

Rapport ICOM CECA 2024

SYLVIE SAVARE
Coordinatrice des réseaux sociaux

BILAN

L'activité sur les réseaux sociaux s'est maintenue à un rythme soutenu avec près de 170 posts publiés sur nos réseaux, Instagram, Facebook, LinkedIn (compte créé en janvier 2023) et X, ce qui correspond à plus de trois posts par semaine.

Les posts sont, en général, identiques sur les quatre réseaux, les légendes étant plus courtes sur X. Durant la conférence annuelle à Athènes, les publications ont été plus nombreuses et essentiellement sur Instagram avec des formats plus dynamiques comme les Reels, constitués de mini interviews des participants ou de mini vidéos, ainsi que l'utilisation du direct pour quelques présentations. Ces derniers formats n'ont été publiés que sur Instagram.

La conférence annuelle a été, cette année encore, un énorme moteur de croissance pour nos réseaux, elle nous a permis de gagner plus de followers et d'atteindre aussi des non-followers.

Sur Instagram, notre réseau privilégié, entre le 18 et 23 novembre, dates de la conférence, nos posts ont cumulé 33765 vues par 58,5% de followers et 41,5% de non-followers, ce qui devrait nous permettre d'élargir notre audience. Le post qui a réuni le plus grand nombre de vues (1829) est celui présentant les lauréats des différentes prix décernés par le CECA.

INSTAGRAM : 3218 followers contre 2707 en décembre 2023, soit 511 followers de plus en un an (+19%) avec une forte augmentation lors de la conférence annuelle. Au cours des trois derniers mois, nous avons touché plus de 9700 comptes (+172%) dont 31% de non-followers. Le profil de nos followers est le suivant : 63% de nos followers ont entre 25 et 44 ans, 77% de femmes (76% l'année dernière), 26% viennent du Brésil, 7,8% d'Espagne, 6,9% d'Argentine, 4,3% du Chili et 4% d'Iran.

FACEBOOK : 9700 followers contre 9100 en décembre 2023 (+6,6%). Ce compte est directement lié à Instagram, les publications sont identiques, mais les Reels ne sont pas transférés. Marie-Françoise Delval a accès à ce compte et

peut poster directement des publications. Elle sera à même de fournir plus amples explications sur les caractéristiques des followers.

X : 908 abonnés contre 854 en décembre 2023 (+6,3%). Les posts sont les mêmes que les publications Instagram, mais avec des légendes plus synthétiques, comme imposées par ce réseau.

LINKEDIN : nous avons une page entreprise sur ce réseau depuis janvier 2023 et comptons désormais 1051 abonnés contre 435 en décembre 2023, soit une augmentation de 241%, et plus de 130 abonnés au cours du dernier mois. Plus de 25% des abonnés viennent de France. Ce réseau professionnel se développe de plus en plus au sein des professionnels des musées.

Le nombre d'abonnés continue donc à augmenter sur l'ensemble de nos réseaux sociaux avec une belle dynamique, sachant que nous n'avons aucun budget publicitaire.

Cette année, de nombreuses publications ont concerné les SIG ouverts à tous : Accessibilité universelle / musée inclusif, développement professionnel des éducateurs muséaux, réseau Jeunes Membres ainsi que les prix décernés par le CECA. Le réseau régional CECA LAC est également très actif et alimente avec enthousiasme nos réseaux.

Nous poursuivons la charte mise au point l'année dernière afin de rendre le discours plus clair pour notre public : encart bleu marine pour les SIG, orange pour le réseau Jeune Membre...

Pour les langues, l'anglais reste privilégié. Toutefois, pour les événements internationaux, les posts sont traduits dans les trois langues, sachant que les légendes sont traduites automatiquement dans la langue du follower. Un post annonçant une réunion se tenant en anglais est en anglais.

PERSPECTIVES

Elles restent identiques à celles de l'année dernière car l'engagement de tous est indispensable au développement de nos réseaux.

Afin d'étendre notre audience, nous avons besoin des correspondants régionaux et nationaux et des membres du Board. Cette aide peut s'articuler sur trois niveaux :

1. M'adresser des informations sur les événements à venir (réunions, nouvelles diverses des coordinations nationales ou régionales) dans l'une des trois langues. Afin de maintenir le lien avec nos followers, il est important de faire des posts en amont, la veille et parfois le jour même et après la réunion pour remercier les participants. Il faut donc m'adresser des photographies de l'événement, très prisées sur les réseaux sociaux.

2. Être présents, à titre personnel, sur ces quatre réseaux, liker, commenter et republier tous nos posts systématiquement. Il faudrait également me signaler les organisations qui peuvent être utilement suivies par le CECA, car en republiant nos posts, nous pourrions accroître notre visibilité.

3. Parlez de nous à vos collègues dans vos institutions, aux coordinateurs nationaux ... À ce titre, la conférence annuelle a été un formidable tremplin car elle nous a permis d'échanger directement avec nos membres et les coordinateurs.
 Nous avons aussi besoin des institutions en tant que membre et de toute leurs équipes en charge des publics et de l'éducation muséale. Lors de chaque réunion organisée dans le cadre du CECA, il faut inciter les participants à nous suivre sur les réseaux sociaux et rappeler que nous avons besoin de chacun pour promouvoir et améliorer le partage et les échanges autour de l'éducation muséale.

