

**Bulletin d'inscription  
sur [www.cipac.net](http://www.cipac.net)  
Renseignements:  
[formation@cipac.net](mailto:formation@cipac.net)  
01 44 79 10 85**

Siret 415 293 208 00054  
Organisme de formation  
no 11 75 39734 75  
Référéncé au Datadock  
TVA non applicable  
en vertu de l'article 261-4°-4°-a  
5° alinea du CGI

La crise sanitaire a eu pour effet de bouleverser notre rapport à l'art et la culture et d'accélérer l'intensité de notre utilisation des outils numériques, imposant aux professionnels de l'exposition de repenser leurs pratiques de la médiation et de s'interroger : quels nouveaux outils de médiation permettent de se rapprocher des publics ? Les médias sociaux peuvent-ils être des outils de médiation ? Les producteurs de contenus sont-ils des nouveaux médiateurs ? La formation a pour objectif d'établir un état des lieux des pratiques numériques de la médiation, de concevoir des contenus et des outils pertinents et efficaces pour sa structure en s'appuyant sur des exemples d'actions menées.

## PUBLICS

La formation s'adresse à toute personne en charge ou associée à la médiation d'un projet et/ou au développement des publics.

## DOMAINES DE COMPÉTENCES

### PROFESSIONNELLES

- Médiation
- Communication
- Multimedia / réseaux sociaux

## PRÉ-REQUIS

Professionnels d'au moins un an d'expérience dans les domaines de compétences précités.

FORMACODE®: 46252

## MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Transmission de documents pédagogiques (déroulé de formation, références bibliographiques, outils de travail...).
- Observation de cas concrets et de sujets d'actualités.
- Supports vidéo projetés.

## ATTESTATION DE FORMATION

Il sera demandé au stagiaire de signer une feuille d'émargement par demi-journée. Une attestation de formation lui sera remise à l'issue du programme s'il en a suivi l'intégralité avec assiduité.

## MÉTHODE D'ÉVALUATION

Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés par les objectifs du programme, il complètera une évaluation des acquis de la formation. Un questionnaire de satisfaction lui sera également soumis.

## EFFECTIFS FORMÉS

Cette formation est organisée pour un effectif maximal de 14 stagiaires.  
Dans le contexte de la crise sanitaire du Covid-19, cet effectif est susceptible d'être révisé.

## CONTENU

### 1/ Introduction

- Typologie des publics et des lieux : repères
- L'utilisation des outils numériques et des médias sociaux : chiffres clés.
- Caractéristiques des outils actuels de la médiation : guides audio, papier...

### 2/ Les spécificités de la médiation numérique

- Caractéristiques de la médiation numérique.
- Enjeux et objectifs des outils de médiation numérique.
- Méthodologie spécifique de construction de projet.
- Partenariats possibles.

### 3/ Étude de dispositifs spécifiques et des outils disponibles

- Exemple de dispositifs spécifiquement développés par les structures.
- L'appropriation d'outils existants pour les opérations de médiation numérique : Facebook, Twitter, Instagram, Tik-Tok...
- Les opérations événementielles et leur articulation avec la médiation numérique

### 4/ Les nouveaux relais possibles de la médiation : influenceurs et producteurs de contenus

- Identifier les relais pertinents.
- Définir les modalités d'une collaboration profitable à toutes les parties.

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- Appréhender les enjeux du numérique pour la médiation.
- Établir une stratégie de médiation numérique en fonction des moyens disponibles.
- Déployer un outil de médiation pertinent au regard des contenus et des spécificités de la structure.

## FORMATEUR

Annabelle Oliveira • Consultante en communication.

## INFORMATIONS PRATIQUES

**Dates :** mercredi 7, jeudi 8, vendredi 9 décembre 2022

**Durée :** 3 jours, soit 21 heures de formation au total

**Frais de formation :** 950 euros coût net

**Horaires :** 10h-13h et 14h-18h

**Lieu :** Paris - République