et analyser des approches interdisciplinaires et des études de cas sur le patrimoine
- **LOut3** Interpréter les principales caractéristiques du patrimoine culturel liées à sa typologie
- **LOut4** Reconnaître les similitudes et les différences entre les différentes définitions et interprétations du patrimoine culturel
- **LOut5** Collecter et développer des récits mettant en valeur des initiatives publiques et privées utilisant le patrimoine culturel comme lieu de réflexion, d'échange et de création.

SOUS-UNITÉS

S.U. 1.1.1 - Patrimoine culturel : dimensions principales et interprétations possibles

Cette sous-unité aborde les principales dimensions du patrimoine culturel. En partant des définitions internationales (par exemple de l'UNESCO, de l'ICOM et de l'ICOMOS) et en passant par les réflexions innovantes proposées par la Convention de Faro - innovantes tant dans la conception que dans la modalité de protection, de sauvegarde et de mise en valeur du patrimoine culturel - cette sous-unité vise à identifier les principaux aspects du patrimoine culturel en termes d'éléments matériels et immatériels.

L'objectif est d'identifier les principaux éléments qui caractérisent le patrimoine culturel en termes de typologie, de valeurs et de relation avec les communautés culturelles et territoriales.

S.U. 1.1.2 - Le cadre récent

Cette sous-unité propose un aperçu des rapports, documents et recommandations les plus importants et les plus récents dans le domaine du patrimoine culturel. Du nouvel Agenda européen de la culture à l'Année européenne du patrimoine culturel, de la Stratégie pour le patrimoine culturel en Europe au XXI^e siècle St21 à l'initiative de la Capitale européenne de la culture, la sous-unité suit les réflexions de l'unité 1, en identifiant les dimensions possibles liées au patrimoine culturel en termes de relation avec les communautés, de participation sociale, de gouvernance et de développement local.

S.U. 1.1.3 - Le rôle de la culture dans les ODD

En septembre 2015, l'Assemblée générale des Nations unies a adopté le "Programme 2030 pour le développement durable", avec dix-sept objectifs ambitieux et universels axés sur une éducation de qualité, des villes durables, le respect de l'environnement, la croissance économique, la consommation durable, des sociétés pacifiques et inclusives, l'égalité des sexes et la sécurité alimentaire.

La culture a un rôle crucial à jouer dans les ODD : tous peuvent être considérés d'une manière ou d'une autre comme pertinents pour la culture, soit directement (la culture comme moteur du développement durable), soit indirectement (la culture comme catalyseur), comme le décrivent plusieurs publications parues depuis l'adoption des ODD. En même temps, les droits culturels, le patrimoine, la diversité et la créativité sont des composantes essentielles du développement humain et durable. En relation avec ce sujet, la sous-unité se concentre en particulier sur les ODD n° 4, 8, 11 et 13.

Les indicateurs Culture 2030 élaborés par l'UNESCO seront également pris en considération.

UNITÉ 1.2 | DU TOURISME CULTUREL AU TOURISME D'EXPÉRIENCE

Description

Étant donné que les déplacements de personnes hors de leur lieu de résidence habituel vers des attractions culturelles sont de plus en plus motivés par le désir de recueillir de nouvelles informations et expériences pour satisfaire des besoins culturels, le tourisme culturel est étroitement lié à la possibilité de "vivre une expérience". Cette expérience ne commence pas simplement lorsque les visiteurs arrivent aux destinations, mais commence avant l'arrivée et se termine avec les souvenirs des réflexions dans la phase post-visite et les plans pour de futures visites. L'unité présente la relation entre le patrimoine culturel et le tourisme, en décrivant l'évolution du phénomène touristique vers le concept d'expérience. En combinant les théories de l'économie de l'expérience avec les approches récentes liées à la "conception du tourisme d'expérience", l'unité offre un aperçu des tendances récentes, des approches scientifiques et des réflexions sur l'évolution du tourisme culturel vers le tourisme d'expérience.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Connaître les principaux éléments d'analyse et d'interprétation des phénomènes touristiques liés au patrimoine culturel.
- **LOut2** Connaître et rappeler le cadre des définitions/interprétations/tendances du tourisme culturel, en examinant les données scientifiques et les sources secondaires qui font autorité.
- **LOut3** Interpréter le phénomène touristique comme une expérience territoriale qui combine les besoins des visiteurs et les valeurs de la destination.
- **LOut4** Reconnaître et interpréter un processus de gestion du tourisme et mettre en valeur son patrimoine culturel de manière raisonnée.
- **LOut5** Débat sur les différents produits touristiques identifiant les tendances et les valeurs les plus importantes
- **LOut6** Connaître et collecter les différentes démarches utiles à la mise en place d'activités touristiques intégrant les biens patrimoniaux et les savoir-faire locaux.
- **LOut7** Développer des expériences patrimoniales combinant différentes formes d'expression culturelle (danse, musique, savoir-faire traditionnels ou nouveaux, gastronomie, etc.) et faisant appel à différents aspects de la nature humaine (sens, sentiments, connaissances).

SOUS-UNITÉS

S.U. 1.2.1 - Tourisme culturel, tendances et principaux éléments

Cette première sous-unité vise à introduire le thème du tourisme, en partant d'un bref aperçu des principales définitions pour identifier les principaux aspects du tourisme culturel en termes de ses principales dimensions et tendances.

Les composantes de la gestion du tourisme seront également abordées en relation avec le processus de choix de la destination.

Une dernière partie sera consacrée aux études de cas utilisées comme exemples de tourisme culturel dans le patrimoine national.

Au cours de cette sous-unité, l'accent est également mis sur les données et les sources secondaires pour analyser et interpréter le phénomène.

S.U. 1.2.2 - Nouveau paradigme du tourisme d'expérience : le cycle d'expérience

Dans le cadre du thème abordé dans la sous-unité précédente, cette partie se concentrera sur la transition actuelle entre le concept traditionnel de tourisme culturel et le concept récent qui propose une interprétation possible liée au "tourisme d'expérience".

Partant de l'interprétation donnée par l'économie de l'expérience, cette sous-unité analyse les principales dimensions du tourisme d'expérience liées à la demande et à l'offre d'un système touristique, pour aboutir à l'approche récente du "cycle d'expérience".

S.U. 1.2.3 - Tourisme d'expérience : nouveaux produits et expériences pour les bénéficiaires

Le tourisme d'expérience renforce le débat, d'une part, sur le nouveau comportement des visiteurs en matière de voyages et sur la possibilité de "vivre" une destination et, d'autre part, renforce les liens entre les destinations territoriales et les produits touristiques qui pourraient interagir pour le développement du processus de tourisme d'expérience. La sous-unité suggère des conversations avec des experts qui travaillent sur ces sujets, comme, par exemple, l'oéno-gastronomie, le tourisme accessible et le tourisme lent.

UNITÉ 1.3 - NOUVELLES DIMENSIONS DU PATRIMOINE CULTUREL ET DU TOURISME DANS LES SCÉNARIOS RÉCENTS

Description

D'après l'expérience de confinement de ce moment et l'évolution de la pandémie de COVID-19 dans le monde, on peut supposer que la possibilité d'un retour à la normale (de quelque manière et dans quelle mesure que ce soit) prendra du temps.

Dans ce contexte, de nouveaux paradigmes d'interprétation du phénomène culturel et touristique sont nécessaires afin de repenser les produits, la demande, l'offre et les politiques de relance des destinations et des sites.

En particulier, l'effet combiné des mesures de sécurité et des réglementations sanitaires dans le tourisme expérientiel donne lieu à une explosion d'expériences locales spécifiques très différenciées en termes d'inclinaisons, d'origines, de cultures et de saisonnalité. Cela implique une révolution du modèle économique, tant dans la chaîne de valeur de l'offre que dans les processus de demande touristique.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Connaître les principaux éléments d'analyse et d'interprétation des phénomènes touristiques dans le cadre de scénarios post-COVID.
- **LOut2** Rappeler le cadre des principales tendances en examinant les données scientifiques et les sources secondaires qui font autorité.
- **LOut3** Interpréter les nouveaux paradigmes du patrimoine culturel et du tourisme dans la période post-COVID.
- **LOut4** Reconnaître et interpréter des études de cas identifiant les approches, méthodologies et outils possibles à appliquer dans d'autres contextes.
- **LOut5** Débat sur les différentes dimensions des scénarios COVID.

SOUS-UNITÉS

S.U. 1.3.1 - Tourisme d'expérience et nouvelles dimensions du tourisme post-COVID

Cette sous-unité se concentrera sur le principal phénomène émergent de la pandémie de COVID-19 dans le secteur du tourisme : de la " staycation " au " sous-tourisme ", de la dimension de proximité au tourisme de valeur, cette sous-unité suggère quelques réflexions possibles de cette nouvelle réalité avec des données et des informations statistiques traitant des tendances et des nouveaux scénarios du tourisme.

Dans cette sous-unité, le rôle du tourisme dans le renforcement de la participation communautaire, dans la mise en avant de l'expérience des visiteurs et dans l'expérimentation de l'utilisation des outils numériques pour surmonter les limites imposées par la pandémie de COVID-19, est mis en évidence et étudié.

S.U. 1.3.2 - Études de cas et nouvelles frontières du patrimoine culturel et du tourisme pour le bien-être des communautés

Comme le souligne l'" Action unie pour une meilleure santé en Europe " (OMS, 2020), il est important de développer des lignes directrices pour améliorer la préparation des systèmes de

santé à répondre à la pandémie de COVID-19, et à toute autre urgence sanitaire, dans le cadre d'une approche de soins universelle. Dans ce contexte, il est essentiel de réfléchir, de déclencher et de développer une " intelligence stratégique " pour promouvoir le bien-être et la santé, et combattre les inégalités non seulement dans nos propres communautés, mais aussi dans les contextes territoriaux et culturels destinés à accueillir les citoyens temporaires.

Dans ce cadre, la sous-unité réfléchit à la relation entre le patrimoine culturel, le tourisme et le bien-être en termes de contextes potentiels dans lesquels expérimenter de nouveaux processus, formats et modèles dans lesquels le bien-être et la qualité de vie des citoyens et des visiteurs sont pris en considération, visant à une autonomisation des opérateurs et des communautés, également dans des contextes de fragilité.

S.U 1.3.3 - Le rôle des communautés temporaires dans les nouveaux scénarios

La sous-unité se concentre sur le concept de "citoyens temporaires" comme approche de la relation entre la communauté et les visiteurs : une façon de se sentir co-constructeurs d'une nouvelle idée de la communauté dans laquelle l'accent n'est plus mis sur le lieu, mais sur les personnes qui donnent vie au lieu lui-même.

La sous-unité propose une nouvelle façon de considérer le phénomène du tourisme (souvent perçu comme un élément de plus en plus envahissant et gentrifiant) comme un paramètre d'une nouvelle socialité, développée sur la capacité de vivre de façon plus dynamique avec les migrations continues auxquelles la vie nous pousse.

UNITÉ 1.4 | ACTEURS ET DÉVELOPPEMENT LOCAL

Description

Les projets stratégiques dans le domaine de la culture et du tourisme nécessitent de plus en plus d'approches transversales, horizontales, avec la capacité d'impliquer différents secteurs, et des approches verticales qui permettent de collaborer avec tous les niveaux de l'organisation. Dans ce contexte, reconnaître une valeur importante au patrimoine culturel en tant que moteur du développement signifie agir sur la propension des communautés culturelles, des organisations, des destinations et des sites, à "créer un système" au niveau territorial qui entrelace les différents acteurs locaux. La sous-unité propose quelques approches, méthodologies et outils pour impliquer les communautés/organisations/destinations/sites touristiques et culturels, avec un accent particulier sur le plan de gestion stratégique.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Connaître et utiliser les approches, méthodologies et procédures possibles pour améliorer la collaboration entre les destinations et les parties prenantes.
- **LOut2** Utiliser des approches, des méthodologies et des procédures pour améliorer les relations entre les citoyens et les parties prenantes.

- **LOut3** Identifier et gérer les parties prenantes en adoptant une approche structurée et en utilisant des modèles de projet simples.
- **LOut4** Développer une stratégie de gestion des parties prenantes
- **LOut5** Interpréter les différents besoins des parties prenantes et décrire leur impact sur un projet, et décrire les intérêts divergents de plusieurs parties prenantes et leurs priorités concurrentes.
- **LOut6** Analyser, cartographier et développer des processus avec les parties prenantes et les communautés.

SOUS-UNITÉS

S.U. 1.4.1 - Le rôle des acteurs pour le développement local

Cette sous-unité se concentre sur le rôle des parties prenantes dans les processus ascendants ou descendants du développement local, en se focalisant sur quelques exemples.

S.U. 1.4.2 - Le plan de gestion des parties prenantes

La sous-unité propose quelques approches, méthodologies et outils pour impliquer les communautés, organisations, destinations et sites touristiques et culturels, à la fois entre leurs propres services mais aussi avec d'autres acteurs du domaine. Cette sous-unité se concentre également sur les différents types d'entités et d'institutions publiques et privées qui contribuent à la création d'un système territorial axé sur le tourisme et le patrimoine culturel. La sous-unité présente certains outils de gestion des parties prenantes tels que l'analyse des parties prenantes, la compréhension des styles de comportement des parties prenantes, l'identification des besoins des parties prenantes, l'obtention de l'accord des parties prenantes et la gestion continue des parties prenantes.

S.U. 1.4.3 - Les acteurs du développement de l'expérience : le témoignage des bonnes pratiques

Cette sous-unité présente différentes approches innovantes et des études de cas où les parties prenantes participent au développement d'une destination et d'un produit touristique, en termes de création de réseaux, de développement d'actions concrètes et de mise en œuvre de nouvelles approches de gouvernance impliquant différents types d'acteurs tels que, par exemple, les organisations de gestion de destination (DMO), les institutions privées et publiques et les associations culturelles.

MODULE 2 | Concevoir une expérience innovante pour les visiteurs

Description du module

Ce module vise à donner aux participants l'occasion d'explorer les bases nécessaires à la compréhension de l'expérience des visiteurs dans une perspective de gestion. Les participants seront en mesure de comprendre les éléments constitutifs du comportement des visiteurs dans un espace culturel. Cette perspective permet aux praticiens de comprendre les aspects importants liés à la gestion des projets culturels et touristiques. Cette unité d'étude offre l'opportunité d'explorer un cadre pour décoder une orientation stratégique et identifier les objectifs à court et à long terme pour réaliser une conception efficace en vue d'une expérience de visite réussie. La stratégie informe les projets nécessaires à une destination touristique pour innover son produit. La nécessité de comprendre la genèse d'un projet est impérative pour concevoir des expériences de visite uniques et différentes. La conception dépend carrément d'une compréhension approfondie des publics, de leurs désirs, de leurs attentes, de leurs besoins, etc. Identifier les outils à la disposition des gestionnaires du patrimoine culturel et les appliquer efficacement fait partie intégrante de ce parcours. L'analyse des habitudes, des comportements, des attentes et des désirs des visiteurs permet de prendre des décisions en connaissance de cause, et nous permet de nous mettre à la place du visiteur afin de trouver les moyens appropriés pour le faire participer.

Stratégie éducative

Présentations vidéo, y compris des conférences et des interviews

Contenu textuel comprenant des études de cas, des meilleures pratiques et des exemples concrets

Une collection de ressources éducatives ouvertes : rapports, études de recherche, articles, documents d'orientation et autres documents pour l'auto-apprentissage

Bibliographie et webographie sur les sources de référence primaires et secondaires

Auto-évaluation par le biais de quiz

UNITÉ 2.1 : LES BASES DU DÉVELOPPEMENT DE PROJET

Description

Cette unité se concentre sur les connaissances et compétences de base requises lors du développement d'un projet. Les participants commenceront par comprendre la nature d'un plan stratégique et comment ces informations conduisent à des projets qui cherchent à innover dans le cadre de la mission, de la vision et des valeurs de la destination. Les participants exploreront

le cycle de vie du projet et apprendront comment construire un projet réussi, de la pré-mise en œuvre à l'achèvement. Plus on comprend les diverses dynamiques qui se manifestent au cours des projets, mieux le gestionnaire de projet est préparé à relever les défis et à rectifier les pratiques susceptibles d'être améliorées. Ce dernier point comprend une compréhension approfondie de l'importance d'une expérience centrée sur le visiteur, où le résultat est prioritaire par rapport à la production. Dans ce contexte, les participants seront aidés à comprendre comment la gestion des relations avec les visiteurs informe la stratégie, aide les membres d'une organisation à comprendre les objectifs communs, informe la vision et la mission, et permet des investissements et donc des possibilités de projets qui réservent des expériences de conception innovantes.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Expliquer la situation actuelle d'une institution du patrimoine culturel
- **LOut2** Décrire les étapes nécessaires à la mise en œuvre d'un plan stratégique
- **LOut3** Évaluer un plan de progrès
- **LOut4** Identifier la cohérence nécessaire entre la vision, la mission et les valeurs de l'institution
- **LOut5** Créer un plan sur la façon d'exécuter les objectifs à long et à court terme
- **LOut6** Évaluer un plan visant à faciliter l'exécution d'objectifs spécifiques
- **LOut7** Appliquer le cadre généralement reconnu et les bonnes pratiques de la gestion de projet
- **LOut8** Appliquer les processus de gestion de projet pour initier, planifier, exécuter, suivre, contrôler et clôturer les projets et pour coordonner tous les éléments du projet
- **LOut9** Évaluer efficacement le projet, y compris la gestion de la portée, du temps, des coûts et de la qualité
- **LOut10** Appliquer les processus requis pour gérer l'approvisionnement d'un projet, y compris l'acquisition de biens et de services à l'extérieur de l'organisation
- **LOut11** Évaluer les risques du projet, y compris l'identification, l'analyse et la réponse aux risques
- **LOut12** Analyser et gérer les attentes et l'engagement des parties prenantes pour assurer le succès du projet

SOUS-UNITÉS

S.U. 2.1.1 - Initiatives de planification stratégique : mission, vision et objectifs de l'organisation

Cette sous-unité fournit aux participants des informations de base sur la nature de la planification stratégique en vue de la conception d'expériences pour les visiteurs. Les participants acquièrent des connaissances de base sur l'élaboration d'un plan stratégique, notamment sur la manière de formuler des énoncés de vision et de mission adéquats.

S.U. 2.1.2 - Concevoir des projets culturels : portée et séquence

La gestion de projet doit inclure les éléments clés suivants : intégration, portée, temps, coût, qualité, approvisionnement, ressources humaines, communication, risque et parties prenantes. La clôture d'un projet est considérée par beaucoup comme le processus le plus important de tout le parcours. En adoptant une approche tournée vers l'intérieur, les équipes de gestion de projet pourraient tirer de précieux enseignements de leur expérience directe, des situations qui permettent d'améliorer les points forts de l'équipe tout en réfléchissant à la manière d'améliorer encore toute pratique apprise en faisant face à des défis particuliers.

U.S. 2.1.3 - Gestion de projets culturels

Cette sous-unité d'étude explore les outils de base nécessaires à la gestion de projets. Les participants sont également amenés à comprendre les aptitudes et compétences de base nécessaires à la gestion de projets, notamment le *leadership*, la communication, les conversations difficiles et autres sujets similaires.

UNITÉ 2.2 | LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT DE L'AUDIENCE

Description

Cette unité fournit aux participants les connaissances et les compétences nécessaires pour comprendre les profils et les comportements des visiteurs et pour répondre à leurs besoins, leurs attentes et leurs désirs - les bases pour mettre en place une expérience significative. La relation entre la capacité des visiteurs et l'espace physique est une influence potentielle sur la qualité de l'expérience du visiteur. Cette compréhension permet aux gestionnaires d'adopter des mesures proactives pour améliorer la rétention des visiteurs actuels tout en identifiant les outils potentiels qui permettent au visiteur d'accéder aux expositions et de s'y engager. Une bonne compréhension de l'engagement actuel du visiteur dans l'espace du patrimoine culturel permet également au gestionnaire de donner des conseils sur les projets potentiels qui pourraient attirer davantage les visiteurs actuels et nouveaux dans l'institution du patrimoine culturel.

Le processus de développement du public permet aux destinations du patrimoine culturel de se concentrer sur la fourniture d'un service qui fonctionne pour les publics existants et potentiels. L'identification d'un plan de développement adéquat est une exigence de base qui fournit l'orientation et la direction nécessaires à toute expérience innovante proposée aux visiteurs.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Évaluer le rôle des institutions culturelles dans leur contexte
- **LOut2** Catégoriser les tendances de l'audience et appliquer des stratégies efficaces de développement de l'audience
- **LOut3** Comprendre les différentes composantes d'un plan de développement de l'audience
- **LOut4** Identifier les qualités qui définissent un plan efficace
- **LOut5** Communiquer efficacement une idée/un projet complexe
- **LOut6** Évaluer les progrès de son propre développement intellectuel et professionnel

SOUS-UNITÉS

S.U. 2.2.1 - Développement de l'audience : une introduction

La conception et l'élaboration d'un plan de développement de l'audience efficace sont importants pour soutenir le plan d'affaires ou la stratégie organisationnelle d'une destination du patrimoine culturel. Dans cette sous-unité, les participants exploreront les différentes méthodes employées pour réfléchir à l'approche d'une organisation, et pour évaluer si elle est efficace et à jour. Les participants exploreront également comment les objectifs à court et à long terme sont définis pour soutenir les possibilités de croissance ou d'élargissement de l'audience avec des ressources inégales.

S.U. 2.2.2 - Mission, vision et ambitions du public pour créer des expériences significatives et engageantes

Dans cette sous-unité, les participants exploreront les aspects fondamentaux du "plan de développement de l'audience". Ils étudieront les approches permettant de comprendre comment les publics sont des acteurs clés de la mission, de la vision et de la stratégie d'une organisation. Cette dernière informe les ambitions ou les "objectifs" de l'engagement public et des revenus des publics. Le matériel de cours fournit aux participants des informations pour évaluer les limites de l'organisation, utiliser des preuves pour évaluer les situations et le potentiel des publics, et comprendre les obstacles et les besoins des publics. Dans le cadre de la stratégie, les participants couvrent les principales approches susceptibles d'atteindre les objectifs, de tirer parti des opportunités et d'atténuer les risques.

S.U. 2.2.3 - Objectifs, action et bilan de la conception des expériences des visiteurs

Un plan de développement de l'audience nécessite des objectifs clairement définis qui découlent de l'unité d'étude précédente. Le plan d'action exige que les responsables et les parties prenantes associées traduisent cette réflexion en pratique quotidienne. L'action est souvent définie dans un délai déterminé avec des indicateurs clés de performance (ICP) annuels détaillés. Au cours de cette sous-unité, les participants exploreront également les moyens de réviser et d'ajuster régulièrement le plan d'action dans le cadre d'un cycle.

UNITÉ 2.3 - SEGMENTATION DE L'AUDIENCE

Description

Les institutions du patrimoine culturel peuvent bénéficier de l'adoption de pratiques efficaces de collecte de données pour des processus décisionnels mieux informés. La stratégie fondée sur les données aide les praticiens du patrimoine culturel à comprendre le comportement actuel des visiteurs, à anticiper leurs besoins et à concevoir des expériences pour les visiteurs de manière

à les impliquer et à les responsabiliser. Cette unité d'étude présente les différentes méthodologies de recherche.

La segmentation de l'audience implique de considérer les audiences comme des groupes distincts. La segmentation de l'audience est "le processus consistant à diviser les clients, ou les clients potentiels, d'un marché en différents groupes, ou segments, au sein desquels les clients ont des besoins identiques ou similaires, satisfaits par un marketing mix distinct".

La collecte de données provient de nombreuses sources différentes et dépend des connaissances techniques, de la disponibilité du personnel et des besoins de l'institution du patrimoine culturel. Décider du type de données à collecter est important pour une planification adéquate du projet. Lors de la création d'une expérience centrée sur le visiteur, il est impératif d'identifier les besoins du même visiteur. Par conséquent, la compréhension des informations de base, telles que la démographie, la géographie, le comportement et les attitudes, est cruciale lors de la conception d'expériences innovantes pour les visiteurs.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Évaluer les recherches universitaires de pointe liées aux opportunités et aux défis concernant le profilage et le comportement d'expérience des visiteurs.
- **LOut2** Décrire les motivations internes et externes du comportement du public, ce qui est crucial pour identifier les projets futurs.
- **LOut3** Réaliser une variété de tests afin de fournir des stratégies de collecte de données adéquates pour les projections futures.
- **LOut4** Reconnaître les différentes techniques liées à l'engagement et à l'expérience des visiteurs dans le cadre du patrimoine culturel.
- **LOut5** Identifier, analyser et utiliser différents types de données relatives au comportement des visiteurs. Ce résultat d'apprentissage est couvert par celui qui précède et celui qui suit
- **LOut6** Appliquer différentes techniques de profilage des visiteurs en utilisant une variété de mesures de données.
- **LOut7** Évaluer les recherches scientifiques de pointe relatives aux opportunités et aux défis en matière de flux de visiteurs.

SOUS-UNITÉS

S.U. 2.3.1 - Segments d'audience et personas

Cette sous-unité explorera le principe de base de la compréhension et de l'amélioration des relations avec les publics. Les participants exploreront les dernières études sur la manière dont des informations différentes doivent être fournies pour les différents besoins et exigences des

publics. Comprendre le public exige que les gestionnaires du patrimoine culturel s'éloignent des hypothèses et identifient des mesures efficaces pour planifier des expériences innovantes autour du public. Cette sous-unité fournit des informations théoriques de base sur la segmentation du public et les personas. Les participants se verront également présenter des études de cas de segmentation du public comme exemples de bonnes pratiques pour une réflexion plus approfondie.

S.U. 2.3.2 - Données primaires pour les projets de tourisme culturel

Les données primaires reposent sur des informations quantitatives et qualitatives qui sont nouvelles et non disponibles pour l'organisation. Ces informations peuvent être recueillies par le biais d'enquêtes, de sondages, de sondages électroniques ou d'entretiens en présentiel. Les méthodes de recherche qualitatives, telles que l'ethnographie, fournissent des informations importantes, impossibles à analyser par la collecte de données quantitatives. Les entretiens individuels et collectifs, les discussions informelles, l'observation du comportement des visiteurs lorsqu'ils interagissent avec l'espace et les objets exposés, fournissent des informations perspicaces qui complètent les autres méthodologies de collecte de données.

S.U. 2.3.3 - Données secondaires pour les projets de tourisme culturel

Les données secondaires, parfois aussi appelées "recherche documentaire", sont principalement des informations qui existent déjà. Ces informations peuvent être internes, disponibles au sein de l'organisation, comme des recherches antérieures ou des ventes de billets. Il existe également des informations externes qui peuvent fournir des informations importantes, comme des enquêtes gouvernementales ou des informations sur la population.

UNITÉ 2.4 | ENGAGER LE PUBLIC

Description

Si l'engagement des publics existants est relativement simple, le profil et le comportement des visiteurs d'une institution du patrimoine culturel bénéficieraient de toutes les données recueillies auprès des nouveaux publics. Les initiatives visant à attirer les nouveaux arrivants dans votre institution donnent une meilleure idée des motivations de ce public. Les données recueillies auprès des publics existants et nouveaux fournissent des preuves tangibles plutôt que des perceptions de ce qu'un projet devrait impliquer.

L'adoption d'un marketing mix efficace devient une plate-forme de lancement importante pour attirer les visiteurs, qu'ils soient habitués ou nouveaux. Afin d'atteindre votre public cible et d'atteindre les objectifs fixés, les stratégies doivent être élaborées de manière à répondre à tous les aspects du profil et du comportement du public. Après avoir considéré l'offre d'une institution du patrimoine culturel, la promotion, les partenariats, le lieu, les personnes et le prix sont les principaux outils qui peuvent être utilisés pour atteindre le public, mais aussi pour informer la conception de l'expérience du site du patrimoine.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Évaluer les recherches universitaires de pointe liées aux opportunités et aux défis concernant le profilage et le comportement d'expérience des visiteurs.

- **LOut2** Évaluer les données de manière scientifique et rédiger un rapport professionnel pour prendre des décisions éclairées.
- **LOut3** Comprendre les modèles de base qui informent la cartographie des composants importants du mix d'engagement et de la conception de l'expérience.
- **LOut4** Comprendre l'importance d'une communication efficace dans une approche centrée sur le public.
- **LOut5** Explorer des exemples de communication efficace et réfléchir aux forces et aux limites de ces options.
- **LOut6** Identifier les méthodes d'engagement pour les publics existants et nouveaux comme un moyen d'informer la conception de l'expérience.

SOUS-UNITÉS

S.U. 2.4.1 - Engager les publics existants dans les sites du patrimoine culturel

Le maintien d'une relation régulière avec le public est essentiel pour s'assurer qu'il revienne régulièrement. Cette unité présente le contexte nécessaire à travers la littérature académique et une variété d'études de cas. Les participants seront en mesure d'explorer les idées sur la façon dont la communication consiste à établir une conversation à double sens entre une institution et ses publics, à capter leurs intérêts, à répondre rapidement aux demandes et aux problèmes et à s'appuyer sur les intérêts précédents pour présenter des nouvelles pertinentes.

S.U. 2.4.2 - Attirer de nouveaux publics sur les sites du patrimoine culturel

Les publics existants doivent toujours être votre point de départ lorsque vous commencez votre développement de public. Cependant, dans cette sous-unité, les participants se verront proposer diverses méthodes pour approfondir l'engagement et encourager de nouveaux publics afin d'améliorer la compréhension de l'expérience des visiteurs. Les nouveaux publics peuvent être engagés par le biais d'une variété de possibilités qui vont de la présence physique à l'interaction à distance (comme l'utilisation de plateformes numériques) avec le produit.

S.U. 2.4.3 - Outils de développement de l'audience pour engager et améliorer l'expérience des visiteurs

La compréhension du "mix d'engagement" est importante en tant qu'outil pour engager et améliorer l'expérience du visiteur. Les participants exploreront également les quatre domaines du modèle d'expérience et le modèle THEME dans le cadre de la conception de l'expérience. Les participants exploreront des études de cas pour mieux comprendre ces processus et la manière dont ils ont été appliqués par divers gestionnaires du patrimoine culturel.

MODULE 3 | Stratégies et outils numériques pour le patrimoine culturel

Description du module

La numérisation bouleverse de nombreux aspects de notre société, y compris le secteur du patrimoine culturel. Mais comme pour beaucoup d'autres, c'est aussi une chance pour le secteur de réagir aux nouvelles demandes et d'innover. Les technologies numériques offrent de nombreuses possibilités dans de nombreux aspects du travail sur le patrimoine ; outre la préservation et la conservation, des applications peuvent être trouvées dans la numérisation d'artefacts, de sites ou de patrimoine culturel immatériel, mais aussi dans la façon dont le patrimoine est transformé en expériences attrayantes pour les visiteurs.

Ce module donne aux participants un aperçu des principales dimensions numériques du patrimoine culturel. Ils analyseront et amélioreront les outils et politiques numériques existants, évalueront ce qui sera utile dans leur contexte et apprendront à conceptualiser et articuler leurs idées à travers différents médias et outils numériques. En outre, les participants analyseront et évalueront l'utilisation d'éventuelles stratégies de marketing et de communication numériques pour la promotion, l'engagement du public, la mise en réseau institutionnelle et l'échange de connaissances. Mettre en perspective les nouvelles tendances numériques avec le secteur du patrimoine culturel et du tourisme et formuler des stratégies sur la manière de les intégrer aux besoins de l'organisation. Enfin, les compétences numériques acquises seront développées pour évaluer quand et comment coopérer avec des experts externes pour élaborer des stratégies numériques à long terme.

Stratégie éducative

Présentations vidéo

Contenu textuel comprenant des études de cas, des meilleures pratiques et des exemples concrets

Une collection de ressources éducatives ouvertes : rapports, études de recherche, articles, documents d'orientation et autres documents pour l'auto-apprentissage

Bibliographie et webographie sur les sources de référence primaires et secondaires

Auto-évaluation par le biais de quiz

UNITÉ 3.1 | COMPRENDRE LE POTENTIEL DES DONNÉES NUMÉRIQUES DANS LE CONTEXTE DU PATRIMOINE CULTUREL

Description

Les institutions du patrimoine culturel réalisent que l'adoption de pratiques efficaces de collecte de données pour mettre en œuvre des processus décisionnels mieux informés contribuera à développer leurs interactions avec les visiteurs, leurs activités de sensibilisation, leurs projets éducatifs et leurs réseaux à court et à long terme. La stratégie axée sur les données aide les praticiens du patrimoine culturel à comprendre le comportement actuel des visiteurs, à anticiper leurs besoins et à concevoir des expériences de visite qui les occupent et les responsabilisent. Cette unité d'étude présente les caractéristiques et pratiques essentielles liées à l'environnement numérique, les différentes méthodologies qui permettent la collecte de données, les outils et les applications. La pertinence des différents outils est discutée et présentée, en tenant compte des différents besoins organisationnels.

Alors que la première sous-unité offre un aperçu des bases du monde numérique, les deux autres sous-unités examinent les capacités numériques essentielles de l'organisation (deuxième sous-unité) et du public/des visiteurs/des consommateurs (troisième sous-unité) comme point de départ pour développer les stratégies numériques les plus appropriées pour la mise en valeur du patrimoine culturel ou pour concevoir et mettre en œuvre des produits et expériences numériques autonomes.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Comprendre les notions fondamentales liées à l'environnement numérique, telles que la création, l'utilisation, la transformation et le stockage de données numériques, et leurs applications dans des contextes liés au patrimoine culturel.
- **LOut2** Appliquer de bonnes politiques de gestion des données numériques afin de protéger et de maximiser l'utilisation numérique des données du patrimoine culturel.
- **LOut3** Évaluer les implications légales et éthiques de l'utilisation des données numériques dans les activités de mise en valeur et de communication du patrimoine culturel.
- **LOut4** Évaluer les capacités numériques d'une organisation du patrimoine culturel
- **LOut5** Corréler les compétences et les besoins numériques des visiteurs avec la production numérique prévue d'une organisation du patrimoine culturel (présence sur les médias sociaux et mise en valeur numérique du patrimoine culturel).

SOUS-UNITÉS

S.U. 3.1.1 - Comprendre l'environnement numérique

Cette sous-unité a un caractère introductif, et prépare les participants à appréhender les spécificités du monde numérique. La structure de base et les principaux instruments du monde

numérique sont expliqués, dans la perspective de leur utilisation potentielle dans le secteur du patrimoine culturel.

Les participants à la formation se familiariseront avec des notions numériques centrales telles que les bases de données, l'hébergement, les services en nuage et les bases des interfaces numériques et des interactions entre humains et ordinateurs. Plus loin, les participants comprendront diverses pratiques de collecte de données en examinant les principes de la collecte de données, l'utilisation et la protection des ensembles de données, et l'identification des valeurs supplémentaires des données collectées. Une attention particulière est accordée aux aspects juridiques et éthiques qui régissent l'utilisation des données numériques, des questions de droits d'auteur et de réutilisation des données aux aspects juridiques de la vie privée, en passant par les restrictions technologiques et les notions d'impact social des applications numériques pertinentes.

S.U. 3.1.2 - Reconnaître, évaluer et former les compétences numériques au sein de l'organisation

Cette sous-unité donne aux participants des conseils utiles pour rechercher, comprendre et évaluer les capacités numériques au sein de leur propre organisation, condition préalable au développement et à l'expansion de stratégies numériques réalisables. L'unité fournit des points clés pour explorer le statut numérique actuel de l'organisation et pour identifier les besoins réels d'acquisition de nouvelles compétences numériques, en relation avec le potentiel de valorisation numérique des objectifs/expressions spécifiques du patrimoine culturel, tout en gardant à l'esprit les aspects liés à l'éducation, la médiation culturelle, les relations publiques et le marketing.

S.U. 3.1.3 - Échange numérique avec les visiteurs

Au terme de la première unité, cette sous-unité aborde l'évaluation des visiteurs et des consommateurs en termes d'échange numérique avec l'organisation du patrimoine culturel. Cartographier les compétences et les besoins numériques des visiteurs, identifier les opportunités et les avantages de l'échange de données par des moyens numériques, tant pour l'organisation que pour les visiteurs, c'est contribuer de manière essentielle au développement de stratégies numériques efficaces qui maximisent la mise en valeur du patrimoine culturel. Les participants au cours découvriront des moyens d'orienter les efforts de recherche de leur organisation afin de répondre aux attentes d'un public plus large et d'atteindre un plus grand nombre de visiteurs et de consommateurs grâce à des canaux numériques et des produits numériques adaptés.

UNITÉ 3.2 | NOUVELLES STRATÉGIES ET NOUVEAUX OUTILS NUMÉRIQUES POUR LES SITES DU PATRIMOINE CULTUREL BASÉS SUR L'EXPÉRIENCE

Description

Le monde numérique progresse continuellement, et les développements et innovations technologiques permettent également de nouvelles utilisations potentielles dans le processus de valorisation expérientielle et de médiation du patrimoine culturel. L'unité présente les développements et tendances actuels dans le domaine du numérique tels que la réalité augmentée et virtuelle, les technologies 3D, la gamification et le mapping de projection, et introduit leurs principales caractéristiques et applications. Pour approfondir la compréhension et apprendre à développer conceptuellement des stratégies numériques, des études de cas seront données en relation avec le patrimoine culturel. Cette vue d'ensemble et cette analyse jettent les bases de l'apprentissage de l'élaboration de stratégies numériques individuelles adaptées au contexte.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Connaître les principales caractéristiques (potentiels, exigences et limites) des technologies numériques utilisées dans la mise en valeur et la médiation du patrimoine culturel.
- **LOut2** Évaluer les développements et tendances actuels dans le domaine numérique afin d'en extraire ce qui pourrait être pertinent pour le secteur du patrimoine culturel et le contexte individuel.
- **LOut3** Déterminer les exigences optimales pour la mise en place future de projets numériques à partir de cas d'étude/exemples.
- **LOut4** Développer des stratégies numériques à long terme afin d'utiliser les tendances numériques les plus récentes ou futures par le biais de collaborations ciblées.

SOUS-UNITÉS

U.S. 3.2.1 - Tendances récentes et futures dans le domaine du numérique

Cette sous-unité donne un aperçu des technologies existantes et de celles du futur proche et explique les fonctionnalités techniques de base. Les applications et les termes techniques courants seront introduits, et le potentiel et les limites de certaines technologies seront discutés : réalité mixte (réalité augmentée et virtuelle et technologies environnantes), technologies 3D (vue d'ensemble du polygone, approches paramétriques et basées sur les voxels, application dans la numérisation et l'impression 3D), gamification (pour les usages en ligne et hors ligne) et surfaces médiatisées (par projection, interactions sur écran, etc.). Pour chaque sujet, les

caractéristiques des ressources techniques internes et externes nécessaires sont également abordées.

S.U. 3.2.2 - Meilleures pratiques et études de cas

Sur la base de la sous-unité précédente, différentes études de cas et meilleures pratiques dans les domaines des interfaces publiques, des visions artistiques et des expositions du patrimoine culturel seront discutées, et différentes ressources, réseaux et conférences pour l'inspiration seront présentés. Sur cette base, les critères de réussite des approches basées sur l'expérience sont définis. L'analyse des ressources techniques, financières et humaines attendues des exemples aidera à comprendre les exigences lorsqu'il s'agira de déterminer comment transférer certains aspects des meilleures pratiques dans des projets individuels.

U.S. 3.2.3 - Développer des stratégies numériques

Cette sous-unité vise à définir les objectifs de développement et d'extension numérique de l'organisation.

Après avoir montré différentes manières de cartographier et d'analyser l'état actuel d'une organisation, les potentiels d'amélioration sont définis sur la base des inspirations précédentes et de l'analyse du contexte. Pour formuler une stratégie avec des étapes clairement définies, les moyens d'intégrer la stratégie numérique dans les stratégies générales de l'organisation sont également examinés. Enfin, les éléments, ressources et connaissances nécessaires à une mise en œuvre réussie sont développés et planifiés.

UNITÉ 3.3 | MARKETING ET COMMUNICATION NUMÉRIQUES POUR LE PATRIMOINE CULTUREL

Description

L'unité présente un inventaire des instruments de marketing numérique, tels que l'image de marque numérique, les sites web, le SEO/SEM, la présence sur les réseaux sociaux, les lettres d'information électroniques, le web mobile, les applications téléphoniques, la gamification en ligne et les blogs. Des exemples pratiques montrent leur utilisation dans le cadre de la stratégie de communication pour un contexte de patrimoine culturel. L'unité couvre également le développement de stratégies de communication hybrides clés qui combinent des éléments numériques et analogiques. Les participants apprendront comment favoriser la création de réseaux numériques qui peuvent être échangés avec d'autres sites/destinations dans des situations similaires, et comment utiliser les réseaux numériques pour la collecte de fonds, l'élaboration de politiques et d'autres objectifs.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Identifier les principales caractéristiques d'une stratégie de marketing numérique
- **LOut2** Évaluer les caractéristiques des principaux canaux numériques disponibles pour la promotion du patrimoine culturel.
- **LOut3** Planifier le contenu du site web et des canaux de réseaux sociaux appropriés qui peuvent être adaptés aux groupes cibles définis.
- **LOut4** Analyser le rôle et les caractéristiques du storytelling en tant que compétence clé du e-marketing.
- **LOut5** Planifier des stratégies d'engagement des utilisateurs pour un site spécifique du patrimoine culturel.

SOUS-UNITÉS

U.S. 3.3.1 - Stratégies de marketing numérique

Cette sous-unité comprend les bases des stratégies de marketing numérique dans les contextes de patrimoine culturel. En utilisant les outils et les théories des études de marketing (*branding*, positionnement, compétence, etc.), les participants explorent les éléments fondamentaux du marketing numérique. À travers la caractérisation des principaux canaux numériques pour la promotion du patrimoine culturel, les participants s'engagent à apprendre à utiliser les outils existants pour améliorer le développement, la gestion ou la communication en ligne. En outre, cette sous-unité développe la capacité d'apprendre la mise en œuvre pratique des stratégies de marketing numérique (étapes et ressources) en analysant des études de cas et les meilleures pratiques.

S.U. 3.3.2 - Blogguer et utiliser les médias sociaux dans les scénarios numériques de l'expérience

La sous-unité approfondit la connaissance et l'utilisation des techniques de communication et de valorisation par les médias numériques pour un site du patrimoine culturel, en se concentrant sur la construction de la marque, les blogs et les réseaux sociaux comme techniques de marketing efficaces. La sous-unité explore d'autres types de projets participatifs en ligne et leur potentiel de développement d'audience qui pourraient contribuer de manière significative à l'amélioration du profil des destinations du patrimoine culturel.

S.U. 3.3.3 - Engagement des utilisateurs et narration d'histoires

Dans cette sous-unité, le concept de narration est établi comme une compétence clé de l'e-marketing qui facilite l'apprentissage des participants sur la façon de construire et de maintenir

des communautés virtuelles et analogiques pour les sites du patrimoine culturel. En outre, les participants apprendront à mesurer et à comprendre les objectifs spécifiques au storytelling en utilisant, par exemple, des outils tels que Google Analytics.

UNITÉ 3.4 | CONCEVOIR DES EXPÉRIENCES NUMÉRIQUES SUR SITE ET EN LIGNE POUR LES VISITEURS

Description

S'appuyant sur les connaissances et les compétences précédemment accumulées, l'unité fournit le contexte et les approches possibles pour identifier le potentiel de promotion numérique et expérientielle d'un objectif spécifique du patrimoine culturel, en utilisant la caractérisation, l'analyse du public et la gestion de projet (conception et planification) du patrimoine culturel.

En partant de l'approche théorique des unités précédentes, cette unité offre un aperçu des meilleures pratiques actuelles et des exemples d'amélioration, et les utilise comme points de départ pour concevoir de nouvelles expériences numériques pour les visiteurs, à la fois sur site et en ligne. En examinant de manière analytique et critique le paysage des projets numériques axés sur le patrimoine culturel ou dérivés de celui-ci, les participants ont un aperçu de la meilleure approche possible des projets spécifiques à un site, en évitant les erreurs qui conduisent à la fois à des expériences infructueuses pour les visiteurs et à une promotion erronée des valeurs du patrimoine culturel. Par conséquent, l'examen des études de cas portera non seulement sur la performance numérique et la nouveauté de l'expérience, mais aussi sur son adéquation et son efficacité à communiquer la valeur du patrimoine culturel à un groupe cible spécifique.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Comprendre le rôle et la place de l'expérience numérique dans le cycle de l'expérience.
- **LOut2** Évaluer le potentiel de mise en valeur numérique et d'interprétation d'un site du patrimoine culturel.
- **LOut3** Concevoir des expériences numériques pour la médiation, l'éducation et l'inclusion.
- **LOut4** Planifier la mise en œuvre de l'expérience numérique
- **LOut5** Établir des critères d'évaluation appropriés pour l'expérience numérique.

SOUS-UNITÉS

S.U. 3.4.1 - L'expérience numérique dans le cycle d'expérience

S'appuyant sur les connaissances et les compétences acquises dans les modules précédents, cette sous-unité permet aux participants d'évaluer le potentiel de mise en valeur et d'interprétation numériques d'un site spécifique du patrimoine culturel dans le cadre du cycle d'expérience, qui peut être en ligne ou sur place. Les meilleures pratiques et les exemples de mise en valeur expérientielle du patrimoine culturel dans le domaine numérique seront analysés et discutés en fonction de différents critères : adéquation culturelle, potentiel éducatif, créativité, contribution à l'innovation dans le domaine, performance numérique, adaptabilité pour l'utilisateur (public/visiteur/touriste), coûts, etc.

S.U. 3.4.2 - Concevoir l'expérience numérique : processus et étapes pour les initiatives en ligne et sur site

Dans le cadre de la valorisation du patrimoine culturel à des fins éducatives et de divertissement, cette sous-unité traite de la conception et de la planification de la mise en œuvre d'expériences numériques spécifiques, adaptées aux profils des visiteurs. Les participants apprendront le processus créatif inspiré des objectifs/expressions du patrimoine culturel, en assimilant les modalités pour identifier leur potentiel en termes de valorisation et de promotion numérique. Tout en essayant de concevoir l'expérience numérique, les participants prendront en compte les éléments de la gestion de projet et apprendront les moyens d'ancrer le produit numérique dans la stratégie générale de marketing.

S.U. 3.4.3 - Mise en œuvre de l'expérience numérique et approches d'évaluation

La dernière sous-unité du module traite des aspects clés liés à la mise en œuvre effective des expériences numériques ainsi qu'à la mise en place d'approches pertinentes pour l'évaluation de l'expérience. Cela inclut l'identification d'indicateurs de performance adaptés à l'expérience conçue, en corrélation avec les objectifs établis dans les stratégies numériques. Les participants apprendront l'importance de faire la distinction entre la performance numérique et l'engagement numérique. L'évaluation d'une expérience numérique conçue mettra en corrélation toute une série d'indicateurs de performance, développés de manière unique pour l'interprétation numérique spécifique de l'objectif/expression du patrimoine culturel.

MODULE 4 | Approche entrepreneuriale du patrimoine culturel

Description du module

Ce module abordera le concept d'entrepreneuriat, une compétence transversale reconnue comme nécessaire à tout professionnel travaillant dans un environnement transmissible. Des questions seront abordées pour savoir ce qu'est l'esprit d'entreprise, comment il se traduit dans la pratique, et pourquoi il est pertinent pour les professionnels du patrimoine culturel. Sur la base du Cadre de Compétence Entrepreneuriale, qui vise à fournir une vision unifiée du concept en Europe, l'esprit d'entreprise va au-delà de la création d'une entreprise, et se présente comme un état d'esprit soutenant les individus sur le lieu de travail autant que dans leur vie quotidienne, à la maison et dans la société. Ce module présentera des stratégies entrepreneuriales qui sont fondamentales pour le développement commercial et financier du secteur du patrimoine culturel, ainsi que des méthodologies de gestion qui favorisent l'acquisition de compétences précieuses.

Stratégie éducative

Présentations vidéo, y compris des conférences et des interviews

Contenu textuel comprenant des études de cas, des meilleures pratiques et des exemples concrets.

Une collection de ressources éducatives ouvertes : rapports, études de recherche, articles, documents d'orientation et autres documents pour l'auto-apprentissage

Bibliographie et webographie sur les sources de référence primaires et secondaires

Auto-évaluation par le biais de quiz

UNITÉ 4.1 | COMPÉTENCES ENTREPRENEURIALES COMME ÉLÉMENTS CLÉS D'UNE NOUVELLE GESTION DU PATRIMOINE CULTUREL

Description

La portée générale de cette unité est de familiariser les apprenants avec le concept et le sens de l'initiative et de l'esprit d'entreprise pour les professionnels du patrimoine culturel, qui est construit sur une définition large de l'esprit d'entreprise en tant que compétence clé transversale. Les compétences entrepreneuriales des professionnels du patrimoine culturel peuvent créer une valeur sociale, culturelle ou économique. Plus en détail, l'unité couvrira les sujets suivants :

- Qu'est-ce que "l'esprit d'initiative et d'entreprise" ?
- Quelle est la valeur ajoutée pour les professionnels du patrimoine culturel ?

Résultats d'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Connaître la signification de l'esprit d'entreprise dans le cadre de l'apprentissage tout au long de la vie
- **LOut2** Décrire en dix mots le concept général d'entrepreneuriat pour le secteur culturel.
- **LOut3** Reconnaître les similitudes et les différences entre l'entrepreneuriat des organisations culturelles à but lucratif et à but non lucratif.
- **LOut4** Identifier la raison d'être et le champ d'application du cadre de compétences en entrepreneuriat.
- **LOut5** Analyser trois compétences de chacun des domaines d'EntreComp en tant que capacité à transformer des idées en actions.
- **LOut6** Connaître la signification de l'initiative d'entrepreneuriat culturel.
- **LOut7** Évaluer les compétences les plus appropriées parmi les quinze compétences d'EntreComp, en fonction des besoins des professionnels du patrimoine culturel.

SOUS-UNITÉS

S.U. 4.1.1. - Renforcer les compétences entrepreneuriales au sein d'EntreComp

Sur la base du cadre européen des compétences entrepreneuriales (EntreComp), l'apprenant aura l'opportunité d'apprendre les capacités et les compétences nécessaires à un professionnel compétent, créatif et innovant. Dans cette sous-unité, sont présentés les trois domaines de compétences qui reflètent directement la définition de l'esprit d'entreprise comme la capacité à transformer des idées en actions qui génèrent de la valeur pour quelqu'un d'autre que soi-même, ainsi que les quinze compétences qui, ensemble, constituent les éléments constitutifs de l'esprit d'entreprise en tant que compétence pour tous les professionnels.

S.U. 4.1.2 - Reconnaître, évaluer et former les compétences entrepreneuriales avec EntreComp

Cette sous-unité introduit l'apprenant au concept d'entrepreneuriat, compris en principe comme une forme hybride d'activité professionnelle créative, combinant des compétences numériques et entrepreneuriales. L'accent sera mis sur les façons dont un professionnel du patrimoine culturel doit penser pour faire face aux changements, développer une stratégie et gérer les risques potentiels. Enfin, l'accent sera mis sur la manière dont EntreComp peut être adapté au secteur, y compris aux institutions du patrimoine culturel en tant qu'organisations à but non lucratif.

S.U. 4.1.3. - Le rôle des politiques publiques dans le développement du potentiel entrepreneurial et d'innovation des secteurs culturels et créatifs

Le pouvoir d'innovation des secteurs culturel et créatif est essentiel au développement des économies et des sociétés européennes, car il génère bien-être et cohésion, façonne l'espace public utilisé par des millions d'Européens, modernise les industries et les secteurs commerciaux

grâce à de nouveaux apports et méthodes créatifs, donne du sens et un sentiment d'appartenance, revalorise les zones urbaines et rurales, conçoit nos produits et services, produit et numérise des contenus, enrichit nos expériences visuelles et alimente les débats.

UNITÉ 4.2 - L'ENTREPRENEURIAT CULTUREL - QU'EST-CE QUE C'EST ?

Description

Dans cette unité, l'apprenant sera initié au concept d'entrepreneuriat culturel ainsi qu'au rôle et aux compétences essentielles nécessaires au rôle de l'entrepreneur culturel. L'entrepreneuriat représente un élément clé qui contribue au développement durable des industries créatives.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Comprendre le concept d'entrepreneuriat culturel.
- **LOut2** Citez au moins trois compétences essentielles pour un entrepreneur culturel.
- **LOut3** Citez au moins un exemple théorique de la manière dont les entrepreneurs développent des compétences culturelles.
- **LOut4** Interpréter le concept d'écosystème entrepreneurial
- **LOut5** Identifier au moins trois actions visant à renforcer l'écosystème des industries créatives.
- **LOut6** Citez au moins quatre attributs environnementaux essentiels au développement d'un écosystème entrepreneurial.
- **LOut7** Comprendre l'initiative des Capitales européennes de la culture.

SOUS-UNITÉS

S.U. 4.2.1. - Les compétences essentielles de l'entrepreneur culturel

De nos jours, la capacité d'entreprendre détermine la compétitivité d'une organisation. Par conséquent, les entrepreneurs sont considérés comme une ressource vitale. L'objectif de cette sous-unité est d'établir quelles sont les compétences individuelles clés pour les entrepreneurs culturels. Une action culturelle compétente est cruciale pour les entrepreneurs afin d'attirer des ressources pour développer et faire croître leur nouvelle organisation.

S.U. 4.2.2. - Modèle théorique : Comment les entrepreneurs développent des compétences sociales et culturelles

Les entrepreneurs sociaux jouent un rôle clé dans la société, ayant transformé le modèle commercial dans le secteur du patrimoine culturel. La sous-unité tente de répondre à des questions cruciales telles que : qu'est-ce qui caractérise les entrepreneurs sociaux, quelles sont les principales responsabilités sociales, et quels sont les outils qu'ils peuvent utiliser pour répondre à des problèmes spécifiques ? En outre, la sous-unité présente le modèle théorique développé par Überbacher *et al.* (2015) sur la façon dont les entrepreneurs développent des

compétences culturelles dans les domaines du marché où ils situent leurs nouvelles organisations.

S.U. 4.2.3. - L'écosystème entrepreneurial des industries culturelles et créatives

Un écosystème fort créera une interaction dynamique entre les différentes parties des industries créatives et avec l'économie au sens large. Il aidera les organisations à innover et garantira un flux continu d'activités pour créer des emplois, des infrastructures, un dynamisme culturel et de la croissance. Le cas de l'initiative de la Capitale européenne de la culture a évolué d'un festival artistique traditionnel à un programme complexe lié à des objectifs économiques et sociaux.

UNITÉ 4.3 | GESTION FINANCIÈRE DU SECTEUR DU PATRIMOINE CULTUREL ET DU TOURISME

Description

Cette unité aborde l'un des éléments fondamentaux de l'esprit d'entreprise et du secteur du patrimoine culturel et du tourisme. La capacité de gestion financière est représentée dans l'entrepreneuriat et dans le cadre d'EntreComp comme une compétence clé pour générer des bénéfices et créer une entreprise viable. Dans un contexte de défi économique, la durabilité financière est de la plus haute importance dans le secteur, parfois fragile, du patrimoine culturel et du tourisme. En examinant de plus près le contexte économique du secteur du patrimoine culturel et du tourisme, cette unité soulèvera la question de savoir quels instruments sont utilisés pour trouver la stabilité financière, et comment les compétences entrepreneuriales sont un atout dans la gestion des fonds.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Analyser le contexte financier des outils du secteur du patrimoine culturel et du tourisme nécessaires aux stratégies durables de collecte de fonds.
- **LOut2** Comprendre les différentes sources de financement disponibles dans le secteur du patrimoine culturel et du tourisme et l'importance du rôle de la collecte de fonds dans le secteur du patrimoine culturel.
- **LOut3** Se familiariser avec l'éducation financière et la gestion financière
- **LOut4** Identifier les stratégies et méthodologies de collecte de fonds
- **LOut5** Citer au moins trois étapes du processus de collecte de fonds
- **LOut6** Développer un sens critique sur les différents modèles d'entreprise.

- **LOut7** Comparer des études de cas contemporaines dans le secteur du patrimoine culturel et du tourisme.

SOUS-UNITÉS

S.U. 4.3.1 - Analyser le contexte financier et définir un plan financier durable dans la gestion culturelle et touristique

La gestion financière est reconnue comme une compétence essentielle pour les entrepreneurs, c'est-à-dire pour les entreprises, les ONG et les institutions privées ou publiques. La viabilité financière est souvent considérée comme un défi dans les secteurs de la culture et du tourisme, car ils sont souvent fortement touchés par l'état de l'économie mondiale. Par conséquent, il est essentiel d'intégrer les réflexions entrepreneuriales dans la gestion de la culture et du tourisme. Cette sous-unité analysera le contexte financier du secteur du patrimoine culturel et du tourisme tout en présentant aux participants les sources de financement actuellement disponibles. Une fois familiarisés avec le contexte, les participants recevront des éléments clés concernant l'élaboration d'un plan financier durable, ainsi que des méthodologies pour la mise en œuvre du plan et le suivi des résultats.

S.U. 4.3.2 - Mettre en œuvre une stratégie de collecte de fonds dans le secteur du patrimoine culturel et du tourisme

La collecte de fonds est une méthode qui est utilisée dans divers secteurs. Habituellement associée à un choix de stratégie financière pour les organisations à but non lucratif, la collecte de fonds est devenue un outil populaire et vital pour apporter un soutien au secteur du patrimoine culturel également. Dans cette sous-unité, les participants examineront les croyances et les pratiques courantes en matière de collecte de fonds. Ils seront introduits au contexte de la collecte de fonds qui est influencé par le paysage politique et économique contemporain. Ils aborderont différentes méthodologies de collecte de fonds et analyseront le processus de collecte de fonds. Ils recevront des exemples de stratégies de collecte de fonds par le biais d'études de cas, allant de celles visant à identifier les donateurs à celles visant à faire campagne.

S.U. 4.3.3 - Les différents modèles financiers et structures organisationnelles pour le patrimoine culturel et le tourisme

Le modèle financier est un aspect primordial du modèle économique d'une organisation. Cette sous-unité fournira une explication détaillée de ce qui constitue un modèle financier, qui peut différer selon la structure de l'organisation. La sous-unité mettra en évidence les différentes typologies et systèmes de financement liés aux secteurs publics, privés et non gouvernementaux. Les participants développeront un sens critique des compétences entrepreneuriales clés qui sont mises en œuvre dans l'établissement d'un plan financier, et seront présentés avec des études de cas dans le secteur du patrimoine culturel et du tourisme qui illustreront les différents types de modèles financiers et de structures organisationnelles qui peuvent être trouvés dans le secteur.

UNITÉ 4.4 | STRATÉGIES ENTREPRENEURIALES POUR UNE GESTION INNOVANTE DU PATRIMOINE CULTUREL ET DU TOURISME

Description

Si la stabilité économique d'une organisation est cruciale, elle n'est qu'un aspect de sa durabilité. En effet, pour réussir, une organisation a besoin d'une stratégie entrepreneuriale complète et à long terme. En s'éloignant de l'aspect financier, cette unité examinera d'autres aspects des composantes les plus importantes pour la viabilité d'une organisation. Il s'agit notamment des stratégies de marketing et de communication, du développement de produits et d'expériences, et des méthodologies de gestion. Face aux multiples défis auxquels le secteur du patrimoine culturel et du tourisme est confronté, il est nécessaire pour ces organisations de mettre en œuvre des stratégies innovantes avec une approche entrepreneuriale, en prenant en considération leur aspect culturel ainsi que le résultat commercial souhaité.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Identifier les stratégies de marketing pour le secteur du patrimoine culturel et du tourisme.
- **LOut2** Tester au moins deux méthodologies pour développer un modèle d'entreprise durable
- **LOut3** Elaborer un plan de marketing pour les organisations du patrimoine culturel et du tourisme.
- **LOut4** Mesurer l'impact de la stratégie de "gestion allégée" sur le secteur du patrimoine culturel et du tourisme.
- **LOut5** Comparer les différentes stratégies de gestion dans le secteur du patrimoine culturel et du tourisme.
- **LOut6** Reconnaître l'émergence de l'entrepreneuriat social et son influence sur le secteur du patrimoine culturel et du tourisme.
- **LOut7** Évaluer les nouvelles tendances en matière de gestion.

SOUS-UNITÉS

S.U. 4.4.1 - Nouveaux modèles commerciaux durables pour des expériences de valeur dans le secteur du patrimoine culturel et du tourisme

En tant qu'entrepreneur, le développement d'un modèle d'entreprise solide est la première étape de la création d'une organisation. Dans cette sous-unité, les participants se verront présenter les différents points clés d'un modèle d'entreprise durable. Ils mesureront l'importance d'avoir une stratégie marketing pour non seulement promouvoir leurs produits et attirer les clients, mais

aussi pour comprendre comment s'adapter à l'évolution des besoins et des intérêts des clients. Face aux nouveaux défis posés par une numérisation croissante et, plus récemment, par la pandémie de COVID-19, le secteur du patrimoine culturel et du tourisme a plus que jamais besoin de mettre en œuvre des stratégies commerciales qui contribuent à son développement tout en préservant son aspect culturel et expérientiel.

S.U. 4.4.2 - La méthodologie du "*lean management*" dans le patrimoine culturel et le tourisme

Dans une tentative d'approche des méthodologies de gestion efficaces, cette sous-unité présentera la gestion allégée et sa valeur dans le secteur du patrimoine culturel. Les secteurs du patrimoine et du tourisme doivent faire évoluer leurs services pour répondre aux besoins en constante mutation de leurs bénéficiaires, qu'il s'agisse des touristes ou des communautés locales. Cela nécessite une approche allégée, grâce à des compétences liées à l'intégration des connaissances. Un musée, une entreprise touristique et toute organisation du secteur privé, public ou tertiaire constituent un écosystème complexe, qui doit améliorer son efficacité organisationnelle et générer des impacts sur la communauté locale. C'est pourquoi l'approche holistique de la gestion allégée est nécessaire pour rendre les activités et les stratégies des organisations travaillant dans les secteurs du patrimoine et du tourisme plus durables.

S.U. 4.4.3 - Une nouvelle approche holistique dans la gestion du patrimoine culturel et du tourisme

Compilant les différents éléments entrepreneuriaux mentionnés tout au long du module, cette sous-unité invite les participants à réfléchir à des approches innovantes dans le secteur du patrimoine culturel et du tourisme. Avec l'émergence d'un fort sentiment de responsabilité sociale et la nécessité pour les modèles commerciaux de suivre un processus d'intégration des connaissances, de plus en plus d'organisations remodelent leurs stratégies entrepreneuriales. Ces nouvelles tendances seront illustrées par des études de cas qui aborderont de nouvelles méthodes de gestion holistique, telles que la gouvernance des destinations et l'implication des parties prenantes dans l'administration du patrimoine culturel et des expériences touristiques.

MODULE 5 | Durabilité, mesure de l'impact et évaluation des projets

Description du module

Le module 5 promeut la perspective croissante nécessaire pour créer une culture de la mesure au sein des institutions responsables de la gestion du patrimoine culturel : d'une part, pour être en alliance avec la vision globale de la durabilité et pour une meilleure compréhension de la valeur culturelle, et d'autre part, pour permettre un développement professionnel basé sur des preuves pour l'amélioration et le suivi des objectifs et de la mission.

Ce module se concentre sur le développement de compétences professionnelles pour saisir et interpréter la génération de preuves, concevoir le processus nécessaire pour créer une culture de la mesure, et développer un projet d'évaluation. Un autre objectif est de soutenir les institutions dans la mesure, le traitement et la communication des informations non-financières, et comment rendre les bonnes pratiques visibles.

Stratégie éducative

Présentations vidéo, y compris des conférences et des interviews

Contenu textuel comprenant des études de cas, des meilleures pratiques et des exemples concrets.

Une collection de ressources éducatives ouvertes : rapports, études de recherche, articles, documents d'orientation et autres documents pour l'auto-apprentissage

Bibliographie et webographie sur les sources de référence primaires et secondaires

Auto-évaluation par le biais de quiz

UNITÉ 5.1 - CONCEPTS DE DURABILITÉ ET DE MESURE D'IMPACT

Description

L'objectif de cette unité est de s'engager à former les professionnels à élargir la vision stratégique que représente la durabilité, à développer une culture de la mesure dans les organisations, ce qui implique de rejoindre le discours international sur la performance basée sur la valeur, et aussi de répondre à la recommandation dans la gestion des conventions sur le patrimoine culturel d'"inclure des méthodes appropriées de suivi et d'évaluation", et un engagement vers la mesure de l'impact social.

Cette unité fournit un contexte pour le nouveau paradigme professionnel à partir de différentes perspectives et secteurs, en vue de comprendre la vision internationale, et en décrivant et clarifiant les concepts, les besoins et les objectifs, ainsi que les principaux acteurs et moteurs.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Résumer les principales notions du paradigme de la durabilité dans le contexte de la performance professionnelle dans la culture.
- **LOut2** Relier la manière dont la durabilité influence la vision stratégique des institutions et façonne la définition des valeurs et de la vision.
- **LOut3** Reconnaître les éléments clés dans lesquels la génération de preuves est alignée avec la stratégie de l'institution culturelle dans la vision de la durabilité.
- **LOut4** Résumer les tendances mondiales en matière de mesure de l'impact social et comprendre la valeur ajoutée de ces pratiques.
- **LOut5** Évaluer les ressources les plus significatives et les professionnels les plus remarquables à partir des exemples et des tendances analysés.
- **LOut6** Discerner comment la mesure de la valeur sociale a un impact sur la vision stratégique de la durabilité.
- **LOut7** Identifier la terminologie requise pour créer un projet de mesure de la valeur sociale.

SOUS-UNITÉS

S.U. 5.1.1 - Le débat sur la durabilité dans la culture en tant que vision stratégique

L'objectif de cette sous-unité est de comprendre le débat sur la durabilité dans la communauté mondiale en tant que facette d'une performance et d'une responsabilité fondées sur des valeurs, ainsi que la relation et l'interaction avec le secteur culturel et les différentes approches de la contribution de la culture au développement durable. Le point de départ sera le travail de l'UNESCO, considéré comme un aperçu général du débat international sur le développement durable.

S.U. 5.1.2 - Pourquoi la mesure est importante : les étapes au-delà du suivi et de l'évaluation

Une première approche de l'évaluation consiste à comprendre le processus de création d'une culture de mesure et d'évaluation. Il s'agit de relever le défi du cheminement vers l'incorporation des processus de mesure dans la performance dans une direction soutenue et utile. Elle implique un engagement envers l'excellence des performances.

S.U. 5.1.3 - Valeur sociale et glossaire des concepts

Cette deuxième approche concerne le débat sur la valeur sociale : ce qu'elle est, selon le glossaire des concepts, et les opportunités et défis qui se présentent dans ce débat dans le secteur culturel.

UNITÉ 5.2 | APPROCHES D'ÉVALUATION DANS LA CULTURE ET LE TOURISME

Description

Ce module développera les compétences nécessaires pour planifier et concevoir un projet de mesure, comprendre quels sont les concepts et les principes, transmettre l'importance de la culture, identifier les obstacles, comprendre les idées du cadre international et les caractéristiques spécifiques du secteur. À l'issue de la formation, le participant connaîtra les processus, les méthodologies et les outils fondamentaux existants, et sera en mesure de les appliquer selon les différentes approches dans chaque cas. L'objectif est la réalisation, à la fin du parcours, d'un modèle pilote pour une étude de cas réelle proposée.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Résumer les principaux documents internationaux sur la durabilité, en particulier ceux qui concernent le patrimoine culturel.
- **LOut2** Reconnaître des exemples de mesure de la culture dans différents contextes professionnels.
- **LOut3** Identifier les références qui leur sont faites dans les initiatives locales, régionales et nationales.
- **LOut4** Recherche d'exemples d'application avec différentes perspectives au sein du patrimoine culturel
- **LOut5** Reconnaître les barrières d'entrée dans différents domaines, en particulier dans la gestion du patrimoine culturel.
- **LOut6** Construire une carte mentale du processus théorique pour construire une culture de mesure durable avec une vision à long terme.
- **LOut7** Décrire le parcours de formation professionnelle pour atteindre l'état des connaissances et les compétences pour développer un projet de mesure.

SOUS-UNITÉS

S.U. 5.2.1 - Approches multidimensionnelles et multi-valeurs

La première sous-unité traite de la manière d'intégrer la vision stratégique de la durabilité dans le secteur culturel et touristique et d'analyser l'action bidirectionnelle de l'Union européenne en termes de politiques et de stratégies culturelles et de leur mise en œuvre pratique par le biais du financement de programmes.

S.U. 5.2.2 - Défis et opportunités pour la mesure de la culture

Une fois que la complexité et les obstacles à l'entrée d'un projet d'évaluation ont été analysés, il est nécessaire d'examiner les opportunités liées aux nombreux domaines de performance qui se présentent, tels que la relation avec les parties prenantes, la transparence, la génération de preuves pour une amélioration continue, la responsabilité, la création de valeur dans la narration et le marketing.

S.U. 5.2.3 - Concevoir un processus de planification d'un projet d'évaluation.

Dans cette sous-unité, les participants apprendront à concevoir le processus nécessaire à l'élaboration d'un projet d'évaluation, à définir les parties prenantes, à planifier l'objectif et la portée, et à définir les étapes nécessaires à l'acquisition des connaissances et des compétences pour planifier et mettre en œuvre un programme de mesure.

UNITÉ 5.3 | COMMENT LE FAIRE : PROJET DE MESURE D'IMPACT DE L'EXPÉRIENCE

Description

L'élaboration d'un projet de mesure commence par un processus, depuis la compréhension des méthodes de pointe en matière de performance par le biais de données probantes, jusqu'à la fixation d'objectifs par la conception d'un processus ou d'une carte heuristique pour parvenir à la mise en œuvre dans la stratégie et les opérations de l'institution ou du programme.

En outre, la mesure est un outil cyclique, qui est affiné par itération. La connaissance des termes clés et de leur application correcte est fondamentale pour la réalisation de la mesure.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Expliquer les difficultés de transfert de la vision macro dans la structure d'une institution ou d'un projet culturel.
- **LOut2** Construire le processus nécessaire pour développer un projet d'indicateurs d'impact social à travers les outils disponibles du cycle de mesure.
- **LOut3** Évaluer les phases clés du cycle de mesure pour chaque projet spécifique, et identifier les informations et les ressources nécessaires au développement.
- **LOut4** Distinguer les différentes méthodologies en fonction des différentes stratégies de collecte de données.
- **LOut5** Reconnaître les outils opérationnels liés aux différentes étapes du processus de mesure pour générer des données et des preuves.
- **LOut6** Distinguer entre la réalisation de la collecte de données d'une activité spécifique et la création d'une culture de la mesure dans une institution.

SOUS-UNITÉS

S.U. 5.3.1 - Cycle de mesure de l'impact

L'objectif de cette sous-unité est de transmettre les connaissances pour la conception d'un outil (cycle de mesure) basé sur les méthodologies existantes, un outil qui peut être intégré dans la vision stratégique des professionnels du patrimoine culturel dans leurs réalités respectives.

S.U. 5.3.2 - Quel type de données il est important d'évaluer : sortie, résultat ou impact ?

Une fois le cadre établi, une perspective pragmatique sur la façon de mesurer l'effet social du patrimoine culturel sera explorée, à travers une vue générale des méthodologies et des outils permettant de générer des preuves, comme les méthodes quantitatives et qualitatives, la théorie du changement en tant que pensée stratégique, et les systèmes d'indicateurs possibles (le projet Culture 2030) déjà développés dans le secteur culturel.

S.U. 5.3.3 - Gérer l'impact et l'évaluation : construire un modèle de mesure

La planification d'un modèle de mesure sera développée en fonction des besoins de l'institution ou selon que le projet sera inclus dans le programme de mesure, pour lequel les outils les plus appropriés au cas seront sélectionnés.

UNITÉ 5.4 : APPROCHES ET MÉTHODOLOGIES : MESURE DE LA DURABILITÉ ET DE L'IMPACT SOCIAL DANS LES ORGANISATIONS CULTURELLES

Description

La mesure de l'impact social est une priorité pour les organisations sociales et les investisseurs. Selon l'institution et ses ressources, le processus de mesure d'impact sera plus ou moins approfondi. L'étape fondamentale lorsqu'on aborde la mesure d'impact est la réalisation d'un diagnostic initial pour saisir l'état de l'institution, ses stratégies et ses lignes d'action. L'analyse des données existantes permettra de tirer des conclusions qui pourront initier un cycle de mesure. Pour chacune des études de cas, un projet de mesure sera développé et apportera une valeur ajoutée en se concentrant sur des domaines tels que les ODD, le suivi des programmes ou le triple bilan.

Résultats de l'apprentissage

Après avoir terminé cette unité, l'apprenant sera capable de :

- **LOut1** Relier les lacunes de la gestion avec les opportunités et les défis qui peuvent être relevés par la mesure de l'impact social.
- **LOut2** Organiser des intérêts professionnels spécifiques par rapport à la culture de la mesure et dans un domaine de travail sélectionné.

- **LOut3** Discuter de la faisabilité des outils pour le projet ou le défi sélectionné
- **LOut4** Sélectionner un processus de mesure et les outils clés pour le mener à bien à travers l'étude de cas choisie.
- **LOut5** Évaluer les données obtenues à partir d'études de cas réels, dans le but d'en tirer des leçons et des recommandations.

SOUS-UNITÉS

S.U. 5.4.1 - Mesure de la durabilité : alignement sur les ODD

Une action alignée sur les ODD nécessite une méthodologie plus innovante et ad-hoc en fonction du programme et des objectifs à évaluer. Ces organisations auront besoin d'une évaluation d'impact à partir d'autres paramètres et lignes directrices dans le processus.

S.U. 5.4.2 - Logique d'intervention et indicateurs SMART

Les institutions qui disposent de ces programmes sont celles qui ont une approche qui prend en compte non seulement l'environnement, mais aussi les aspects sociaux et économiques. À partir de là, avec ces objectifs, nous travaillerons à générer différentes dynamiques pour mesurer l'impact.

S.U. 5.4.3 - Méthodes de suivi et d'évaluation

Les méthodologies agiles nous permettent d'adapter la manière de travailler aux conditions du projet à mesurer. Celles-ci seront développées de manière flexible et adaptable aux besoins de l'institution, permettant une meilleure évaluation et un meilleur suivi des programmes.

