

Module :	3. Stratégies et outils numériques pour le patrimoine culturel
Sous-unité :	3.1.3. Échange numérique avec les visiteurs
Auteur :	Lilian Grootswagers
Réviseur technique :	Panagiota Polymeropoulou, Université ouverte hellénique
Réviseur scientifique :	ENCATC
Mots-clés :	Culture, marketing, narration, engagement, utilisateurs, patrimoine culturel

Cette œuvre est protégée par une licence Creative Commons [Attribution-NonCommercial-ShareAlike



4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0)].

Modèle par :



Groupe de recherche DAISY, Université ouverte hellénique (<http://daissy.eap.gr/en/>)

Lilian Grootswagers, Future for Religious Heritage FRH sur l'échange numérique avec les visiteurs

Commencez par la vidéo :

Présentation de FRH avec vidéo YouTube

CHAPITRE 1 : Introduction

Bonjour, je m'appelle Lilian Grootswagers et je suis le président du Conseil Consultatif de FRH. J'ai été impliqué dans le réseau depuis le début, il y a 10 ans. Nous avons été invités à partager notre expérience et surtout à discuter de la manière dont nous échangeons avec les "visiteurs". La première que vous venez de regarder.

Si une image vaut mille mots, imaginez ce que vaut une vidéo. La vidéo est un outil fantastique pour accrocher votre public. Contrairement à un long paragraphe, elle est extrêmement facile à regarder. La vidéo est concise et capte l'intérêt des spectateurs dès les premières secondes. Une image, une vidéo peuvent avoir plus d'impact qu'un discours. C'est pourquoi nous avons créé ce court film d'introduction à l'occasion de notre 10^{ème} anniversaire. Après avoir appris qui nous sommes et quels sont nos objectifs, vous comprendrez qu'en tant que réseau, nous devons trouver des moyens de nous engager auprès des gens, non seulement auprès des professionnels et des membres, mais surtout auprès du grand public, afin de susciter l'intérêt et d'ouvrir le patrimoine religieux pour le rendre plus accessible. Comment ? Bien sûr, il existe de multiples façons de le faire, mais les réseaux sociaux et la numérisation offrent d'immenses possibilités, mais aussi des défis, bien sûr.

CHAPITRE 2 : Les possibilités offertes par les réseaux sociaux

Les médias sociaux offrent des possibilités :

- Établir des relations. Il s'agit de mettre en relation des personnes entre elles.
- Partager son expertise (c'est l'occasion de parler de ce que vous savez et de ce pour quoi vous voulez être connu ; le partage de l'expertise vous aidera à renforcer votre crédibilité, non seulement en ligne mais aussi hors ligne. Il offre la possibilité de se connecter ou de se reconnecter avec des personnes sur différents sujets et à différents niveaux)
- Augmenter la visibilité
- Se former et former les autres... (exemple des églises Explore ; développement des compétences vidéo pour les personnes travaillant dans le domaine du patrimoine religieux)
- Connectez-vous quand vous le souhaitez (les réseaux sociaux peuvent vous aider à vous connecter avant, pendant et après les événements de réseautage).

Pendant la pandémie de Covid-19, la numérisation s'est révélée être un outil très puissant pour rester connecté et donner de la visibilité - elle a suscité un énorme intérêt pour les réseaux sociaux et les outils numériques. Elle recèle un énorme potentiel, mais par où commencer et qu'est-ce qui correspond à votre objectif et à votre organisation ?

Depuis 2011, le début de notre organisation, nous avons développé plusieurs initiatives. Apprenant par la pratique, apprenant par nos expériences, nous avons avancé pas à pas.

La leçon la plus importante que nous ayons apprise est la suivante : la VISIBILITÉ est importante et il faut veiller à ce qu'il y ait différents modes d'engagement et une

marque immédiatement reconnaissable ! Veillez à ce qu'il y ait un

équilibre entre les idées et les ressources (financières ainsi qu'en ce qui concerne le personnel, on pourrait être dépassé par le trafic généré, etc.)

On nous a demandé aujourd'hui de partager notre expérience et surtout de discuter de la manière dont nous échangeons avec les "visiteurs".

Introduction de l'importance de la visibilité et de la connexion avec les visiteurs/le public

CHAPITRE 3 : Pas à pas

Bien sûr, nous avons commencé simplement : CRÉER UNE PAGE WEB - OUVRIR UN PAR UN LES CANAUX DE RÉSEAUX SOCIAL.

Mise en valeur des divers canaux de réseaux sociaux

Le plus important est d'avoir un design fort et reconnaissable - qui se démarque immédiatement et met en valeur la marque dans son ensemble ! (Ainsi, le logo et les réseaux sociaux ont un seul logo facilement reconnaissable).

Veillez également à ce que tous les canaux soient toujours annoncés, qu'ils soient connectés et se ressemblent, et qu'ils présentent les derniers apports. Beaucoup de matériel et de projets sont réalisés au fil des ans, on a tellement de contenu et des moyens infinis de les partager.

(3 diapositives différentes présentant les différents types de canaux de réseaux sociaux, et mettant en valeur la marque et le logo reconnaissable)

Une fois tous nos canaux opérationnels, nous avons décidé de stimuler l'engagement des visiteurs par le biais de campagnes de médias sociaux comme :

CHAPITRE 4 : Exemples de campagnes et de projets

Une fois ouvert, nous sommes passés à l'étape suivante : susciter l'engagement des visiteurs via des campagnes sur les réseaux sociaux comme :

Concours photo FRH en 2018 et campagne *Torch for heritage* en 2018 qui nous a apporté beaucoup.

Puis le flambeau du patrimoine et de la culture s'est produit la même année, en 2018.

Et en 2020, développer la campagne *JUMP FOR HERITAGE* (lien entre le patrimoine et les sports/extérieurs, toucher les jeunes et créer une possibilité de stimuler l'engagement dans le cadre des restrictions de la pandémie de Covid-19 : Créer un moment de joie et de patrimoine religieux dans toute l'Europe et attirer de nouveaux publics et susciter l'engagement).

La communication offre de nombreuses possibilités par les moyens numériques :

Exemple : on peut communiquer avant - pendant et après les événements. (exemple de la conférence FRH qui devait être remplacée par un événement hybride).

Notre autre projet en cours consiste à ouvrir le patrimoine religieux de toute l'Europe au public, et à les connecter

Développer un outil pour ouvrir et mettre en valeur le patrimoine religieux dans toute l'Europe : Religiana !

www.religiana.com

Religiana, un projet créé par *Future for Religious Heritage*, est une ressource complète pour promouvoir et protéger le patrimoine religieux européen. Présentant des informations sur des bâtiments de toute l'Europe, Religiana a deux objectifs : promouvoir ces bâtiments en tant que lieux magnifiques et uniques à visiter et faciliter les visites en partageant des informations pratiques avec les utilisateurs, tout en contribuant à préserver le patrimoine européen en mettant en évidence les besoins de restauration et de financement.

CHAPITRE 5 : Pourquoi Religiana ?

Le patrimoine religieux de l'Europe - les 500 000 bâtiments eux-mêmes, églises, chapelles, synagogues, mosquées, cathédrales, monastères, couvents : leur mobilier, monuments, sculptures, peintures, fresques, argenterie, vêtements, bibliothèques : les architectes, artistes et musiciens qu'ils ont inspirés au cours des siècles : leur histoire nationale, locale et individuelle remontant à plus de 1000 ans - qui représente une partie unique et essentielle de l'identité culturelle de l'Europe est largement ignorée.

Le potentiel des bâtiments du patrimoine religieux pour attirer les visiteurs et rendre les visites agréables et intéressantes est énorme. Les bâtiments religieux constituent une fenêtre sur le passé, donnant aux visiteurs l'occasion d'en apprendre davantage sur leurs ancêtres et le monde dans lequel ils vivaient, tout en présentant le travail de certains des artisans les plus talentueux de l'histoire.

Par le biais de Religiana, *Future for Religious Heritage* a créé une plateforme qui vise à permettre aux visiteurs d'accéder à des informations sur le plus grand musée d'Europe depuis le confort de leur maison, ou en déplacement, en soutenant les visiteurs de ces magnifiques bâtiments.

Elle compte aujourd'hui plus de 8000 bâtiments et s'agrandit chaque jour. Il a fallu un certain temps pour lancer l'initiative, éduquer les propriétaires des bâtiments et leur permettre d'y participer facilement (un tutoriel en ligne est disponible sur le site Web), mais l'initiative s'est avérée fructueuse et utile à de nombreux égards :

Il ouvre les sites religieux au tourisme, au public en général et à ceux qui s'intéressent de différents points de vue à la religion (différentes catégories sont construites dans les éléments de recherche tels que : églises dans les films, s'adressant aux amateurs de plein air, etc.

Matière à réflexion : opportunités sans fin - opportunités et défis

J'espère que nous vous avons donné une idée des différents types d'actions que nous menons (toutes par le biais de moyens numériques) pour atteindre et faire participer les visiteurs.

Le monde numérisé et les possibilités qu'il offre nous donnent matière à réflexion tous les jours... comment le gérer, où peut-on être, quel est le défi, comment gérer les commentaires/réponses négatifs, etc.

Je pense que l'utilisation de moyens et d'outils numériques ouvrant de nouveaux horizons pour se connecter avec les visiteurs sont presque infinis, ils offrent également des possibilités inattendues de se connecter et de s'engager avec d'autres domaines et disciplines.

Qui aurait pensé relier le sport et le patrimoine et ainsi développer une activité sans risque d'attraper le Covid-19 ? Cela ne nous aurait jamais traversé l'esprit si ce n'était de l'opportunité offerte par les possibilités en constante évolution des moyens numériques.

FIN DU SCRIPT



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

EU Heritage.

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