



ADJOINT DU PATRIMOINE TERRITORIAL PRINCIPAL DE 2EME CLASSE

Examen professionnel

Epreuve du jeudi 24 mars 2022

SUJET

Epreuve :

Une épreuve écrite à caractère professionnel, portant sur les missions incombant aux membres du cadre d'emplois.

Cette épreuve consiste à partir des documents succincts remis au candidat, en trois à cinq questions appelant des réponses brèves ou sous forme de tableaux et destinées à vérifier les capacités de compréhension du candidat et son aptitude à retranscrire les idées principales des documents.

Durée : 1h30

Coefficient 2

CONSIGNES : à lire avant de prendre connaissance du sujet

- **Vous ne devez faire apparaître aucun signe distinctif dans votre copie, ni votre nom, ou un nom fictif, ni initiales, ni votre numéro de convocation, ni le nom de votre collectivité employeur, de la commune où vous résidez ou du lieu de la salle d'examen où vous composez, ni un nom de collectivité fictif non indiqué dans le sujet, ni signature ou paraphe.**
- **Sauf consignes particulières figurant dans le sujet, vous devez impérativement utiliser une seule et même couleur non effaçable pour écrire et/ou souligner. Seule l'encre noire ou l'encre bleue est autorisée. L'utilisation de plus d'une couleur, d'une couleur non autorisée, d'un surligneur pourra être considérée comme un signe distinctif.**
- **Le non-respect des règles ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.**
- **Les feuilles de brouillon ne sont en aucun cas prises en compte.**
- **Les questions peuvent être traitées dans l'ordre qui vous convient à condition d'en indiquer le numéro sur la copie.**

A partir des documents joints, répondez aux questions suivantes :

QUESTION 1

Le numérique devient un instrument clé pour la circulation des contenus culturels.
En vous référant au document n°1, identifiez les secteurs qui ont développé une programmation culturelle en ligne au cours de la crise sanitaire (3 points).

QUESTION 2

En vous appuyant sur le document n°1 :

- a) Indiquez les ressources les plus consultées en bibliothèques (1 point).
- b) Indiquez le type de contenus numériques qui a fait le plus défaut au public (1 point).
- c) Définissez les termes suivants :
 1. Médiation numérique (1 point)
 2. Visite virtuelle (1 point)

QUESTION 3

Dans le contexte d'animations telles que décrites dans le document n°3, expliquez quelles sont les principales missions qu'exerce auprès du public, un adjoint du patrimoine principal de 2^{ème} classe travaillant dans un parc municipal.
Justifiez votre réponse (3 points).

QUESTION 4

Le baromètre des pratiques culturelles à domicile en période de confinement a permis d'observer l'impact de la crise sanitaire sur les usages des internautes français.

- a) A partir du document n° 2, indiquez le taux de consommateurs qui préfèrent le numérique (1 point).
- b) A partir du document n° 4, indiquez la part des consommateurs qui souhaitent retourner dans les salles de spectacle (1 point).

QUESTION 5

Vous êtes adjoint du patrimoine principal de 2^{ème} classe dans un établissement culturel de la commune de Patriville.
Votre supérieur hiérarchique souhaite innover en proposant une prochaine exposition virtuelle au sein de votre établissement.

En faisant appel à vos connaissances personnelles et à vos expériences professionnelles,

- a) Pourriez-vous expliquer par quels moyens, il serait possible d'augmenter la visibilité des ressources numériques de votre institution ?
Citez leurs avantages et inconvénients (3 points).
- b) Avec quels outils le public pourrait-il avoir accès à vos ressources ? (2 points).
- c) Quel type d'action pourriez-vous mettre en place pour conserver du lien social avec la population ? (3 points).

Liste des documents :

Dossier « *Plus rien ne sera comme avant* », Gazette des communes, n° 25, 28 juin au 4 juillet 2021, p.32-34

- **Document n° 1** : « *L'effervescence des innovations numériques enrichit les pratiques* »
- **Document n° 2** : « *Les seniors de plus en plus connectés* »
- **Document n° 3** : « *Apéros concerts, expositions... la revanche des parcs et jardins* »

Document n° 4 : Hadopi. « *Baromètre de la consommation durant le confinement* », avril 2021.
Extrait

L'effervescence des innovations numériques enrichit les pratiques

La mise en ligne d'œuvres et d'expositions ainsi que la diffusion d'événements en direct ont rythmé l'action culturelle des derniers mois. Un étoffement de l'offre dans de multiples domaines qui n'est pas près d'être mis de côté.

En matière d'action culturelle, la séquence sur écran est bien partie pour dépasser son statut d'alternative temporaire. Elle a déjà été un terrain d'expérimentation, y compris dans un paysage parfois peu étoffé. La période a accéléré une réflexion sur le positionnement stratégique à adopter et les formats à privilégier. La pérennisation de certaines initiatives dépendra aussi du rythme d'adaptation des équipes, de la valeur qui continuera d'y être associée et des articulations avec le présentiel.

01 Lecture publique : l'offre en ligne décolle pour de bon
L'étude du ministère de la Culture d'octobre 2020 dédiée à l'impact de la crise sanitaire sur l'offre numérique des bibliothèques territoriales montre une augmentation de la demande, et pas seulement des habitués. Si les connexions ont baissé après le premier

confinement, le nombre d'inscrits et de ressources consultées (le plus souvent, la presse et l'autoformation) reste à la hausse par rapport à 2019. Cet engouement semble avoir convaincu les collectivités les plus hésitantes d'étoffer une offre en propre ou partagée avec d'autres équipements du département.

« Une trentaine de bibliothèques se sont ajoutées aux 123 déjà partenaires », constate Eric Jolie, chef de bureau « bibliothèque numérique » à la médiathèque départementale du Pas-de-Calais, dont la plateforme a connu un bond de 20% en ce début d'année, après une hausse stabilisée à 80% l'an passé. Comme les bibliothèques toulousaines, elles viennent de lancer un développement du prêt de liseuses afin de mieux sensibiliser au livre numérique. Seulement, cette extension est aussi synonyme d'adaptation des services et d'augmentation des crédits, comme avec la vidéo à la demande. Au-delà de

la métamorphose de la médiation autour des ressources numériques, d'autres interrogations traversent la profession: le manque d'une offre « jeunesse » attrayante ainsi qu'une plus grande éditorialisation et personnalisation des contenus. Surtout quand les bibliothèques n'ont pas toutes forcément la main en raison de la montée en force des plateformes mises en œuvre par les départements. « Nous avons sollicité la médiathèque départementale pour être davantage associés à la politique documentaire », pointe Anne Cizeron, responsable du réseau de la communauté d'agglomération Loire Forez (87 communes, 109800 hab.).

02 Spectacle vivant : le rideau s'entrouvre

Le spectacle vivant est sans doute le secteur le plus problématique à investir, tant la crainte de voir le virtuel prendre le pas sur le réel prédomine dans un grand nombre d'équipements, où la formation du personnel et les infrastructures sont très hétérogènes. Les usages le confirment: selon l'enquête du ministère de la Culture sur les pratiques culturelles en temps de confinement (parue en juin 2020), le visionnage de concerts, de pièces de théâtre et de spectacles de danse ne séduit pas encore, il a même parfois accusé un recul, alors que l'offre de captations et de diffusions en temps réel s'intensifiait. Pourtant, ces derniers mois, les savoir-faire ont progressé pour maintenir un minimum de programmation et d'action culturelle, y compris dans des établissements déjà bien

rodés, comme le Centre des arts d'Enghien-les-Bains (11300 hab., Val-d'Oise), qui a réalisé des vidéos du travail de résidence. «Elles mettent en perspective un temps habituellement non visible et montrent la fabrication d'une œuvre avant la scène», éclaire le directeur, Dominique Roland. La plus grande valorisation des répétitions et des coulisses sur les réseaux sociaux «a changé la façon dont nous communiquons en externe, en prenant encore plus conscience de l'amont et de l'aval d'un moment de spectacle vivant», convient Pierre Brouchoud, directeur général de l'Orchestre de Picardie.

La promesse du numérique porte aussi sur l'extension d'un territoire et l'élargissement d'un public qui peine à se déplacer jusqu'en salle. «De nouveaux profils de consommateurs se confirment», relève Cécile Le Vaguerèse-Marie, directrice de l'Office national de diffusion artistique. Mais tous ces efforts sont encore financièrement et juridiquement limités. La gratuité prédomine, malgré d'importants coûts de production. De plus, beaucoup de professionnels sont toujours dans le flou sur la répartition des droits, alors que ces dispositifs engagent une multitude d'intervenants. «Les concerts captés étaient surtout ceux d'artistes émergents, reste à voir ce qu'il en sera avec les têtes d'affiche», ajoute Tahani Belkhir, chargée des publics du Fil, scène de musiques actuelles à Saint-Etienne (173100 hab.).

03 Patrimoine : comment prolonger l'effet d'aubaine ?

A la tête de la Villa Arnaga, la maison musée d'Edmond Rostand à Cambo-les-Bains (6600 hab., Pyrénées-Atlantiques), Béatrice Labat a une certitude, après quelques semaines de réouverture : pourquoi ne pas avoir mis en place plus tôt une billetterie avec des créneaux en ligne ? «Avec peu de personnel, on s'en faisait une mon-

tagne, mais elle rassure le visiteur, et les visites sont d'une plus grande fluidité et qualité», assure-t-elle. C'est aussi sur ce type de décisions que le Covid-19 laissera une trace dans le quotidien des institutions.

La numérisation d'œuvres en est une autre, du moins leur visibilité, car vu le temps et les ressources exigés, rien n'a pu véritablement naître pendant la pandémie. Au sein des musées de Reims (182200 hab.), dont fait partie le «musée numérique» finalisé fin 2020, le directeur Georges Magnier n'a pas opté pour des visites virtuelles «qui marchent bien au lancement, puis deviennent lassantes». Il réfléchit à un outil cartographique pour appréhender autrement la découverte d'œuvres selon leur lieu d'origine, avec l'inté-

gration de commentaires en ligne afin d'enrichir les visites in situ. Ailleurs, c'est aussi une stratégie plutôt inventive et ludique de présence en ligne qui pourrait servir

L'offre numérique a été bien plus sollicitée et valorisée par les usagers des bibliothèques, et pas seulement par les habitués.

d'accompagnement interactif, avec une documentation qui dépasse même les collections exposées... Une passerelle qu'a bien cernée Léo Tessier, médiateur scientifique au Muséum des sciences naturelles d'Angers (154500 hab.), qui s'est saisi d'une grande variété d'espèces représentées dans le jeu vidéo Animal Crossing dans le but d'inciter à des visites ultérieures. ♦ J. C.

DOCUMENT 2 :

Les seniors de plus en plus connectés

Le numérique culturel est plutôt associé à une intensification des pratiques qu'à un élargissement des publics. Fait notable salué de tous : une augmentation importante de la consultation de ressources en ligne par les seniors et les classes populaires. Ces pratiques, pas forcément exclusives, ne doivent pas être ignorées par les professionnels. Un baromètre réalisé par Hadopi, en avril, relève que plus d'un tiers des sondés âgés de plus de 15 ans préfèrent le numérique pour leur lien à la culture.

DOCUMENT 3 :

Apéros concerts, expositions... la revanche des parcs et jardins

Coup de projecteur C'est l'arbre qui cache une forêt de possibilités... Parmi les lieux souvent répertoriés pour accueillir une myriade de mini-spectacles de musique et de théâtre ou des expositions sur leurs grilles, les jardins et les parcs, jusqu'alors plutôt délaissés par les directions des affaires culturelles, semblent tenir leur revanche. Premier avantage: ils drainent beaucoup d'habitants, donc toute animation a l'intérêt d'intriguer, même furtivement, une population allant bien au-delà des habitués des équipements culturels. Avec un premier parcours d'une

Le cadre et la grande amplitude horaire sont des avantages pour la démocratisation.

exposition sur les petits et grands jardins de Normandie, Condé-en-Normandie (6500 hab., Calvados) espère développer l'attractivité de son parc. «La configuration se prête aussi à des apéros concerts autour du kiosque ou à l'accueil d'un marché du terroir», relate Agathe Hodemond, agente multi-casquette «commerce, culture et animation». «Le cadre et la grande amplitude horaire sont des avantages évidents en termes de démocratisation artistique et culturelle», abonde Amélie Ranty, à la métropole de Nantes, qui réfléchit à une régie spécifique pour la

culture en plein air. Cette recherche de dispositifs plutôt légers est l'occasion de donner un coup de projecteur sur des artistes locaux en fin de journée. A Poitiers (88700 hab., Vienne), c'était un axe fort du programme culturel présenté lors des élections. L'adjoint chargé des espaces publics et délégué aux droits culturels, Charles Reverchon-Billot, veut trouver de nouvelles fonctionnalités aux espaces verts. Quitte à se frotter aux contraintes d'un autre engagement: le fauchage tardif afin de préserver la biodiversité. Une tonte moins régulière des pelouses «complique l'accueil des publics», d'où une discussion avec le service des espaces verts pour sélectionner quelques zones. ●

Baromètre du confinement



Initié par l'Hadopi au titre de sa mission d'observation des usages sur internet dès le début de la crise sanitaire, au printemps 2020, le baromètre des *pratiques culturelles à domicile en période de confinement* permet d'observer l'impact de la crise sanitaire sur les usages des internautes français.

Cette nouvelle vague, réalisée pendant le troisième confinement national qui s'est déroulé du 3 avril au 2 mai 2021, révèle qu'en dépit de l'existence d'une offre de spectacles vivants diffusés de manière dématérialisée, l'envie des internautes français de retourner dans les salles de spectacles est très vive, 68 % des consommateurs de biens culturels en ligne souhaitant retourner dans les salles de spectacles.

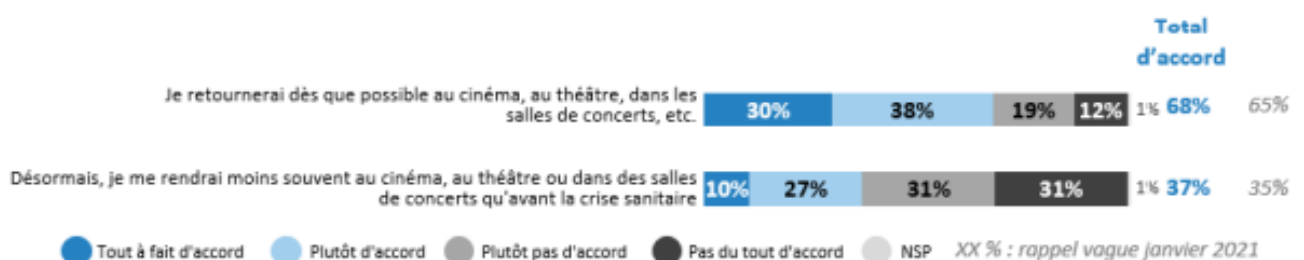
(...)

III - Les deux tiers des consommateurs de biens culturels dématérialisés déclarent souhaiter retourner dès que possible au cinéma, au théâtre ou dans les salles de concert

Malgré l'existence d'une offre de spectacles vivants diffusés de manière dématérialisée, le retour dans les salles de spectacle demeure une attente forte : les deux tiers (68 %) des consommateurs de biens culturels dématérialisés déclarent vouloir retourner dès que possible au cinéma, théâtre, ou dans les salles de concerts, soit un niveau équivalent à celui de janvier 2021 et dans des proportions proches, quelles que soient les tranches d'âge ou le fait d'être abonné ou non à une offre culturelle en ligne.

A contrario, 37 % des consommateurs estiment qu'ils se rendront à l'avenir moins souvent au cinéma, au théâtre ou dans des salles de concert qu'avant la crise, un niveau stable par rapport à janvier 2021 (35 %), à l'issue du deuxième confinement.

Figure 5 : Usages projetés concernant les salles de spectacles – Base consommateurs de biens culturels dématérialisés



Source : Hadopi, baromètre de la consommation durant le confinement, avril 2021