



Médiation des patrimoines audiovisuels & diversité des publics



## L'Ina : Dates & Jalons



**1974** : création de l'Ina

**1992** : **Dépot légal** de la radio et de la télévision

**1999** : **Plan de sauvegarde et de numérisation (PSN)**

**2004** : Lancement **d'inamediapro.com** (service B2B en ligne)

**2006** : Lancement du **site grand public ina.fr**

- D'une logique de l'offre à une logique **d'usages**
- De **nouvelles formes de valorisation** des archives

**2012** : Lancement des 12 premières **chaînes Youtube**

**2015** : Lancement **Ina Premium (SVOD)**

**2016...** : Repenser **l'accès** à l'aune des usages socio-techniques



# Des usages en mutation



- **La vidéo** : en croissance exponentielle
- **Mobilité, multi-support** : où je veux, quand je veux, sur tous les écrans...
- **Expérience utilisateur** : fluidité, simplicité, accès illimité, design adaptatif...
- **Engagement, appropriation** : partager, aimer, republier, commenter...
- **Personnalisation** : recommandation éditoriale, algorithmique et sociale
- **Evolution des usages de recherche** : Accès en ligne et troisième lieu

# Une diversité de “profils” et d’usages du patrimoine audiovisuel



- 15 M d’heures disponibles pour la recherche
- > 2 M d’heures à usage professionnel/culturel
- 45 000 heures en ligne pour le grand public

- **Se cultiver** : fictions, documentaires, émissions littéraires, grands entretiens, spectacle vivant, concerts, ...
- **Se divertir** : chansons, bêtisiers, moments cultes, ...
- **Se souvenir (l’intime)** : souvenirs d’enfance, les gens & les lieux que j’ai connus, les événements que j’ai vécus, ...
- **Comprendre le passé** : grands événements, documentaires historiques, l’archive trace d’une époque, ...
- **Comprendre le présent** : l’archive qui éclaire l’actualité
- **Apprendre/Étudier** : des vidéos en lien avec les programmes scolaires/ des sources pour la recherche
- ...

# Multiplication des lieux d'accès aux collections : Les PCMs en région



# Création de communautés

## Facebook ([FB ina.fr](https://www.facebook.com/ina.fr))

- 700 000 fans
- Très fort engagement du public

## Twitter ([Twitter ina.fr](https://twitter.com/ina.fr))

- 51 K followers

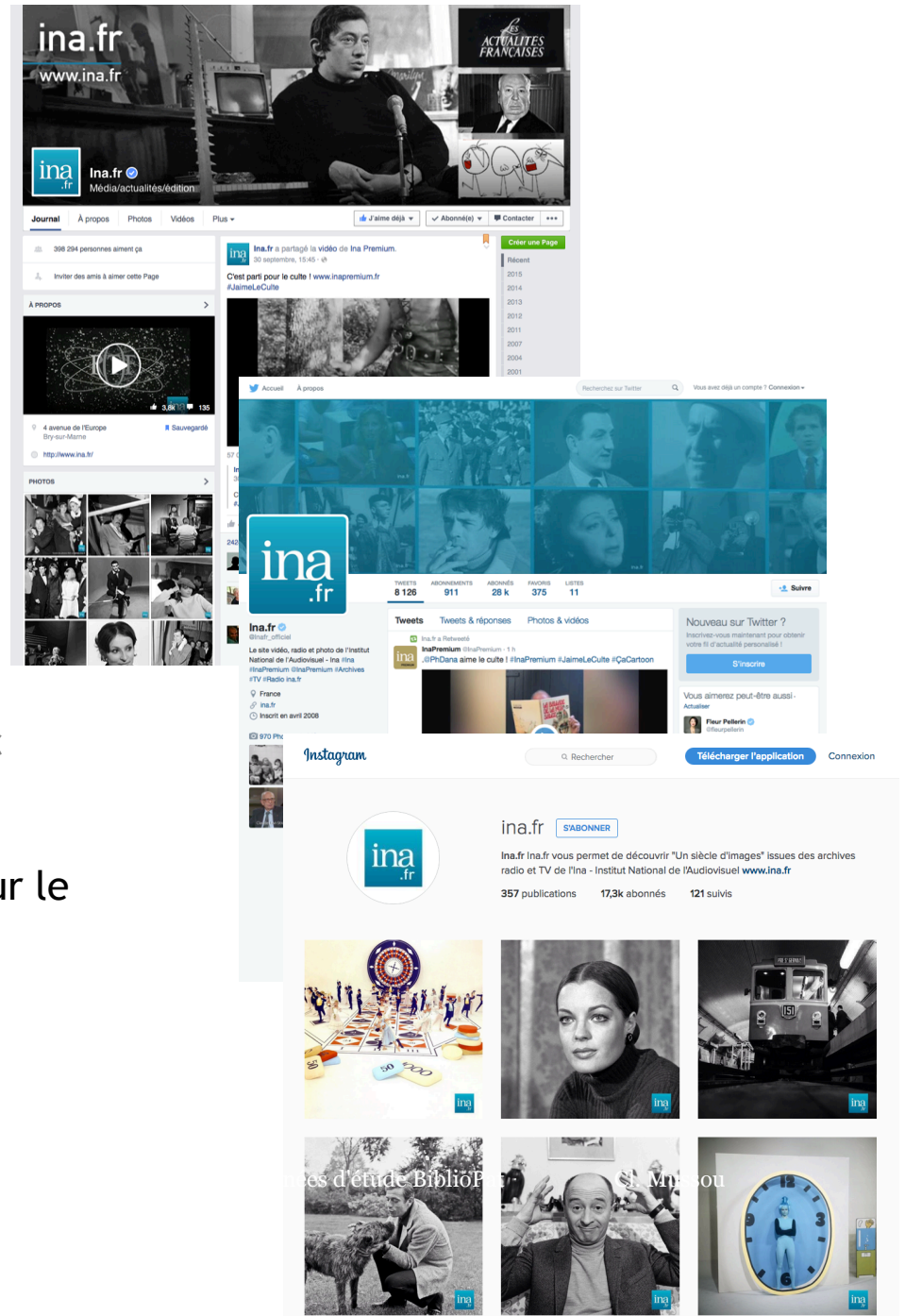
## Instagram ([Instagram ina.fr](https://www.instagram.com/ina.fr))

- 25 K followers

Animation quotidienne pour développer la visibilité, les usages et l'engagement du public avec nos contenus.

## Développement des outils communautaires pour le milieu académique

- Academia, Facebook, Twitter
- Hypotheses.org ...



# Usages des plateformes de publication et partage en ligne

Youtube (YT) Dailymotion - Wat

- Près de 60 000 videos + 20 chaînes
- Toucher des publics différents (animation spécifique)
- Env. 50% du total des videos vues
- Projet de Chaîne de vulgarisation “scientifique”

Deezer

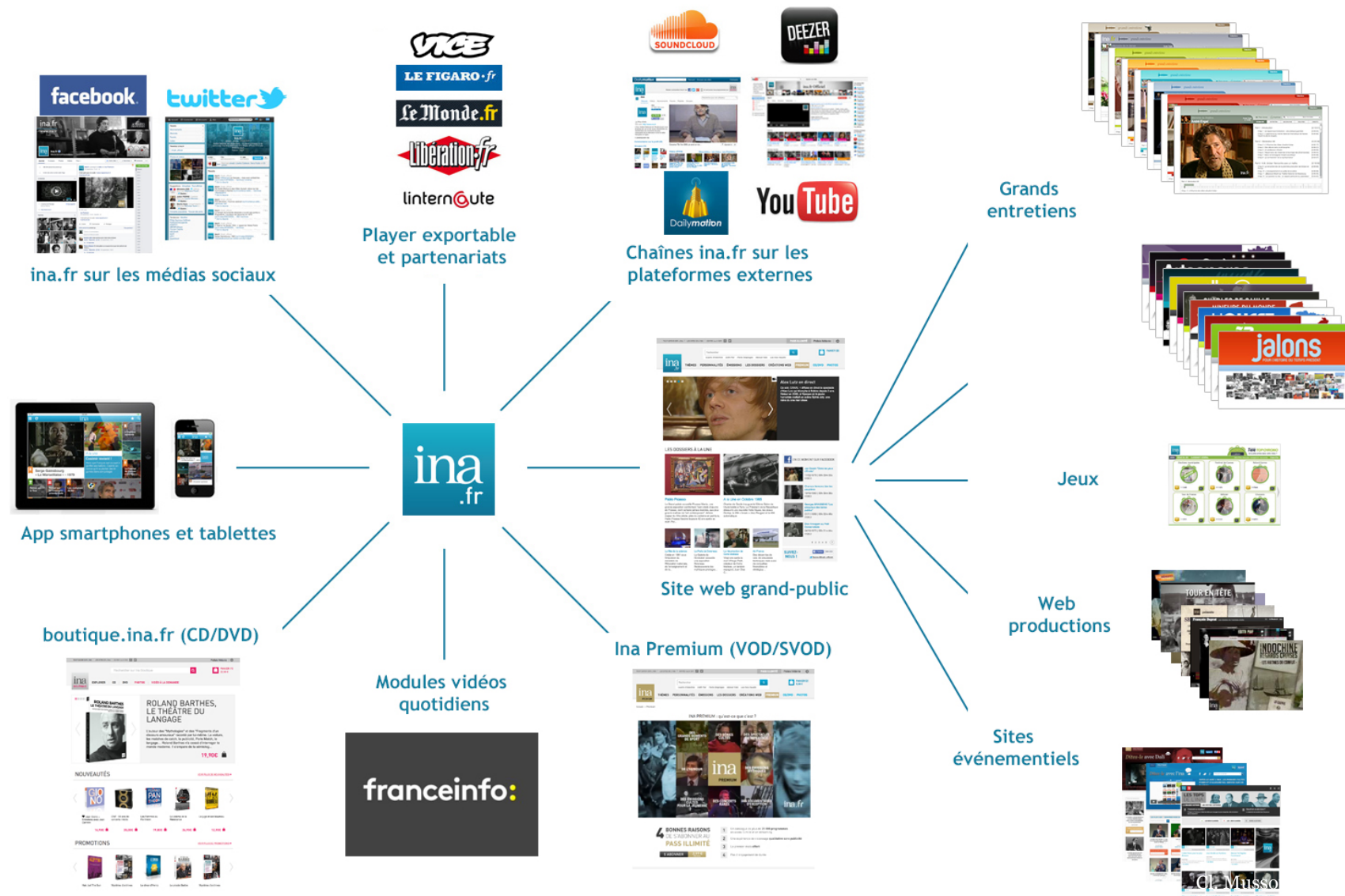
- Concerts de musique classique et de jazz

Adopter la démarche pour la valorisation et dissémination des usages scientifiques

- Projet de chaîne de vulgarisation scientifique



# La "galaxie" ina.fr - 160 millions de vidéos vues (2015)





**Merci**

ina

17/11/2016 Journées d'étude BiblioPat

Cl. Mussou