



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

jours du patrimoine

Question écrite n° 72250

Texte de la question

M. Bernard Carayon attire l'attention de M. le ministre de la culture et de la communication sur les jours du patrimoine. Il souhaiterait connaître le bilan des jours du patrimoine 2009.

Texte de la réponse

L'édition 2009 des Jours européens du patrimoine a représenté un incontestable succès, non seulement dans la mobilisation constatée sur les sites ouverts à cette occasion, mais également en ce qui concerne l'évolution des moyens de diffusion et de communication mis en place autour de l'événement. Le thème de cette édition 2009, « Un patrimoine accessible à tous », a permis de s'inscrire dans la continuité de l'édition précédente en approfondissant les actions en faveur des personnes en situation de handicap de la journée du vendredi 19 septembre 2008. Le ministre de la culture et de la communication a tenu cette année à faire de ce thème une réponse à la mission première de son département ministériel et marquer ainsi sa volonté de faciliter encore davantage l'accès des sites et des monuments historiques, suscitant auprès du plus grand nombre une véritable culture patrimoniale. Cette restitution de sites prestigieux au public en situation de handicap est vouée à être suivie d'efforts permanents tout au long de l'année pour un accès facilité, balisé et riche d'activités adaptées. La mention systématique, à la fois sur les supports diffusés par le ministère de la culture et de la communication et sur les lieux d'accueil même, des différents handicaps pouvant être pris en charge sur les sites a participé de cette démarche. L'implication de l'association Tourisme et handicaps ainsi que celle du Centre des monuments nationaux a été à ce titre exemplaire. Le thème de l'accessibilité à tous a également permis d'associer à l'événement les publics peu familiers de la culture. Le patrimoine s'est invité dans les hôpitaux, a pu être porté par des personnes sous main de justice et s'est ouvert au jeune public issu des zones prioritaires. Une politique active de partenariat entre monuments et associations de proximité (centres sociaux, fédérations d'éducation populaire, associations d'insertion ou de réinsertion, structures politique de la ville...) devra se développer davantage encore afin de sensibiliser les publics éloignés de l'offre culturelle patrimoniale. Le bilan : à l'issue du week-end, on comptait 15 772 ouvertures de monuments, soit une hausse de 604 sites au regard des chiffres de l'édition 2008. La comparaison avec les statistiques de 2007 montre une hausse de 1 697 sites, soit une progression de près de 11 % en deux ans. Cette implication des propriétaires, illustrée par 3 334 ouvertures exceptionnelles et 921 premières participations, a été largement suivie par une forte mobilisation des citoyens puisque plus de 12 millions de visiteurs ont été une nouvelle fois dénombrés. Le thème « Un patrimoine accessible à tous » a permis d'ouvrir la réflexion sur des problématiques transversales sensibles auxquelles il importe d'apporter des réponses. Le double regard porté à la fois sur la variété du patrimoine national et sur d'autres types de public a ainsi permis d'enrichir le débat traditionnel sur le patrimoine dans les médias. Les journalistes ont ainsi plutôt bien répondu à ce nouveau thème. Les Jours européens du patrimoine ont encore une fois été souvent évoqués comme le rendez-vous culturel de la rentrée et l'un des événements préférés des Français. La décision d'approfondir la politique d'accueil des publics empêchés et éloignés a été bien suivie par les directions régionales des affaires culturelles (DRAC), qui ont toutes recensé l'ensemble des sites et monuments concernés par le thème de cette année et mentionné pour l'offre de leurs

régions respectives les quatre types différents de handicaps à l'aide de pictogrammes aisément identifiables. La collecte des informations auprès des DRAC, des partenaires, des associations, des personnes privées s'est déroulée a manifesté une même volonté de réussite et de cohésion. La forte implication de tous a largement contribué à faire de cette édition un succès. Analyse des relations presse et des retombées : la couverture presse de l'édition 2009 a été de très bonne qualité, avec 499 alertes de presse écrite nationale (contre 376 en 2008), 369 annonces Internet (contre 168 l'an passé) et un nombre d'alertes audiovisuelles qui se maintient au niveau de 2008 (215 contre 214). On a pu ainsi remarquer que les Journées européennes du patrimoine restent un événement attendu par les rédactions puisque toutes les familles de presse se sont attachées à annoncer, analyser et conseiller la manifestation auprès de leurs audiences. Plusieurs médias ont fait leur « une » sur les Journées européennes du patrimoine (Le Parisien, Télérama, Le Journal du Dimanche, Direct Soir, etc.), quand d'autres ont consacré un numéro (Connaissance des arts) ou plusieurs pages à l'événement (Le Journal des arts, Le Monde Magazine, Télérama, Le Figaroscope, Aujourd'hui en France, etc.). Ont été recensés 106 annonces/reportages consacrés aux Journées européennes du patrimoine, avec notamment une excellente couverture rédactionnelle de France Télévisions (27 annonces/reportages), LCI (22) et I-Télé (20). Audiovisuel : les 215 alertes audiovisuelles se sont réparties de la façon suivante : 106 en télévision ; 109 en radio. France Télévisions : France Télévisions a contribué dans le cadre de son partenariat avec la manifestation à la diffusion d'une bande-annonce promotionnelle de 30 secondes durant la semaine des Journées européennes du patrimoine (du 14 au 20 septembre). France 2 (6 diffusions), France 3 (10), France 5 (10), France 4 (14), RFO et France Ô (28) ont permis cette diffusion et y ont toutes ajouté, hors partenariat, un contenu rédactionnel riche (27 annonces/reportages). Pour la 4e année, dans la lignée du succès de l'édition 2008, un dispositif exceptionnel a été mis en place dans toutes les régions et en outre-mer avec l'ouverture au public de 20 sites appartenant au groupe. Sur place, les visiteurs ont été accueillis par les personnels, journalistes et amateurs des chaînes. Presse écrite nationale : l'ensemble des supports de la presse écrite nationale (longs délais, mensuels, hebdomadaires, quotidiens) a contribué à la promotion et à l'information sur les Journées européennes du patrimoine 2009. Les 499 annonces se répartissent comme suit : 89 longs délais (bimestriels, trimestriels, semestriels) ; 108 mensuels ; 159 hebdomadaires ; 143 quotidiens. France inter : le nouveau partenariat avec France inter a permis la diffusion de 20 spots promotionnels entre le 12 et le 20 septembre et de 14 annonces ou reportages sur la manifestation avec notamment 3 interviews du ministre de la culture et de la communication. À noter également une forte présence sur le site Internet de la station. Site internet : ouvert le 26 août, le site a permis aux internautes d'accéder au programme national traditionnel avec les critères de recherches classiques par région, ville, type d'animation, circuit, atelier, etc. Mais il a également présenté une nouvelle ergonomie, plus claire et enrichie des critères liés à l'accessibilité des personnes en situation de handicap. Cette nouvelle fonctionnalité, qui a permis une amélioration de la recherche, a été rendue possible grâce au travail de recensement des DRAC et de l'association Tourisme et Handicaps. Nombre de pages vues : 2 180 540. Nombre de visites : 545 626. L'outil de géolocalisation, reconduit pour la 3e année en partenariat avec ViaMichelin, a été affiné et a permis d'optimiser les résultats au regard de la précédente édition. Nouveautés : l'espace jeune sur le site internet : pour la première année a été réalisé un espace jeune en ligne sur le site des Journées européennes du patrimoine. Cet espace a permis de proposer des recherches facilitées (recherche cartographique adaptée), un jeu (jeu de pistes en collaboration avec les éditions Hachette) et un quizz sur le patrimoine régional français. L'espace jeune est à ce titre amené à se développer lors des prochaines éditions ; la vidéo de l'éditorial du ministre de la culture et de la communication en langue des signes : afin de mettre en application le thème de l'édition 2009, l'éditorial du ministre de la culture et de la communication a été interprété en langue des signes française et mis en ligne sur la page d'accueil sous format vidéo le 7 septembre ; le succès du buzz Facebook : après deux ans d'existence sur Facebook, les Journées européennes du patrimoine ont affirmé leur présence sur ce réseau social très prisé par les 15-35 ans, habituellement moins concernés par ce genre de manifestation. Cette année a vu le nombre d'« amis » de l'événement se multiplier par 4 (de 300 à 1 400) et les publications (commentaires, photographies, idées de visite) se développer de façon significative. Partenaires et organisateurs : les Journées européennes du patrimoine ont conservé cette année trois fidèles partenaires CAPEB, KÄRCHER et la RATP, sans compter les partenaires de la presse audiovisuelle dont le dynamisme a été évoqué précédemment. Outre leur soutien financier, ils ont apporté à l'occasion de la manifestation un grand dynamisme en matière d'animations. La CAPEB a par exemple mis en place des ateliers de découverte de savoir-faire en Aquitaine, en Lorraine ou en Midi-Pyrénées. La RATP a également proposé de nombreuses visites exceptionnelles, comme ce fut le cas à la

Porte d'Auteuil (exposition de véhicules centenaires) ou au sein des ateliers Championnet. Le week-end doit également son bon déroulement aux partenaires médias (France Télévisions, France Inter) et institutionnels (Conseil de l'Europe, Demeure historique, Vieilles maisons de France, Fondation du Patrimoine et Centre des monuments nationaux), ainsi qu'à l'implication des directions régionales des affaires culturelles, des services départementaux de l'architecture et du patrimoine, des architectes en chef des monuments historiques, du réseau des villes et pays d'art et d'histoire et de l'Institut national de recherches archéologiques et préventives.

Données clés

Auteur : [M. Bernard Carayon](#)

Circonscription : Tarn (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 72250

Rubrique : Patrimoine culturel

Ministère interrogé : Culture et communication

Ministère attributaire : Culture et communication

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 23 février 2010, page 1852

Réponse publiée le : 6 avril 2010, page 3938