Etablissement public chargé de la conservation et de la restauration de la cathédrale Notre-Dame de Paris

Conseil d'administration du 30 novembre 2021

Projet scientifique et culturel



Établissement public
chargé de la conservation et de la restauration
de la cathédrale Notre-Dame de Paris

Axe 3. L'information et la valorisation auprès de tous d'un chantier invisible au public et de métiers méconnus.

Des objectifs définis par la loi et portés par des moyens conséquents.

L'article 9 de la loi du 29 juillet instituant la création d'un établissement public dédié à la restauration de la cathédrale, précise que ce dernier est également chargé :

> -« d'identifier des besoins en matière de formation professionnelle pour la réalisation des travaux de conservation, de restauration et de valorisation de la cathédrale ;
> - d'élaborer et mettre en œuvre des programmes culturels, éducatifs, de médiation et de valorisation des travaux de conservation et de restauration, ainsi que des métiers d'art et du patrimoine y concourant, auprès de tous les publics ».

Cette demande du Parlement se justifie par :

- la forte émotion suscitée par l'incendie d'avril 2019, justifiant la mise en place d'actions d'information et de valorisation destinés à tous les publics intéressés par la cathédrale
- le manque d'attractivité des métiers du bâtiment en général. La visibilité nationale et internationale du chantier est une occasion unique de mieux faire connaître des filières méconnues et des métiers en tension.

Conformément à l'article 2 de son décret constitutif, l'établissement public a donc pour mission d'assurer la mise en valeur du projet de restauration auprès de tous les publics, y compris dans sa dimension internationale, ainsi que des savoir-faire nécessaires pour la conduite des opérations. Cet objectif est également traduit dans le COP (Axe 2, objectifs 4, 5 et 6)

Dans ce cadre, l'établissement porte une politique d'information et de valorisation du chantier et des métiers qui y sont mobilisés à travers des actions de communication, de programmation et de médiation culturelle, ainsi que des actions en faveur de la formation et de l'apprentissage en France et à l'international. Ces actions sont ciblées et adaptées afin de toucher un public large et différencié : donateurs, adultes, jeunes, familles, scolaires, apprentis, personnes éloignées de la culture.

Si cette politique est portée de manière transversale au sein de l'établissement public, une direction dédiée - la direction de la communication, du développement et de la programmation culturelle – a été créée afin de coordonner l'ensemble de ces actions.

Cette mission est financée en partie au titre de la souscription nationale, le don de 4,8 millions d'euros accordé en septembre 2021 par l'Institut supérieur des métiers (ISM) à l'établissement public permettant à ce dernier de renforcer et d'amplifier ses actions de valorisation et de développer significativement ses actions en faveur de la formation et de l'apprentissage. Ce don permet enfin à l'établissement public de créer quatre emplois supplémentaires, trois seront financés pour moitié par le don de l'ISM et pour moitié par l'établissement public et un sera financé intégralement par l'ISM portant ainsi à onze le nombre d'agents dédiés à ces missions.

Communiquer auprès de tous les publics

L'incendie du 15 avril 2019 a suscité une émotion et un élan de générosité sans précédent en France et dans le monde. L'attention des donateurs et du public n'est pas retombée et l'intérêt pour le chantier et les métiers qui y sont mobilisés est important.

Pour y répondre, l'établissement public développe une stratégie de communication holistique en France et à l'international qui permet d'informer le plus largement possible les donateurs et le public sur l'avancement du chantier, les opérations qui s'y déroulent et les métiers qui y sont mobilisés.

Cette stratégie repose sur :

- L'identification des différents publics,
- Des objectifs de communication clairement identifiés,
- La création d'une identité visuelle forte conçue par le graphiste et typographe français Philippe Apeloig,
- Le choix des canaux de communication les plus pertinents.

Les outils de communication de l'établissement public sont adaptés aux différentes audiences que l'établissement public souhaite toucher.

Durant la phase de sécurisation de la cathédrale, l'établissement a conçu sa stratégie de communication et mis en œuvre les principaux outils associés. La phase de restauration lui permettra de les déployer, afin de toucher un public toujours plus nombreux et de renforcer ainsi le rayonnement du chantier et des savoir-faire.

La communication auprès de tous les publics inclut nécessairement un volet international. En effet l'incendie de la cathédrale a provoqué une émotion mondiale, transcendant les appartenances nationales, culturelles et religieuses. L'élan de solidarité et de sympathie s'est manifesté à l'endroit de notre pays, provenant aussi bien des Etats, des collectivités locales, des institutions culturelles, des fondations que des particuliers, influe sur la perception de l'image de notre pays à l'international. La coordination du suivi de la mobilisation internationale pour la restauration de Notre-Dame a été confiée à l'ambassadeur Stanislas de Laboulaye, dont la mission fait l'objet d'une convention entre l'établissement public et le ministère de l'Europe et des affaires étrangères. Ainsi, le réseau diplomatique et culturel français à l'étranger accompagne l'établissement public dans les relations avec les donateurs étrangers et les publics intéressés.

Auprès des donateurs.

Cet élan de générosité a mobilisé plus de 340 000 donateurs en France et dans 150 pays du monde et permis de recueillir plus de 840 M€ dans la cadre de la souscription nationale instituée par la loi du 29 juillet 2019.

Les donateurs, qui financent l'intégralité du chantier de restauration, ont donc un rôle déterminant et leur information est au cœur des priorités de l'établissement public.

L'information permet en effet de prolonger la générosité des donateurs, de maintenir un lien collectif autour du projet et de les associer au chantier.

Les dons ayant été recueillis en France et à l'étranger par différents organismes collecteurs - Fondation Notre-Dame et Friends of Notre-Dame de Paris, Fondation du patrimoine, Fondation de France, Centre

des monuments nationaux, ministère de la Culture – l'information des 340 000 donateurs repose sur une étroite collaboration entre l'établissement public, qui a également recueilli et continue de recueillir des dons, et ces organismes.

Dans ce cadre, l'établissement public développe des outils d'information dédié aux donateurs et aux organismes collecteurs et s'assure de leur bonne diffusion aux 340 000 donateurs.

Certains organismes collecteurs complètent ces outils d'information avec leurs propres outils (principalement des lettres d'information) élaborés à partir des contenus transmis par l'établissement public.

Action n°16 : Créer un magazine dédié, La « Fabrique de Notre-Dame ».

De cette exigence d'information des donateurs est née *La Fabrique de Notre-Dame*, véritable journal de bord du chantier. Sur une idée et sous la direction éditoriale de l'établissement public, ce magazine semestriel bénéficie de l'expertise et du savoir-faire de Connaissance des Arts et du mécénat du groupe LVMH.

Avec deux numéros de 116 pages par an, *La Fabrique de Notre-Dame* accompagne la restauration de la cathédrale tout au long des travaux et permet à chacun de vivre le chantier de l'intérieur et de participer à cette aventure collective sans précédent.

Richement illustré, *La Fabrique de Notre-Dame* est adressée gracieusement et en avant-première : en version électronique aux 340 000 donateurs et en version papier à ceux qui ont donné 1 000€ ou plus.

Le magazine est ensuite disponible à la vente, permettant ainsi aux lecteurs français et étrangers de devenir donateurs puisque l'intégralité des bénéfices de *La Fabrique de Notre-Dame* sont reversés au financement des travaux.

Les deux premiers numéros (janvier et septembre 2021) ont suscité le vif intérêt des donateurs et du public. Publié chaque semestre jusqu'en 2024, *La Fabrique de Notre-Dame* continuera d'offrir aux donateurs et au public une information la plus détaillée possible et de présenter de manière didactique et pédagogiques les différentes opérations ainsi que la diversité et la richesse des corps de métiers mobilisés sur le chantier.

Action n°17 : Développer les autres outils d'information dédiés aux donateurs

D'autres outils dédiés sont également mis en œuvre par l'établissement public à destination des 340 000 donateurs et notamment des particuliers et des organismes collecteurs :

- Une lettre d'information électronique bimestrielle présente des contenus éditoriaux et audiovisuels (photos et vidéos) exclusifs permettant aux donateurs d'être informés de l'avancée des travaux et de découvrir les métiers.
- Un bulletin d'information mensuel est adressé par l'établissement public aux organismes collecteurs leur permettant de nourrir leurs propres outils de communication à destination de leurs donateurs (lettres d'information électroniques principalement).

Auprès du grand public

Afin de répondre au vif intérêt du public, l'établissement public met en œuvre une stratégie de communication ambitieuse en France et à l'international qui permet de faire connaître le chantier dans toutes ses composantes et de valoriser la diversité des métiers auprès du public le plus large.

Cette stratégie s'appuie sur de nombreux canaux de communication : média et hors média, physiques et numériques ; propres à l'établissement public ou non.

L'établissement public met en œuvre une information pédagogique, didactique et différenciée selon les publics et les canaux de communication.

La conception d'une identité visuelle forte « Rebâtir Notre-Dame de Paris » permet enfin de donner une plus grande lisibilité, cohérence et visibilité aux actions d'information et de communication portées par l'établissement public.

Action n°18 : Organiser les relations avec la presse et les médias

Plus de deux ans après l'incendie, l'intérêt de la presse et des médias, français et étrangers, pour le chantier de la cathédrale Notre-Dame de Paris est toujours considérable, en témoigne l'importante couverture médiatique de la phase de sécurisation.

La presse et les médias sont donc, pour l'établissement public, un canal majeur et stratégique pour informer le public sur l'avancée du chantier, valoriser auprès du plus grand nombre les métiers et les savoir-faire qui contribuent à la renaissance de la cathédrale et promouvoir les actions de programmation et de médiation culturelle.

Les relations avec la presse et les médias doivent s'adapter aux contraintes spécifiques qui pèsent sur l'établissement public et le chantier. Face aux très nombreuses demandes de visites des journalistes et des métiers sur un chantier soumis à des sujétions plomb sévères, il a été nécessaire de limiter les accès et d'assurer un encadrement adapté des visites de journalistes pour assurer leur sécurité.

Nonobstant, un très large public tant en France, sur le plan national comme régional, qu'à l'étranger, a ainsi pu être informé pendant toute la phase de sécurisation, grâce à la couverture médiatique du chantier.

L'établissement public renforcera pendant la phase de restauration, ses actions et outils à destination de la presse et des médias français et étrangers :

- Envoi régulier de communiqués de presse présentant les principales opérations du chantier et les métiers associés ainsi que les actions de programmation et médiation culturelle de l'établissement public

- Mise en place de partenariats ambitieux avec des titres de presse variés (*Paris Match*, *Le Pèlerin*, *National Geographic*), des agences (*Magnum Photos*) et des sociétés de production audiovisuelle (Electron Libre pour France 2, Zed pour Arte, CFRT pour TF1, Windfall Films pour la BBC)

- Organisation, dans les limites des contraintes du chantier, de visites pour la presse et les médias

- Organisation de prises de vues pour les reportages, journaux télévisés, magazines et documentaires

L'établissement public encourage également les médias et notamment la presse quotidienne régionale (PQR) à couvrir les opérations qui se déroulent hors-les-murs en région afin de mettre en avant les nombreux chantiers dans le chantier et des travaux parfois moins visibles.

Pour rendre compte de la diversité géographique des acteurs qui participeront au chantier de restauration, et valoriser la richesse des savoir-faire et des métiers mobilisés, ces acteurs seront référencés en fonction de leur région d'origine, de manière à en faire des ambassadeurs auprès des médias locaux.

Afin de toucher le public le plus large possible, l'établissement public continuera de s'appuyer sur une diversité de médias : généralistes et spécialisés/professionnels ; français et étrangers ; médias à destination du jeune public ; presse écrite, radio, télévision, médias en ligne

La presse professionnelle permettra à l'établissement public de toucher les entreprises et les artisans intéressés par le chantier et de les informer de l'avancée du projet, de la publication des appels d'offres, des innovations et enseignements du chantier notamment dans les domaines du patrimoine, du bâtiment, des métiers d'art ou de la recherche scientifique.

Pour renforcer l'attractivité des métiers mobilisés sur le chantier et susciter des vocations, une stratégie presse et médias dédiée est mise en œuvre et sera amplifiée pendant la restauration :
- Partenariats avec des supports de presse à destination des enfants et des adolescents
- Place importante dans les communiqués et les dossiers de presse à travers, par exemple, des fiches-métiers dédiées ou des portraits de compagnons et d'artisans.
- Création de programmes éditoriaux et audiovisuels dédiés à travers des partenariats médias, aussi bien en presse, qu'en télévision et en radio.

Le cas échéant, l'établissement public pourra faire de l'achat média pour accompagner une grande campagne de communication autour des métiers et promouvoir ses actions de programmation et de médiation culturelle.

Action n°19 : Privilégier la communication numérique et audiovisuelle : une réponse adaptée dans le contexte d'un chantier fermé au public.

La place prépondérante prise par les outils numériques, devenus les principales sources d'information pour un large public, a été renforcée par les confinements successifs et l'essor du télétravail. De plus, ces outils sont un moyen privilégié pour donner à voir et à comprendre au plus grand nombre un chantier qui est fermé au public.

Dans ce contexte, l'établissement public met en œuvre une stratégie de communication numérique et audiovisuelle ambitieuse, faisant l'objet d'un indicateur dédié dans le COP (Axe 2, objectif 4, indicateur 4)

Des contenus audiovisuels nombreux et différenciés.

Le public ne pouvant pas accéder au chantier, l'établissement public développe de nombreux contenus audiovisuels (photos et vidéos) permettant de présenter de manière didactique, pédagogique et attractive les différentes opérations et les métiers. Ces contenus viennent nourrir les différents outils de communication et d'information de l'établissement public.

Dans le cadre de partenariats (Magnum Photos, Le Pèlerin, Paris Match, National Geographic), ou de prestations de services, des photographes de talent documentent le projet de restauration dans toutes ses composantes aussi bien à l'intérieur de la cathédrale que hors les murs.

La vidéo est un outil majeur pour l'établissement public afin de faire connaître le chantier et les métiers. Ces nombreuses vidéos sont réalisées par des sociétés de production audiovisuelle dans le cadre de partenariats ou par des prestataires dans le cadre de marchés. A titre d'exemple, la société de production ZED travaille en lien étroit avec l'établissement public afin de réaliser un documentaire destiné à être diffusé sur Arte et permettant de valoriser toutes les composantes du chantier scientifique.

Pendant la phase de restauration, des capsules vidéos seront réalisées pour la majorité des opérations du chantier et de tous les métiers mobilisés.

Les outils de communication numérique.

Le chantier de Notre-Dame de Paris étant fermé au public, la communication numérique est un levier essentiel pour toucher une large audience.

Ainsi, durant la phase de sécurisation, l'établissement public a créé son site internet et ses réseaux sociaux (Facebook, Instagram et Linkedin) en faisant le choix de s'appuyer sur une identité grand public : *rebatirnotredamedeparis*. Ces outils sont animés en interne et reposent sur des contenus éditoriaux et audiovisuels dédiés. Ils font la part belle à l'image afin d'offrir aux internautes une plongée au cœur du chantier, une immersion au plus près du travail des compagnons, des artisans et des chercheurs.

Ces outils sont l'occasion pour l'établissement public de construire et de dialoguer avec une communauté de personnes passionnée par le chantier de restauration.

Si les comptes Facebook et Instagram de l'établissement public (Facebook, Instagram et Linkedin) ont connu une augmentation progressive de leurs audiences pendant la sécurisation, la phase de restauration devra permettre de développer de manière significative le nombre d'abonnés. Une stratégie dite de recrutement sera mise en œuvre à cet effet et reposera sur des contenus plus nombreux et plus réguliers, des événements numériques exclusifs (visites du chantier en direct sur les réseaux sociaux) et des partenariats dédiés.

Créé à l'automne 2021, le compte Linkedin de l'établissement public s'adresse quant à lui aux professionnels. Mis en ligne à l'occasion du lancement de la phase de restauration, ce compte permettra d'accompagner la communication institutionnelle de l'établissement public : publication des fiches de postes, publication des appels d'offres/marchés publics, mise en valeur des partenariats noués par l'établissement public, etc…

Pour offrir un contenu à la fois riche, exhaustif et immersif, une première version du site internet de l'établissement public www.rebatirnotredamedeparis.fr a été créé à l'hiver 2020 grâce au mécénat de Publicis et à l'expertise de l'agence de communication Monkees. La version définitive sera lancée fin 2021/début 2022 et permettra aux internautes de suivre le chantier de restauration. Abondamment illustré et documenté, il offrira aux internautes une expérience de visite interactive et pédagogique. Ce site sera structuré de la manière suivante :

- Le chantier
- Les métiers
- Le mécénat
- Les activités de programmation et de médiation culturelle
- Les actualités

Outil d’information complet, le site internet accompagnera le chantier jusqu’à son terme. Il sera mis à jour le plus souvent possible pour refléter en permanence l’état d’avancement du projet. Il répondra également aux questions que le public se pose.

La programmation et la médiation culturelle

Une programmation pour toute la durée du chantier.

Conformément à la mission qui lui a été confiée par l'article 9 de la loi du 29 juillet 2019, l'établissement public élabore et met en œuvre des programmes culturels, éducatifs, de médiation et de valorisation des travaux de conservation et de restauration, ainsi que des métiers y concourant, auprès de tous les publics.

Ces programmes ont pour objectif de donner à comprendre le chantier dans toutes ses composantes, ce qui nécessite un effort constant de pédagogie sur des sujets complexes dont le grand public est peu familier. Les différents acteurs du chantier, les nombreuses opérations qui s'y déroulent, les choix et les doctrines de restauration, la technicité des travaux ou encore les axes de recherche du chantier scientifique sont autant de sujets qui doivent être expliqués de manière didactique et pédagogique. La valorisation des métiers répond quant à elle à l'ambition de faire connaître des savoir-faire méconnus et de susciter des vocations.

Le chantier étant fermé au public et l'établissement public ne disposant pas, à ce stade, de lieu d'accueil du public, les actions de programmation culturelle et les outils de médiation culturelle qu'il conçoit s'appuient sur des dispositifs adaptés (palissades de chantier, événements ponctuels sur le parvis), des partenariats avec des institutions publiques et des entreprises privées qui permettent de bénéficier d'espaces pour mener ces actions et toucher ainsi un public nombreux aussi bien en France qu'à l'étranger.

Les premières actions de programmation et de médiation culturelle réalisées pendant la phase de sécurisation (Journées européennes du patrimoine 2021, Journées européennes des métiers d'art 2021, expositions sur les palissades, etc…) ont connu un succès important auprès du public.

La phase de restauration sera donc l'occasion de renforcer et de multiplier ces actions : manifestations culturelles, expositions, conférences, projets d'éducation artistique et culturelle, outils de médiation culturelle.

Action n°20 : proposer un programme pluriannuel d'évènement culturels s'inscrivant dans les calendriers des manifestations nationales.

L'établissement public organise deux manifestations culturelles annuelles permettant de donner à voir et à comprendre les opérations emblématiques du chantier et les métiers qui y sont associés.

Ces manifestations sont organisées dans le cadre des grands temps forts de la vie culturelle française et mobilisent les acteurs du chantier :

- A l'occasion des Journées européennes du patrimoine qui se tiennent chaque année le troisième week-end de septembre, un *Village des métiers* est installé sur le parvis de la cathédrale. Il propose au grand public des démonstrations, ateliers participatifs et conférences. Les deux premières éditions ont accueilli un public très nombreux : 11 000 visiteurs en 2020 et plus de 20 000 en 2021, faisant du *Village des métiers* l'un des événements les plus fréquentés en France lors de ce week-end dédié au patrimoine. Ce *Village des métiers* gratuit et ouvert à tous les publics sera le lieu privilégié de rencontre entre les compagnons, les donateurs et le grand public durant la phase de restauration.

- Les Journées européennes des métiers d'art, qui se tiennent annuellement fin mars ou début avril, sont l'occasion de mettre en valeur les métiers d'art mobilisés sur le chantier de la cathédrale. Fort du succès de son programme numérique et audiovisuel pour l'édition 2021, l'établissement public fera de ces Journées un temps fort de sa programmation culturelle avec l'organisation de conférences, d'ateliers et de programmes numériques mettant en lumière des métiers d'art parfois méconnus.

Des partenariats avec des institutions culturelles telles que la Cité de l'Architecture et du patrimoine, le musée de Cluny ou le Collège des Bernardins seront mis à profit pour l'organisation de ces manifestations.

Par ailleurs, en lien étroit avec les institutions de recherche, et pour mettre en lumière le travail des chercheurs, l'établissement public pourra s'associer aux Journées nationales de l'archéologie en juin et à la Fête de la Science en octobre.

Enfin l'établissement public pourra participer à d'autres événements qui permettront de faire rayonner le chantier et les métiers en France et à l'international : Journées nationales de l'architecture, Salon du patrimoine culturel, Forum des métiers, Festival des métiers d'art, manifestations à l'étranger.

Pour organiser ces manifestations, l'établissement s'est doté d'un marché public de régie.

Action n°21 : développer des expositions temporaires in situ.

L'aménagement culturel de l'environnement immédiat de la cathédrale, le temps que dureront les travaux, répond à plusieurs besoins : renforcer l'attractivité du quartier à la demande de ses riverains et commerçants ; informer les visiteurs de l'Île de la Cité des avancées du chantier ; renforcer l'attrait culturel d'un site patrimonial majeur.

A cet égard, les palissades de chantier représentent un espace d'information privilégié pour l'établissement public. Outils de médiation immédiatement accessibles au public, elles sont le moyen pour l'établissement public de répondre *in situ* à sa mission.

Des expositions y seront donc organisées tout au long du chantier.

Durant la phase de sécurisation, deux expositions ont été organisées sur les palissades de chantier situées rue du Cloître Notre-Dame, soit le long de la cathédrale, au plus près du monument et des opérations qui s'y déroulent : *Notre-Dame de Paris, les premiers mois d'une renaissance* inaugurée en décembre 2019 et *Les bâtisseurs d'aujourd'hui* inaugurée en juillet 2020. Elles s'appuient sur les photographies du photographe de renom Patrick Zachmann, membre de l'agence Magnum Photos, partenaire de l'établissement public.

Ces expositions bénéficient du mécénat de compétences de JCDecaux. Le graphisme est assuré par le célèbre typographe français Philippe Apeloig.

Ces expositions seront renouvelées régulièrement durant la phase de restauration.

Le parvis Notre-Dame continue d'attirer un public très nombreux. Les palissades qui le bordent représentent donc un outil d'information et de création artistique visible et attractif.

Initiée à la demande du diocèse de Paris, une première exposition consacrée à des dessins d'enfants (« Dessine-moi Notre-Dame ») et agrémentée de photos légendées offrant des clés de compréhension des portails de la cathédrale a été inaugurée en décembre 2020.

En décembre 2021, cette exposition sera remplacée par une exposition inédite réalisée par l'établissement public en partenariat avec la Cité internationale de la bande dessinée : *Le chantier de sécurisation en bande dessinée.* Cette exposition présente les principales opérations de la phase de sécurisation et les métiers qui y ont participé à travers le regard et la créativité de cinq autrices et auteurs venus d'horizons différents : Zeina Abirached, Adjim Danngar, Sandrine Martin, Mathieu Sapin et François Schuiten. Visites sur le chantier, rencontres, travail documentaire, leur ont permis de vivre une véritable immersion au cœur du chantier et de nourrir leur créativité et leur art. Cette exposition gratuite et bilingue durera à minima jusqu'en septembre 2022.
La bande dessinée est un moyen de toucher un public plus large et notamment un public jeune ; certains dessins de l'exposition sont destinés aux enfants.

Ces expositions sur le parvis de la cathédrale seront renouvelées tout au long de la phase de restauration et s'appuieront sur le regard et le travail d'artistes français et étrangers pour mettre en valeur le chantier et les métiers.

Action n°22 : mettre en place une maison du chantier et des métiers à proximité immédiate de la cathédrale.

L'établissement public étudie un projet de maison du chantier et des métiers à proximité immédiate de la cathédrale, qui permettrait de disposer d'un lieu d'accueil du public, pérenne pendant la durée des travaux. L'espace d'exposition visé serait de 200 à 300 m². Il permettrait, à travers un parcours de médiation physique, numérique et audiovisuel, de répondre à l'attente des nombreux visiteurs qui se rendent à proximité de la cathédrale et souhaitent s'informer sur le chantier et les métiers, en présentant des vidéos sur le chantier et les métiers, des outils numériques, des textes, maquettes, activités pour les enfants et des vestiges.

Compte tenu des contraintes de délais, ce projet nécessite d'identifier un mécène de compétences et en nature qui mettrait à disposition la structure d'accueil, la production de l'exposition et son exploitation étant pilotés par l'établissement public.

Ce projet est porté par l'établissement public en étroite collaboration avec la Ville de Paris, propriétaire du parvis (surface et sous-sol), et le diocèse de Paris qui souhaite également disposer d'un espace d'accueil.

Action n°23 : proposer des expositions hors les murs grâce à des partenariats.

Afin d'accroître la visibilité du chantier et des métiers et leur rayonnement en France et à l'international, l'établissement public s'associe à de nombreuses institutions publiques et entreprises privées pour concevoir des expositions hors les murs. En fonction des projets, l'établissement public apporte son expertise scientifique sur le chantier et les métiers, ses contenus et, le cas échéant, un financement.

La Cité de l'architecture et du patrimoine (CAPA).
En 2021, l'établissement public a signé une convention de partenariat avec la CAPA qui prévoit notamment l'organisation d'une exposition conjointe sur le chantier et les métiers au sein de la galerie des moulages du musée des Monuments français qui présente actuellement les statues restaurées de la flèche et le coq. Cette exposition sera inaugurée en juin 2022 et évoluera tout au long des travaux. Elle intégrera des contenus physiques ainsi qu'un parcours numérique et audiovisuel à destination de tous les publics. Cette exposition fera appel à un scénographe et le commissariat scientifique sera assuré par l'établissement public et la CAPA en étroite collaboration avec la DRAC d'Ile de France et

les architectes en chef des monuments historiques en charge du chantier de restauration de la cathédrale.

Notre-Dame de Paris, L'Exposition.

Réalisée par la société française Histovery en collaboration avec l'établissement public, *Notre-Dame de Paris, L'Exposition* est une exposition immersive en réalité augmentée qui retrace l'histoire de la cathédrale depuis le XIIème siècle jusqu'au chantier de restauration actuel. Un tiers des contenus de l'exposition sont consacrés au chantier et aux métiers : vidéos, textes, modélisation 3D. Cette expérience immersive permet à l'établissement public de mener à bien sa mission de valorisation de manière didactique, pédagogique en s'appuyant sur des technologies modernes et attractives auprès d'un public jeune.

Cette exposition s'appuie sur un conseil scientifique qui mobilise de nombreuses expertises historiques et architecturales.

Cette exposition, dont L'Oréal est le mécène exclusif, a été présentée en avant-première à l'Exposition Universelle du Dubaï en septembre 2021 et sera inaugurée à Paris au Collège des Bernardins en 2022 avant de voyager en France et à l'international (Etats-Unis, Chine, Japon, Europe, etc…) jusqu'en 2024.

Elle sera entièrement gratuite pour le public et constitue pour l'établissement public un levier majeur de rayonnement du chantier et des métiers en France et à l'international.

Eternelle Notre-Dame

Réalisée par la start-up française Emissive, et financée par Orange, *Eternelle Notre-Dame* est une exposition en réalité virtuelle, scénarisée par Bruno Seillier, qui propose une immersion dans l'histoire de la cathédrale depuis le XII^{e} siècle jusqu'au chantier de restauration actuel.

Cette expérience payante sera accompagnée, dans sa présentation à Paris à partir de l'hiver 2021, d'un espace gratuit d'environ 100 à 200 m² qui permettra de valoriser le chantier et les métiers à travers un film immersif en 360° et des contenus dédiés.

Cette expérience sera présentée à Paris jusqu'en 2024 et devrait également voyager en France et dans le monde.

Dans le cadre d'une convention de mécénat entre Orange et l'établissement public, ce dernier disposera de 10 000 billets gratuits pour les scolaires et les publics éloignés de la culture.

Enfin, une partie des recettes seront reversées au profit de la restauration.

Exposition pour le réseau culturel français à l'étranger

En étroite collaboration avec l'ambassadeur de Laboulaye et l'Institut français, l'établissement public travaille à une exposition clé en main consacrée au chantier et aux métiers qui pourra être déployée à l'étranger par les Instituts français, les Alliances françaises et les Ecoles et Lycées français.
Par ailleurs, les autres expositions numériques, en réalité virtuelle ou augmentée, présentées ci-dessus, reçoivent un vif intérêt du réseau culturel à l'étranger, qui pourra relayer ces productions sous diverses formes auprès des publics locaux intéressés.

Action n°24 : définir un programme pluriannuel de conférences.

Comme il l'a fait régulièrement durant la phase de sécurisation, l'établissement public organisera ou participera, durant la phase de restauration, à des conférences, tables-rondes, colloques ou séminaires

en France et à l'étranger. Qu'ils soient destinés à un public d'amateurs ou de professionnels, d'adultes ou de scolaires, ces événements sont l'occasion de présenter les différentes composantes du chantier et de faire intervenir les nombreux acteurs qui y participent : maître d'ouvrage, maître d'œuvre, entreprises et compagnons, chercheurs, etc…

Depuis 2020, l'établissement public s'est associé à des conférences portées par ses partenaires. Ce fut le cas notamment en octobre 2020 à l'occasion du colloque faisant un premier bilan à l'INHA des avancées du chantier scientifique.

Pendant les trois prochaines années, plusieurs cycles de conférences seront organisés par l'établissement public en étroite collaboration avec la Cité de l'architecture et du patrimoine, l'Institut national du patrimoine et le Collège des Bernardins.

Des conférences accompagneront aussi les temps forts de la programmation culturelle de l'établissement public : Journées européennes du patrimoine, Journées européennes des métiers d'art, expositions sur les palissades, expositions hors les murs.

Par ailleurs, des conférences seront organisés avec les Instituts français et les Alliances françaises.

Enfin, l'établissement public s'associera au colloque sur le chantier scientifique organisé par le CNRS et le ministère de la Culture début 2022 et souhaite pouvoir renforcer la collaboration avec le chantier scientifique pour l'organisation d'autres manifestations de ce type durant toute la durée des travaux

Action n°25 : développer des partenariats autour des projets éditoriaux.

Afin de remplir ces missions d'information et de valorisation, l'établissement public porte des projets éditoriaux en tant que co-producteur ou s'y associe en tant que partenaire.

Ainsi, l'établissement public participe à l'ouvrage synthétique co-édité par le CNRS, le ministère de la Culture et les éditions du Cherche Midi qui porte sur le chantier scientifique.

Il est également partenaire du beau livre édité par Bayard qui présente les photographies du chantier réalisées par Patrick Zachmann durant la phase de sécurisation.

D'autres projets éditoriaux portant sur la phase de restauration sont en discussion

Des outils adaptés pour la médiation culturelle.

Afin de répondre à sa mission de valoriser le chantier et les métiers auprès de différents publics, l'établissement public a souhaité développer une offre de médiation culturelle complète.

Pour toucher les publics scolaires et susciter des vocations à tous âges (écoles, collèges, lycées en filière générale et professionnelle, centres de formation), il s'appuie sur des partenariats avec des institutions culturelles et des acteurs institutionnels possédant les réseaux nécessaires à la production et à la diffusion de ces actions et outils de médiation destinées aux différents publics.

Outre la mise en place d'une mallette pédagogique (cf fiche action ci-dessous) l'établissement public travaille également à la mise en place d'ateliers et visites qui seront organisés à la Cité de l'architecture et du patrimoine et qui pourront être mis en place au sein des ateliers qui participent à la restauration de la cathédrale.

Des équipes de médiation pourront également accueillir les publics scolaires aux abords du chantier, auprès des palissades ou, le cas échéant, au sein de la maison de chantier et des métiers.

Enfin, une borne de réalité virtuelle conçue par l'entreprise française Timescope sera installée sur le parvis de la cathédrale début 2022. Elle proposera en libre accès un film immersif bilingue qui présentera les principales opérations du chantier et les métiers qui y sont mobilisés.

Action n°26 : concevoir et proposer une mallette pédagogique.

L'établissement public travaille actuellement à la conception d'une mallette pédagogique qui intégrera de nombreuses ressources documentaires : fiches-métiers, informations sur le chantier, portraits de métiers, activités, dossiers pédagogiques.

Cette mallette pédagogique sera distribuée dans les écoles afin que le professeur puisse mettre en œuvre au sein de sa classe cette médiation sur le chantier et les savoir-faire. Ces mallettes et dossiers pédagogiques seront téléchargeables sur le site internet de l'établissement public à partir de 2022.

La production et la diffusion de cet outil s'appuiera sur des partenariats avec notamment la Cité de l'architecture et du patrimoine, la RMN Grand Palais et le ministère de l'Education nationale.

Les actions en faveur de la formation et de l'apprentissage.

Conformément à la loi du 29 juillet 2019, l'établissement public porte une politique permettant de renforcer l'attractivité des métiers du patrimoine et des métiers d'art et de susciter des vocations.

Ainsi, dans le cadre de la restauration, l'établissement public va développer de nombreuses actions permettant d'associer résolument les apprentis et les jeunes en formation au chantier de restauration de la cathédrale (axe 2, objectif 6, indicateur 6 du COP)

La campagne de soutien aux métiers d'art et du patrimoine dans le cadre de la restauration, lancé sous le patronage du Ministre délégué auprès du ministère de l'Economie, des Finances et de la Relance, chargé des Petites et Moyennes Entreprises, et qui bénéficie d'un don exceptionnel à hauteur de 4,8 millions d'euros de l'Institut supérieur des métiers, répond pleinement à cette ambition.

L'établissement s'est engagé dans une démarche volontariste pour favoriser l'apprentissage dans le cadre du chantier de restauration : l'objectif global de promotion des métiers d'art et du patrimoine va de pair avec la transmission des savoirs par l'alternance et l'apprentissage.

Action n°27 : mettre en place des clauses sociales dans les marchés publics de l'établissement.

Des clauses sociales sont donc intégrées dans une partie de ses marchés de restauration et imposent aux entreprises de faciliter l'insertion des jeunes et personnes éloignées de l'emploi notamment par l'apprentissage. Les entreprises devront s'engager sur un nombre d'heures minimum de travail effectuées dans ce cadre (apprentissage, recrutement de jeunes défavorisés, de personnes éloignées de l'emploi, etc…).

Par ailleurs, dans le cadre des marchés publics, les entreprises devront s'engager à promouvoir les métiers d'art et du patrimoine concourant à leurs activités au sein du chantier, en prenant part aux actions de communication, de programmation et de médiation culturelle et de valorisation menées par l'établissement public et détaillées ci-dessus.

Ces clauses permettront de créer une dynamique positive en faveur de l'alternance et de l'apprentissage.

Pour mettre en œuvre ces clauses tout au long du chantier et s'assurer de leur respect par les entreprises titulaires, l'établissement public s'appuiera sur l'association Ensemble Paris Emploi Compétences (EPEC) qui dispose d'une expérience et d'une expertise reconnues dans ce domaine.

Par ce dispositif volontariste de clause sociales, l'établissement public se donne les moyens d'accueillir plusieurs apprentis tout au long du chantier. Ces apprentis constitueront un public spécifique qu'il conviendra de sensibiliser aux spécificités du chantier en développant des outils spécifiques.

Action n°28 : Faciliter la participation du public en formation et en apprentissage aux activités du chantier et de l'établissement public

Dans le cadre du chantier de restauration, l'établissement public organisera, une fois par trimestre, un programme de rencontres et de visites dédié à un groupe d'apprentis, issus des principaux CFA formant aux métiers mobilisés sur le chantier. Ce programme permettra aux apprentis de rencontrer les entreprises et compagnons de leur secteur qui travaillent sur le chantier de la cathédrale. A titre d'exemple, les apprentis facteurs d'orgue pourront visiter les ateliers des facteurs d'orgue qui assurent la restauration du grand orgue de la cathédrale. Ce programme permettra aux apprentis d'enrichir leur cursus de formation.

L'établissement public développera des relations et des partenariats avec des acteurs de la formation et de l'apprentissage en France (CFA, lycées professionnels, organismes de formation, associations professionnelles) afin de permettre au public en formation et en apprentissage de participer aux nombreuses actions de programmation et de médiation culturelle de l'établissement public. Il organisera, le cas échéant, des visites dédiées de la Maison du chantier et des métiers.

Il s'assurera de la diffusion de ses contenus (fiches-métiers, vidéos, photos, textes) dédiés au chantier et aux métiers auprès de ce public d'apprentis et en formation.

Enfin, il pourra organiser des événements dans ces institutions et organismes afin de faire venir les acteurs du chantier à