

Partir ^{en} livre

CNL / Illustration : Aurélie Neyret pour Partir en Livre 2020 / Design : Iceberg

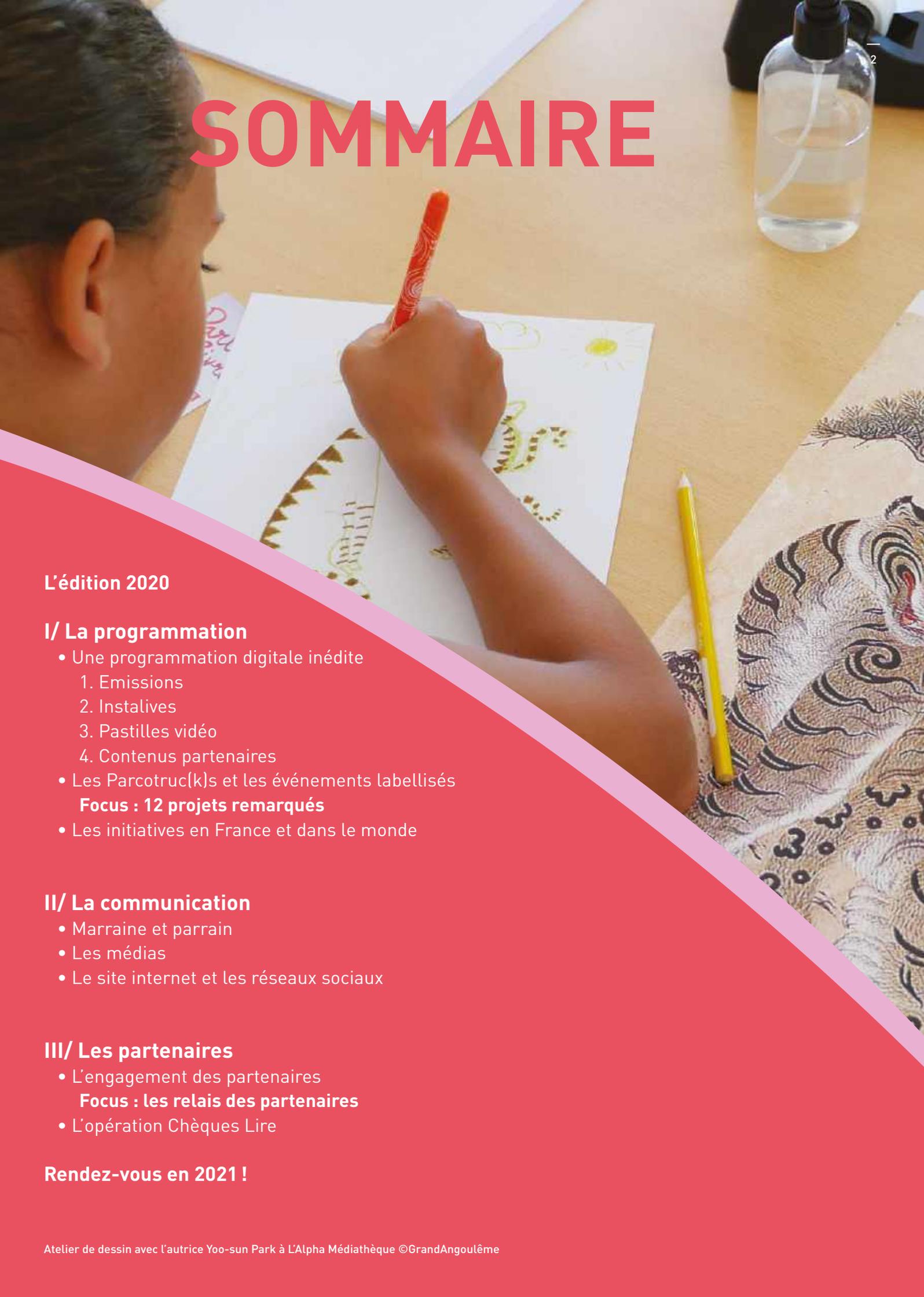


8-19 juillet 2020

#PARTIRENLIVRE
DÉCOUVREZ, ÉCOUTEZ, LISEZ!

BILAN 2020
6^e EDITION

SOMMAIRE



L'édition 2020

I/ La programmation

- Une programmation digitale inédite
 1. Emissions
 2. Instalives
 3. Pastilles vidéo
 4. Contenus partenaires
- Les Parcotruc(k)s et les événements labellisés
 - Focus : 12 projets remarqués**
- Les initiatives en France et dans le monde

II/ La communication

- Marraine et parrain
- Les médias
- Le site internet et les réseaux sociaux

III/ Les partenaires

- L'engagement des partenaires
 - Focus : les relais des partenaires**
- L'opération Chèques Lire

Rendez-vous en 2021 !



Atelier de dessins éphémères avec Loren Capelli
©Centre culturel Una Volta à Bastia

L'édition 2020

Partir en Livre, la grande fête du livre pour la jeunesse du ministère de la Culture, organisée par le Centre national du livre (CNL) avec le concours du Salon du livre et de la presse jeunesse (SLPJ), s'est réinventée cette année pour s'adapter au contexte sanitaire.

Le CNL a proposé pour la toute première fois un rendez-vous digital quotidien du 8 au 19 juillet. Ce bouquet d'émissions et de contenus digitaux inédits, rassemblés sous le mot dièse #PartirEnLivre, a permis de faire vivre le livre jeunesse et la lecture pendant l'été.

> Les principaux chiffres



> Les objectifs

En réponse à la crise sanitaire et économique, les objectifs de la 6^e édition de Partir en Livre ont été redéfinis selon deux axes majeurs :

MAINTENIR PARTIR EN LIVRE SOUS UNE NOUVELLE FORME.

- > Proposer une programmation variée et ludique pour que le livre s'inscrive, pendant l'été, au cœur des loisirs des familles et des jeunes publics.
- > Développer une offre numérique accessible à tous et adaptée aux pratiques des adolescents.
- > Favoriser le goût et la pratique de la lecture avec l'achat de livres, l'accès à des ressources en ligne et la promotion d'initiatives locales.

SOUTENIR LA FILIÈRE DU LIVRE.

- > Maintenir les aides du CNL aux événements labellisés.
- > Valoriser les projets innovants et adaptés aux mesures sanitaires.
- > Proposer une alternative pertinente aux structures et partenaires mobilisés.
- > Organiser une opération Chèques Lire de grande ampleur pour permettre aux enfants, aux jeunes et aux familles d'acheter des livres et soutenir la librairie indépendante.



Raphäl Yem au Centre national du livre pour le tournage des émissions
©Les Beaux Yeux

LA PROGRAMMATION

À contexte inédit, concept inédit !
Partir en Livre s'est réinventé cette année
en proposant des animations digitales
sur les réseaux sociaux et le site internet
de la manifestation afin de donner la parole
à ceux qui font la littérature jeunesse
et transmettre le plaisir de lire à tous.



Tournage de l'émission « Des livres pour... rire » au CNL avec Mathieu Sapin, Emmanuel Guibert et Raphaël Yem ©Les Beaux Yeux

UNE PROGRAMMATION DIGITALE INÉDITE

Pendant 12 jours, Partir en Livre a proposé de nombreux rendez-vous digitaux avec plus de 46 vidéos : des émissions en direct, des instalives ainsi que de nombreuses pastilles vidéo regroupées sous le mot-dièse #PartirEnLivre. L'ensemble des contenus est disponible en replay sur la chaîne YouTube de la manifestation et sur le site www.partir-en-livre.fr.

» Les émissions

Les locaux du CNL se sont transformés en studio d'enregistrement pour accueillir le tournage de 4 émissions, diffusées en direct sur la page Facebook de l'événement. Au micro du journaliste et animateur Raphaël Yem, 12 personnalités du monde de la littérature jeunesse se sont entretenues afin d'offrir aux internautes des rencontres thématiques riches en anecdotes sur la littérature jeunesse. Les émissions ont rencontré un vif succès, cumulant plus de 352 750 vues et 623 714 impressions.

« Des livres pour... rêver et s'évader » (08/07)

Parce que cet été tout particulièrement, nous avons besoin d'évasion et d'aventure, de voyages et de rêves, et pourquoi pas grâce aux livres ? Avec Aurélie Neyret, l'illustratrice et créatrice de l'affiche de cette 6^e édition de Partir en Livre, l'auteur et illustrateur François Place et la bibliothécaire Sonia Marcotte.

« Des livres pour... rire » (10/07)

Parce que lire c'est aussi drôle, distrayant et amusant. Et quoi de mieux que le rire, l'humour et la légèreté pour transmettre des valeurs et parler de tout aux enfants comme aux plus grands ? Avec les dessinateurs et scénaristes Emmanuel Guibert et Mathieu Sapin, et Caroline de la librairie Millepages à Vincennes.

« Des livres pour... un monde extraordinaire » (15/07)

Parce que les mondes imaginaires et extraordinaires font de la littérature de science fiction et fantasy un genre abordable à tout âge, notamment à travers les grandes sagas et les récits d'apprentissage. Avec la réalisatrice et auteure de fantasy Cassandra O'Donnell, le romancier et dramaturge Stéphane Michaka et la booktubuseuse Jeanne Seignol.

« Des livres pour... frissonner » (18/07)

Parce qu'on adore se faire peur, et qu'en livre c'est encore mieux, réveillons le Sherlock Holmes qui sommeille en chaque enfant. Avec l'auteur Bertrand Puard, le dessinateur Nicolas Pitz et la bibliothécaire Carole Le Minoux.

› Les Instalives

En complément des 4 émissions diffusées en direct sur Facebook, 4 instalives, échanges en direct diffusés sur Instagram, ont permis aux internautes d'interagir avec 11 personnalités de la littérature jeunesse. Chaque instalive a également été l'occasion de mettre en lumière un événement labellisé par le CNL, avec l'intervention en direct d'un porteur de projet depuis Lille, Bastia...

Les instagrammeurs ont été au rendez-vous de ces *lives*, chacun animé par un journaliste différent et ayant un thème dédié, avec 1 419 vues et plus de 1 857 impressions cumulées. L'instalive « C'est quoi un booktuber ? » a été le plus suivi, avec plus de 130 spectateurs simultanés.

« Héros de jeunesse » (09/07)

Parce qu'une bonne histoire de littérature jeunesse, c'est d'abord un héros ! Comme dans la série à succès *Les Légendaires* (Soleil). Ou mieux : des héroïnes, historiques... ou encore un lapin trop mignon. Avec l'auteur de bande dessinée Patrick Sobral et les auteures jeunesse Stéphanie Blake et Gwenaëlle Barussaud, animé par le présentateur Alex Goude (France Télévisions).

« Devenir citoyen » (13/07)

Les livres peuvent aider à prendre conscience du monde qui nous entoure, mais aussi qu'on peut le changer. Ou le préserver. Avec l'auteure et historienne Carole Trébor, l'auteure de jeunesse Marie Desplechin et l'auteure et illustratrice Chloé Wary, animé par la journaliste Cécile Bourgneuf (P'tit Libé).

« Des livres pour... bien grandir ! » (16/07)

Peurs, questions, découverte du monde, parfois on a du mal à trouver les bons mots pour aider les enfants à grandir. Heureusement il y a les livres ! Avec les auteures jeunesse Agnès Ledig et Brigitte Labbé, animé par la journaliste Zoé Sfez (France Culture).

« C'est quoi un booktuber ? » (17/07)

Vous voyez ces jeunes adultes qui se filment en donnant leur avis sur des livres et postent ensuite leurs vidéos sur YouTube ? C'est ça un booktuber ! La version 2.0 des critiques littéraires. Avec les booktubers Audrey (Le Souffle des mots), Jeanne Seignol (Jeannot se livre) et Lise et Matyas (Casabulle), animé par le présentateur Sébastien Thème (France5).



Instalives en direct avec Alex Goude, Stéphanie Blake, Cécile Bourgneuf, Chloé Wary, Zoé Sfez, Agnès Ledig, Sébastien Thème et Audrey du "Souffle des mots"

› Les pastilles vidéo

Des pastilles vidéo ont quotidiennement rythmé l'événement sur tous les réseaux sociaux : Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, TikTok et LinkedIn. Au fil de ces 36 formats courts (entre 45 secondes et 3 minutes) les enfants ont été amenés à :

› **Découvrir les livres de jeunesse marquants de nombreuses personnalités**, dont les auteurs Michel Bussi, Guillaume Musso ou encore Daniel Picouly, les animateurs de France Télévisions Frédérique Courtadon, Carole Gaessler, Vincent Ferniot, Anne-Marie Revol, mais aussi les personnalités publiques comme Yann Arthus-Bertrand et les acteurs Axel Auriant de la série SKAM France et Xavier Lacaille de la série *Parlement*.

S'inspirer des conseils de lectures d'enfants de leur âge, de 3 à 17 ans, amoureux des livres. Ils ont tour à tour présenté des albums jeunesse, des romans, des bandes dessinées ou encore des mangas.

Mieux comprendre les métiers du livre, avec les témoignages de professionnels. Une libraire, une bibliothécaire, une attachée de presse, l'artiste peintre Léona Rose et Sylvie Vassallo, directrice du Salon du livre et de la presse jeunesse en Seine-Saint-Denis, ont ainsi participé à l'aventure.

Découvrir des projets soutenus par le Centre national du livre prévus pendant Partir en Livre, de la Seine-Saint-Denis à la Savoie, de Lille à Rochefort ou Amiens. Des « zooms sur » ont aussi mis en avant des auteurs soutenus par le CNL, comme Younn Locard et Florent Grouazel, auteurs et dessinateurs BD lauréats du Fauve d'Or au FIBD 2020, et l'auteure et illustratrice jeunesse Emmanuelle Houdart.

› Les contenus partenaires

Grâce à un important partenariat avec France Télévisions et tout particulièrement Okoo, son offre enfants, les internautes ont pu (re)découvrir 21 contenus propres à la chaîne dont 2 pastilles vidéo de l'émission *Télématin*, 12 de « Un livre, un jour », 3 modules de « Culture Prime », 2 pastilles vidéo sur le livre jeunesse extraites de « La Grande librairie » et 2 modules du feuilleton *Yétli*.

Les internautes ont également voyagé dans le temps grâce à l'INA et le rendez-vous quotidien de son offre jeunesse, INA Kids, sur Twitter et Youtube. Au programme : des histoires avec les héros de l'ORTF des années 70 et 80 et le fameux « Roman de Renart » de Heinrich der Glichezaere.



De haut en bas : *Yétli* (France Télévisions) et *Une histoire de Madame La Pie* (INA Kids)



« Mon livre préféré » avec Léona Rose, Vincent Perniot, Yann-Arthus Bertrand et Anne-Marie Revol

LES PARCOTRUC(K)S ET LES ÉVÉNEMENTS LABELLISÉS

› Les ParcoTruc(k)s

Le Parc d'attractions littéraires programmé par le Salon du livre et de la presse jeunesse en Seine-Saint-Denis (SLPJ-93) depuis 5 ans pour Partir en Livre s'est métamorphosé cette année en ParcoTruc(k)s, formule itinérante proposant livres et activités dans tout le département.

Pendant 3 semaines, du 8 au 25 juillet, **25 000 parents et enfants** ont assisté à la tournée des ParcoTruc(k)s. 4 camions avec comédiens et animateurs ont sillonné 20 communes du département de Seine-Saint-Denis pour faire escale aux pieds des immeubles, dans les centres villes et les parcs. De plus 1 000 temps d'ateliers, de jeux littéraires et de lectures ont été proposés aux familles et aux groupes des centres de loisirs. 28 000 cahiers de vacances littéraires et ludiques, imaginés par le SLPJ-93, proposant des jeux autour de 9 héros de bande dessinée jeunesse, ont été offerts. Les enfants ont également pu repartir, grâce aux Chèques Lire du CNL, avec les BD qui ont inspiré ces cahiers, ou choisir un livre parmi les 13 000 dons d'éditeurs jeunesse. La tournée des ParcoPlages, dans 5 îles de loisirs de la région Île-de-France, et le projet « l'Été culturel des livres à soi » avec 60 bibliothèques, ont prolongé l'action des ParcoTruc(k)s pendant l'été.



Des livres offerts dans le cadre des ParcoTruc(k)s du Salon du livre et de la presse jeunesse en Seine-Saint-Denis ©SLPJ-93

› Les événements labellisés

De Grenoble à Lille, de Dijon à Montpellier, de Limoges à Mayotte, 107 projets régionaux (84 en 2019) ont été labellisés pour l'édition 2020. Ils sont soutenus financièrement par le CNL, en priorité pour recevoir et rémunérer des auteurs et illustrateurs, conformément aux tarifs recommandés par le CNL. Ils reçoivent également une dotation exceptionnelle de Chèques Lire de la part du CNL à destination de leur public.

Ces événements phares représentent à la fois la diversité des genres et de la création littéraire jeunesse mais aussi la multiplicité des formats d'animations.

- Malgré le contexte de crise sanitaire, 85 % des structures labellisées ont pu maintenir les actions prévues.
- Près de **56 % des structures labellisées ont opté pour des actions en partie ou en totalité numérique** : tutoriels vidéo, rencontres digitales avec des auteurs, lectures en ligne, feuilletons radiophoniques...
- **230 animations** ont été proposées par les structures régionales labellisées, soit 21 % de la totalité des actions inscrites en 2020 (+ 9 % par rapport à 2019).

Les événements labellisés assurent un ancrage territorial fort et le soutien du CNL à des événements d'ampleur est essentiel pour garantir la diversité et la qualité des propositions éditoriales de la fête.



Réalisation d'une fresque collective autour de l'illustratrice CHAMO ©La Minoterie, scène conventionnée Art, Enfance, Jeunesse de Dijon

FOCUS : 12 PROJETS REMARQUÉS

Parmi ces événements labellisés, 12 projets ont reçu l'appellation de « projet remarqué ». Ces projets répondent à plusieurs critères d'appréciation, dont la cohérence du projet littéraire, l'interaction des acteurs de la chaîne du livre, les actions d'éducation artistique et culturelle, l'implication des acteurs locaux (les librairies et les bibliothèques) et le rayonnement territorial du projet.



Atelier lors de "Jouons, lisons à Valenton" - © Commune de Valenton

AUVERGNE RHÔNE-ALPES

Communauté de Grenoble
« Un livre pour moi »
Ateliers - visite d'une librairie jeunesse

CORSE

Centre d'action culturelle Una Volta
« Partir en Livre à Bastia »
Ateliers numériques - tutoriels en vidéo - lectures en ligne

ILE-DE-FRANCE

Commune de Valenton
« Jouons, lisons à Valenton ! »
Lectures - projection de films - ateliers d'artistes

HAUTS-DE-FRANCE

Association Cardan
« Quartier Livres et attractions littéraires à Amiens »
Ateliers d'écriture - ateliers BD - lectures à haute voix - balade contée et parc d'attraction littéraire

Communauté de communes des campagnes de l'Artois
« Balade dans l'univers de Fanny Ducassé »
L'heure du conte - des activités manuelles - balades contées - jeux

LA RÉUNION

La Réunion des livres
« Zistoir en vavang »
Ateliers d'écriture et d'illustration avec des auteurs - lectures à voix haute

OCCITANIE

Université de Montpellier
« Littérature »
Vidéo interactive dont vous êtes le héros - concours de dessin

Les avocats du diable
« Partir en Livre 2020 »
Rencontres auteurs dans des quartiers prioritaires - lectures à voix haute

PAYS DE LA LOIRE

Le Grand R - Scène nationale de la Roche-sur-Yon
Atelier-rencontre avec une illustratrice - siestes littéraires et musicales

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

Les amis de la Roya citoyenne
« Les petits passeurs d'Humanité »
Réalisation en direct d'une exposition collective - lectures - ateliers - spectacles

Grains de lire - CRILJ
Vaucluse
« Balade en livres Côté Cours, Côté Jardins »
Lectures musicales et dessinées - ateliers poétiques individuels - dispositifs nomades - machine à poèmes

Association Éclat de lire
« Livres en vacances »
Rencontres avec des auteurs et des illustrateurs - ateliers d'écriture et d'illustration dans les quartiers prioritaires de Manosque



Lecture à haute voix par Sabine Deglise en français ou en créole
©La Réunion des Livres



► Les initiatives en France et dans le monde

Pour cette 6^e édition, malgré le contexte sanitaire et les contraintes liées, plus de 1 079 initiatives ont été proposées en France, dans les Outre-mer et à l'étranger.

Les organisateurs

567 structures (1 394 en 2019) se sont mobilisées pour proposer des animations en présentiel et/ou au format numérique. **Les médiathèques et bibliothèques**, municipales ou départementales, regroupent plus de 66 % des animations (60 % en 2019), suivies par les **associations et les collectivités territoriales** (20 %). **94 librairies** (10 %) ont organisé des événements.

Les territoires

Partir en Livre touche tous les publics partout en France. Si l'**Île-de-France** concentre plus de 21 % des actions, suivent les régions **Hauts-de-France** (14 %) et **Auvergne-Rhône Alpes** (11 %). Les dix plus grandes villes françaises rassemblent moins de 6 % des animations proposées, témoignant de l'ancrage fort de Partir en Livre dans les régions rurales, côtières et périurbaines.

Les publics

Les animations proposées par les différents organisateurs lors de cette

6^e édition se sont adressées à la fois aux jeunes lecteurs de 6 à 11 ans (60 %) et au tout public (40 %). Ce faible écart peut s'expliquer par le fait que de nombreuses structures ont adapté, en partie ou en totalité, leurs actions à des formats numériques accessibles à un plus large public.

Les animations

Avec le contexte de crise sanitaire, les animations proposées ont été dans la majorité des cas **numériques** (60%) avec des activités à faire chez soi (25%), des lectures (19%) et des ressources disponibles en ligne (16%). Ce contexte inédit a également mis en lumière de nouvelles initiatives comme le portage de livres à domicile ou le « clique et applique » qui a représenté près de 8 % des actions dans le cadre de Partir en Livre.

Les lectures d'été et les fiches d'animation

Tout au long de la manifestation, des ressources numériques accessibles gratuitement autour du livre et de la lecture ont été proposées sur le site internet de Partir en Livre :

- **Des conseils de lecture intitulés « Lectures d'été »** classés par âge et/ou par genre. Près de 300 ouvrages ont été proposés pour représenter la diversité et la créativité de la littérature jeunesse actuelle. Parmi cette sélection, 61 livres ont été choisis par le CNL, 120 bandes dessinées jeunesse par le Salon du livre et de la presse jeunesse en Seine-Saint-Denis et 106 livres par les éditeurs du Syndicat national de l'édition.
- **Des fiches d'animation** réalisées par nos partenaires pour tous les âges. Ateliers créatifs, coloriages, jeux littéraires : près de 50 fiches, adaptables à une activité à distance ou au sein du cercle familial, ont été mises à disposition des organisateurs et du public.



LA COMMUNICATION

Les actions de communication se sont fortement recentrées sur des outils digitaux - infolettres hebdomadaires, campagne digitale ciblée, visuels animés, vidéos d'annonce et de clôture - et, pour la première fois, Partir en Livre a été incarné par une marraine du monde du livre et un parrain issu des médias.

MARRAINE ET PARRAIN

Partir en Livre a été porté cette année par une marraine et un parrain pour incarner la manifestation auprès de deux cibles différentes, les enfants et les adolescents, et partager ses objectifs principaux : rendre accessible la lecture et transmettre le plaisir de lire.

> Aurélie Neyret, marraine de l'édition 2020

L'autrice et illustratrice Aurélie Neyret a dessiné l'affiche de cette 6^e édition de Partir en Livre et a accepté d'en être la marraine. L'implication de l'artiste a donné un véritable visage à la manifestation. La valorisation de son travail et de ses livres a aussi contribué à enrichir et rendre plus vivante la communication, grâce à une série de portraits vidéo diffusés sur les réseaux sociaux, sa participation à des interviews et à l'émission de lancement de la manifestation.

Son travail en bande dessinée jeunesse, dont *Les Carnets de Cerise* (6 tomes, Soleil), l'un des plus beaux succès éditoriaux de ces dernières années, a aussi permis d'inscrire Partir en Livre au sein de BD 2020, année nationale de la bande dessinée du ministère de la Culture, et de mettre en valeur la bande dessinée jeunesse, à travers des sélections de livres et d'activités.



L'auteure et illustratrice Aurélie Neyret. ©Les Beaux Yeux



› **Axel Auriant :**
un parrain France Télévisions pour #PartirEnLivre

Dans la cadre du partenariat renforcé avec France Télévisions, **Axel Auriant**, alias Lucas dans la série SKAM France de France TV Slash, a accepté d’être cette année le parrain de Partir en Livre. Il a participé à deux vidéos, l’une de *teasing* invitant les plus jeunes à participer à l’événement, la seconde présentant son livre de jeunesse préféré. Diffusée sur les réseaux sociaux de Partir en Livre, elle a réuni plus de **32 000 vues**.

LES MÉDIAS

> La presse

Le contexte particulier de cette édition a nécessité de réinventer le dispositif des relations presse ainsi que celui des partenariats médias.

L'objectif premier du dispositif média est resté le même, à savoir, donner un large écho à la manifestation et sensibiliser le grand public sur son existence et son contenu. La crise sanitaire a bien entendu eu des répercussions sur les rédactions et leur mobilisation (effectif réduit, journalistes en confinement hors de Paris...). D'un autre côté, la mise en place d'une nouvelle offre, avec un événement numérique ambitieux, a permis de renouveler l'attention des médias.

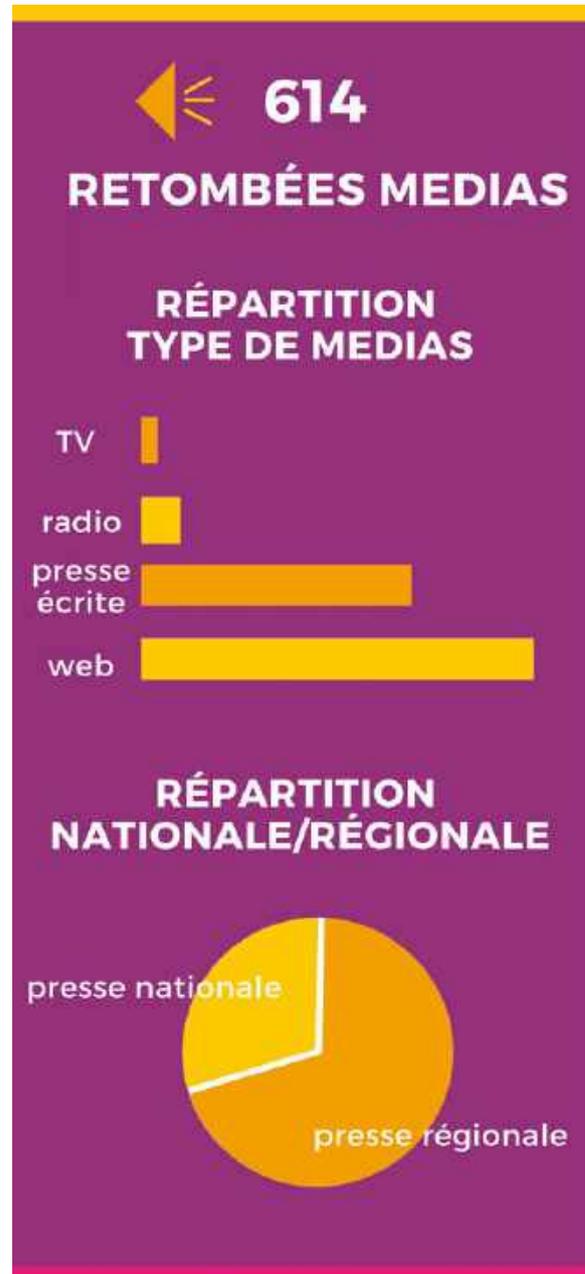
Dans un premier temps, le CNL a communiqué autour du maintien et de l'évolution au format digital de l'événement. Une seconde communication a été par la suite envoyée aux médias, donnant plus de précision sur le dispositif imaginé, révélant l'affiche officielle 2020 réalisée par Aurélie Neyret et annonçant le maintien des aides pour les événements labellisés.

Dans un troisième temps, un effort particulier a été mené sur les points suivants :

- la presse nationale avec des cibles qualitatives, celles « dont on se souvient », sur les deux axes de l'événement digital et du maintien des manifestations physiques ;
- un large spectre de relances pour la presse nationale ;
- un travail minutieux en région autour des événements labellisés qui se sont maintenus ;
- un travail par capillarité auprès de la presse régionale et locale quand cela était possible ;
- un travail sur les deux grilles audiovisuelles, annuelle et estivale.

La manifestation a généré plus de **615 citations** dans la presse nationale, régionale et locale (1 700 citations en 2019) et sur un ensemble très large et hétérogène de médias tant en presse écrite que digitale, qu'en radios et télévisions.

Cette baisse du nombre de citations s'explique par la communication resserrée qui a été menée mais également par un nombre d'événements moins important en région en raison du contexte sanitaire. Enfin, les rédactions nationales ou régionales, en effectifs réduits, se sont plus difficilement mobilisées que d'habitude.



L'ensemble des documents, communiqués et supports, comportait les logos des partenaires nationaux. La visibilité a été très importante pour les partenaires, particulièrement mis en avant lors de l'envoi des newsletters et des outils destinés à la presse ainsi qu'à travers les campagnes de communication dans les médias. Il est important de mentionner que la grande majorité des partenaires médias ont bien « joué le jeu », **tant au niveau national que régional**, en relayant la manifestation avec un contenu rédactionnel de qualité.

Un travail particulier a été mené avec France Télévisions. Le partenariat avec le groupe audiovisuel public a bénéficié d'une mise en avant unique auprès de la presse avec un communiqué de presse dédié.

> Le calendrier des actions

28 NOVEMBRE 2019

annonce des dates de la 6^e édition et lancement de l'appel à projets pour les labellisés

27 FÉVRIER 2020 diffusion du communiqué J-15 pour présenter vos projets

24 AVRIL 2020 diffusion de l'info « Partir en Livre se réinvente pour cette 6^e édition »

25 JUIN 2020 annonce du nombre d'événements PEL en région, 14 newsletters ciblées

À PARTIR DU 25 JUIN 2020 lancement des campagnes de communication dans les médias

2 JUILLET 2020

- diffusion des 14 communiqués de presse régionaux avec annonce des labellisés et un choix de référencés, ainsi que l'annonce du programme digital
- diffusion du communiqué de presse annonçant la programmation de l'événement numérique national

6 JUILLET 2020

- diffusion d'une newsletter « Partir en Livre J-2 » à la presse régionale
- diffusion d'une newsletter « Invitation au tournage » à la presse nationale parisienne

7 JUILLET 2020 diffusion d'une newsletter dédiée à France Télévisions

DU 24 JUIN AU 19 JUILLET relances de la presse nationale, régionale et locale

10 JUILLET 2020

- diffusion d'une newsletter de lancement à la presse régionale avec un lien vers l'émission de la veille
- diffusion d'une newsletter « Partir en Livre c'est parti! » à la presse nationale

17 JUILLET 2020 relance régionale dernier week-end de la manifestation PEL 2020

21 JUILLET 2020 diffusion du communiqué de presse-bilan à 3 964 contacts

Le CNL a été visible, avec plus de **180 citations dans la presse soit 30 % des articles** contre 47 % l'année dernière. Cette baisse peut s'expliquer par l'absence de conférence de presse et d'un lancement à Paris, ou tout autre moment institutionnel fort pour incarner l'institution organisatrice. Le partenariat avec Le Figaro a été bénéfique pour lancer la notoriété de la fête, à une semaine du lancement, quand la presse quotidienne nationale a délaissé la manifestation pour des sujets « plus chauds » : coronavirus, plan de relance et remaniement ministériel.



Un bébé lecteur et l'arbre à livre au festival Embarquement immédiat - Yourtes en scène à la Réunion ©Muriel Enrico

› Le dispositif national

Les communiqués ont rythmé les grandes étapes du déploiement de Partir en Livre dans la presse. Au niveau national, **6 communiqués nationaux** ont été envoyés par le CNL et l'agence de presse. Nous pouvons noter cette année une attention particulière des radios portée à Partir en Livre (France Inter, France Culture, France Bleu, RTL, RFI...). Une offre culturelle moindre pendant l'été explique cette attention accrue. Le livre a pu retrouver une place de choix à l'antenne.



› Le dispositif régional

Au total, **14 communiqués ciblés** ont été envoyés dès le 2 juillet aux médias régionaux et locaux, chacun présentant des contenus adaptés et une sélection d'événements locaux. La presse régionale et locale a très bien relayé la manifestation, malgré une baisse conséquente du nombre d'événements référencés, preuve de l'implantation sur l'ensemble du territoire de Partir en Livre.



> Les partenariats médias

LE FIGARO

nouveau partenariat 2020

Cible: grand public et décideurs

REDACTIONNEL

En amont : deux articles dans le Figaro Littéraire
Relais sur les réseaux sociaux du Figaro : twitter et FB figaro.fr/culture

PROMOTION

Dispositif promotionnel en achat d'espace et relai sur les réseaux sociaux via du crossposting

PRINT ET DIGITAL

- ¼ page dans Figaro littéraire le 25 juin diffusé à 246 467 exemplaires (OJD) / 1 943 000 lecteurs
- ¼ page dans Figaro Et Vous le 6 juillet diffusé à 305 701 exemplaires (OJD) / 1 526 000 lecteurs
- exclu jour interstitiel en ouverture d'appli Mobil + tablette : 490 513 PAP pour 3 917 clics
- fil rouge : Format liés IAB du 1^{er} au 19 juillet, 500 000 PAP pour 206 clics et 350 000 PAP pour 151 clics tutoriels en vidéo - lectures en ligne

20 MINUTES

nouveau partenariat 2020

Cible: grand public

- 1/4 de page - Édition Paris IDF Parution à définir (possible jusqu'au 10 juillet)
- pavé 300x250 full site - desktop + site mobile
- post Facebook en dark- vidéo sous-titrée soumise à validation
- pavé 300x250 full site - desktop et site mobile/ 300 000 impressions

TÉLÉRAMA

nouveau partenariat 2020

Cible: public prescripteur

- visibilité via une insertion dans Télérama national
- visibilité via une annonce de l'événement sur le site Télérama
- visibilité via le dispositif digital POLAR sur smartphone

Audience print : 546 430
Exemplaires par insertion/2 506 000
Personnes par insertion
Audience web : 7 452 962 Visites
Dispositif POLAR : 266 671 espaces publicitaires ont été affichés/47 visiteurs ont cliqué sur le visuel/taux de clic : 0,19 % (très satisfaisant selon Télérama)

CITIZEN KID

nouveau partenariat 2020

Cible: public familial

- campagne de communication comprenant un mix de bannières web sur les 12 sites web de

- Citizen Kid (12 villes couvertes)
- newsletter aux 200 000 familles abonnées
- jeu concours à destination des abonnés des 12 villes
 - relai sur twitter et Facebook
 - emailing la veille du lancement de la fête avec des recommandations de sorties par villes

PARTENARIAT ÉDITORIAL

dossier éditorial en ligne 1 mois avant sur les 12 villes, mise en avant dans la newsletter des 200 000 familles abonnés la semaine du lancement et mise en avant sur la page d'accueil sur les 12 villes. Newsletter de lancement le 8 juillet : 18 % d'ouverture

PARTENARIAT PROMOTION NATIONAL

jeu concours en amont 5 030 participants contre 4 937 participants en 2019 (en moyenne 4 000 participants) : meilleur résultat du mois. Un post national Twitter le 6 juillet et un post le 8 juillet sur Facebook 54 000 abonnés, Tweets et retweets auprès de 5 600 followers, une Story Instagram auprès de leur 3 600 abonnés.

CAMPAGNE DISPLAY

900 000 impressions totales/960 clics. Campagne Emailing : 52 215 envois/Taux d'ouverture 15 % et Taux de clic : 5,7 %

FRANCE BLEU

partenariat renforcé en 2020

Cible: grand public et public en régions

- conseils de lectures jeunesse à l'antenne du 10 au 21 juillet pour mettre en valeur les bibliographies BNF et SNE
- 3 messages d'autopromotion par jour diffusés du mercredi 9 juillet au dimanche 12 juillet 2020
- annonce de l'événement sur le site de France Bleu via une page dédiée
- relai sur les réseaux sociaux de la chaîne
- conseils de lectures réalisés par des libraires indépendants et valorisés sur le site de France Bleu

Audience web : 14 229 652 visites
Audience chaîne : 6^e radio (6,8 % d'audience cumulée plus de 3,7 millions d'auditeurs chaque jour

FRANCE TÉLÉVISIONS

partenariat renforcé en 2020

Cible: grand public et public jeunesse

France Télévisions a réellement co-construit le dispositif numérique inédit qui a été développé en proposant de nombreux contenus

De nombreux journalistes et animateurs de France Télévisions

ont participé à #PartirEnLivre en animant certaines émissions : Raphaël Yem, animateur officiant actuellement sur France 3 Paris-Île-de-France et France Ô, Alex Goude, Sébastien Thème. Frédérique Courtaodon, Vincent Ferniot, Carole Gaessler, Xavier Lacaille, Marie-Sophie Lacarrau, Daniel Picouly et Anne-Marie Revol ont proposé de très belles pastilles vidéo pour présenter leur livre de jeunesse favori.

21 Contenus propres à France Télévisions (contenus en ligne jusqu'au 20 juillet)

- 2 pastilles vidéo de Télématin
- 12 « Un livre, un jour »
- 3 modules de « Culture Prime »
- 2 pastilles vidéo sur le livre jeunesse de « La Grande librairie »
- 2 modules de Yétili

Accord promotionnel France Télévisions

- diffusion d'un spot de promotion de l'événement sur les chaînes France 3, France 2 et France Ô une semaine en amont de l'événement et pendant l'événement
- visibilité via un habillage aux couleurs de la Fête sur les deux sites web de France TV
- jeu concours (en attente des données)
- nouveauté : participation de France TV au dispositif digital.

Bilan : chiffres 2019 source France TV

France 2 : 13,9% (vs 13,5% en 2018)
France 3 : 9,3%
France 5 : 3,6%
France 4 : 8,2% de PdA sur les -15 ans
France Ô : 0,3%
Franceinfo (canal 27 et numérique) : 0,5%

- 5,1 millions d'enfants (soit 2 enfants sur 3) ont été en contact avec au moins un programme jeunesse, dorénavant disponible sur Okoo.
- Plus de 100 millions de vidéos vues chaque mois sur france.tv.
- En 2019, près de 21 millions de visiteurs chaque mois sur la plateforme franceinfo.

LE P'TIT LIBÉ

partenariat renforcé en 2020

Cible: grand public et public jeunesse

- visibilité via le bandeau de Une de Libération du 8 juillet
- visibilité pendant 3 semaines via un visuel interstitiel sur l'application Libération
- insertion web sur le site de Libération les week-ends du 6/7 juillet et 13/14 juillet 2019
- participation d'une journaliste du P'tit Libé à un instalive autour de la question de la citoyenneté

Audience web : 18 034 690 Visites
Audience print : 97 913 Exemplaires

(OJD) / 961 000 Personnes

LA CROIX

partenariat renforcé en 2020

Cible: grand public

- visibilité via le bandeau de Une de l'édition papier du 8 juillet
- audience print : 100 888 exemplaires (OJD)/548 000 personnes

LIRE/LE MAGAZINE LITTÉRAIRE

PRINT

Article publié le 25 juin diffusion du magazine à 100 000 exemplaires (2 mois en Kiosque)

DIGITAL

- soutien quotidien à partir du 2 juillet jusqu'au 20 juillet : 20 publications tous réseaux confondus
- 4 vidéos diffusées/crosspostées en live à 16h / 1 000 minutes vues en moyenne par vidéo sur la page Lire
- 6 publications partagées / +100 interactions/publications en moyenne
- rendez-vous et émissions du 8 au 15 juillet relayés sur Twitter / 50 000 impressions sur le compte
- rendez-vous et émissions à ne pas manquer relayés en stories sur Instagram / 1 800 vues en moyenne par post

LOOPSIDER

nouveau partenariat en 2020

ACCORD: une vidéo promotionnelle de l'événement publiée la veille du lancement.

VUES: près de 54 000 vues sur la page Facebook de Loopsider

AUDIENCE: Une audience principalement féminine avec une pyramide des âges équilibrée et une répartition homogène sur le territoire (pas de sur-représentation)

ENGAGEMENT: presque 3K réactions au total, 100% positives

LE SITE INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

> Le site

En 2020, la page d'accueil du site internet (www.partir-en-livre.fr) a été pensée de manière plus évolutive, afin d'améliorer l'expérience utilisateur et la navigation des internautes, tout en affichant les couleurs de cette nouvelle édition.

Du 23 avril au 25 juillet, plus de **58k sessions de visite** ont été ouvertes sur le site, en légère baisse par rapport à 2019. Néanmoins près de **100k visiteurs** ont été enregistrés, dont près de **43k nouveaux**, et la durée moyenne des sessions (02:05 minutes) a augmentée de **14,73 %** par rapport à l'an passé.

Comme en 2019, la carte interactive reste la page la plus fréquentée (13k visites) après la page d'accueil (53k visites).

10 newsletters ont été envoyées entre le 3 juin et le 21 juillet à **5 238 destinataires** (abonnés et organisateurs, soit + 1 000 abonnés par rapport à 2019) avec un taux moyen d'ouverture de **20 %**.



Des enfants acteurs lecteurs accessoirisant leurs lectures ©La Réunion des Livres

> Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont représenté, encore plus particulièrement cette année, une part essentielle de la communication de l'événement. Les communautés ont fortement progressé, en visibilité comme en trafic, avec un total de plus de **15 millions d'impressions** du mot-dièse #PartirEnLivre, soit une **augmentation de 66 %** par rapport à l'an passé.

Chaque réseau social (Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, TikTok, LinkedIn) a pu couvrir l'ensemble de la programmation digitale, avec des contenus dédiés aux différentes plateformes et à des cibles privilégiées.

Les relais des publications et des stories (programme du jour, rappel de l'émission et/ou de l'instalive) ont permis de faire circuler les internautes d'un réseau social à l'autre, leur permettant ainsi d'accéder à l'intégralité des contenus mis en ligne. Ce procédé a également permis de d'accroître le nombre d'abonnés, tout réseau social confondu, avec une belle progression (**+ 40,7 %** par rapport à 2019) pour Instagram.

Afin de développer sa communauté numérique, Partir en Livre a aussi investi le réseau social TikTok, plébiscité par les adolescents. Les contenus publiés sur cette plateforme ont recueilli près d'**un millier d'impressions** pendant la manifestation.

En plus de la programmation digitale propre à Partir en Livre, Twitter et Instagram stories ont été des bons relais de communication et de valorisation des initiatives des partenaires et des organisateurs d'événements. Ils ont ainsi été mis en avant pendant la manifestation sur les réseaux sociaux de Partir en Livre, grâce au le partage de leurs publications.



Raphäl Yem au CNL ©Les Beaux Yeux



Le romancier et dramaturge Stéphane Michaka et la réalisatrice et auteure de fantasy Cassandra O'Donnell au micro de BFMTV au CNL ©Les Beaux Yeux

LES PARTENAIRES

Le soutien et l'implication des partenaires ont été très importants cette année. Si les actions événementielles ont été annulées pour des raisons de sécurité sanitaire, les relais de communication et les appuis financiers se sont largement amplifiés.

L'ENGAGEMENT DES PARTENAIRES

Partir en Livre bénéficie depuis sa création de l'appui de partenaires variés, regroupant des fondations, des associations, des entreprises privées et des médias, sensibles aux missions d'utilité publique de l'événement.

Partir en Livre bénéficie depuis sa création de l'appui de partenaires variés, regroupant des fondations, des associations, des entreprises privées et des médias, sensibles aux missions d'utilité publique de l'événement.

Cette 6^e édition a réuni le soutien de 35 partenaires, parmi lesquels 15 partenaires nationaux et 20 partenaires web. Cette année, 5 structures ont rejoint l'aventure Partir en Livre : Le Figaro, Lire Magazine, 20 minutes, Loopsider et INA Kids.

Chacun des partenaires a œuvré à la visibilité de la fête et à la réussite de l'événement, mais aussi à l'irrigation et à l'animation locale, à l'achat de Chèques Lire et à la mise à disposition d'outils numériques.

- **Un soutien financier**

- sponsoring et mécénat
- financement de Chèques Lire offerts aux participants

- **Un soutien logistique**

- contribution à la programmation digitale de la manifestation
- proposition d'actions numériques
- mise à disposition gratuite d'outils digitaux

- **Un soutien en communication**

- relais multicanaux de la manifestation au plan national
- relais de la manifestation en interne et à l'échelle locale
- inscription de Partir en Livre au sein d'actions et de campagnes nationales

LES CHÈQUES LIRE

Grâce au soutien financier du Centre national du livre (CNL) et de ses partenaires, dont le Groupe Up, plus de **17 000 Chèques Lire (+ 10 000 par rapport à 2019)** ont été offerts aux enfants et jeunes participants aux actions prévues partout en France et outremer.

La diffusion de Chèques Lire répond à plusieurs des objectifs de la fête :

- soutenir la chaîne du livre : les enfants pouvant acquérir le livre de leur choix auprès des libraires partenaires
- toucher les publics les plus éloignés du livre, ceux qui ne vont pas en librairie

- laisser les enfants choisir leur lecture en toute liberté et développer un rapport décomplexé, responsable et positif à la lecture



france.

► Focus : les relais des partenaires

Sur leurs supports de communication et leurs réseaux sociaux, les éditeurs partenaires ont grandement participé à la visibilité et à la renommée de la manifestation nationale : entre le 8 et le 19 juillet 2020, plus de 150 publications et stories ont été publiées sur les réseaux sociaux des partenaires de Partir en Livre.

Partir en Livre s'est inscrit parmi plusieurs actions et campagnes d'ampleur menées par les partenaires à l'échelle nationale, parmi lesquelles :

- l'opération #MonLivreDeLété de France Télévisions
- le projet digital « Mes vacances à la maison » de la CNAF qui a réuni plus de 900 000 vues de mars à juillet sur son site monenfant.fr
- les relais de la Fondation Orange sur lecteurs.com qui accueille 200 000 lecteurs
- le programme estival de la chaîne Ina Kids

Tournage de l'émission « Des livres pour... frissonner »
au CNL avec Bertrand Puard, Nicolas Pitz et Raphaël Yem ©Les Beaux Yeux

RENDEZ-VOUS EN JUILLET 2021 !

La redéfinition de Partir en Livre a permis de promouvoir des solutions digitales innovantes qui ont trouvé un large écho auprès du public. Le succès de cette édition exceptionnelle, tant sur les réseaux sociaux que lors d'événements organisés sur l'ensemble du territoire, conforte Partir en Livre comme le rendez-vous incontournable du livre jeunesse en plein cœur de l'été.

Le bouquet d'animations digitales inédites, proposé par le CNL du 8 au 19 juillet, a donné la parole à ceux qui font la littérature jeunesse pour transmettre aux plus jeunes le plaisir de lire. Sa réussite confirme l'ambition de la manifestation de valoriser une programmation variée et ludique, adaptée aux pratiques d'aujourd'hui pour favoriser autrement l'accès au livre et à la lecture.

La valorisation des initiatives locales proposées partout en France et des ressources accessibles en ligne a permis de maintenir l'accès à des actions autour du livre jeunesse dans un contexte sanitaire très contraint. Le soutien fort apporté à la filière du livre, grâce au maintien des aides du CNL aux événements labellisés et à une opération Chèques Lire de grande ampleur, a aussi été l'un des axes majeurs de cette édition 2020 de Partir en Livre.

Si la redéfinition de la manifestation a été d'abord pensée dans le cadre exceptionnel de la crise sanitaire et économique, elle a aussi ouvert de nouvelles perspectives. L'édition 2021 se dessinera à l'aune de ces nouvelles ambitions pour susciter des initiatives innovantes et une programmation ambitieuse vouées à ancrer encore davantage la notoriété de la manifestation et conquérir un large public sur l'ensemble du territoire et au-delà.

« Cette année, compte tenu du contexte de pandémie, le festival sera numérique. C'est une première. [...] L'objectif du festival n'est pas d'emmener les gens là où sont les livres mais d'emmener le livre là où sont les gens. C'est-à-dire sur les plages, dans les campings, dans les piscines... Partir en Livre déconfiner le livre jeunesse. »

Vincent Monadé, président du Centre national du livre
entretien dans Le Figaro, le 9 juillet 2020



Atelier de dessin Yourtes en scène ©Muriel Enrico

Rendez-vous en 2021 !

Pour avoir toutes les informations sur Partir en Livre :
www.partir-en-livre.fr et contact@partir-en-livre.fr

Suivez l'actualité de Partir en Livre sur les réseaux sociaux
[@partirenlivre](#) et [#partirenlivre](#)

