

PARTIE IV

ACTIONS D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

Sur les 97 structures ayant répondu au questionnaire, **36** structures mettent en place des actions d'éducation aux médias et à l'information (EMI), soit plus du tiers *

** Le choix ayant été fait d'adresser le questionnaire aux structures culturelles actives dans le domaine de l'éducation à l'image, ce résultat traduit la part d'entre elles qui font AUSSI de l'EMI. Il n'est donc pas représentatif de l'ensemble des structures œuvrant dans ce domaine en région qui est beaucoup plus large (structures du champ social, socio-culturel, réseaux d'éducation populaire, médiathèques...).*

Sur la méthode de comptage du nombre d'actions
→ Voir note « actions d'éducation aux images ».

Chiffres clefs

Année scolaire 2018-2019 (année repère)	Année scolaire 2019-2020 (1 ^{re} vague Covid)
410 actions mises en place*	314 actions mises en place* soit -23,4 % par rapport à l'année précédente
9 355 personnes touchées*	7 192 personnes touchées **
2 883 heures d'interventions	1 856 heures d'interventions *** soit -35,6% par rapport à l'année précédente

* NB : 21 réponses exploitables sur 36

** NB : 20 réponses exploitables sur 36

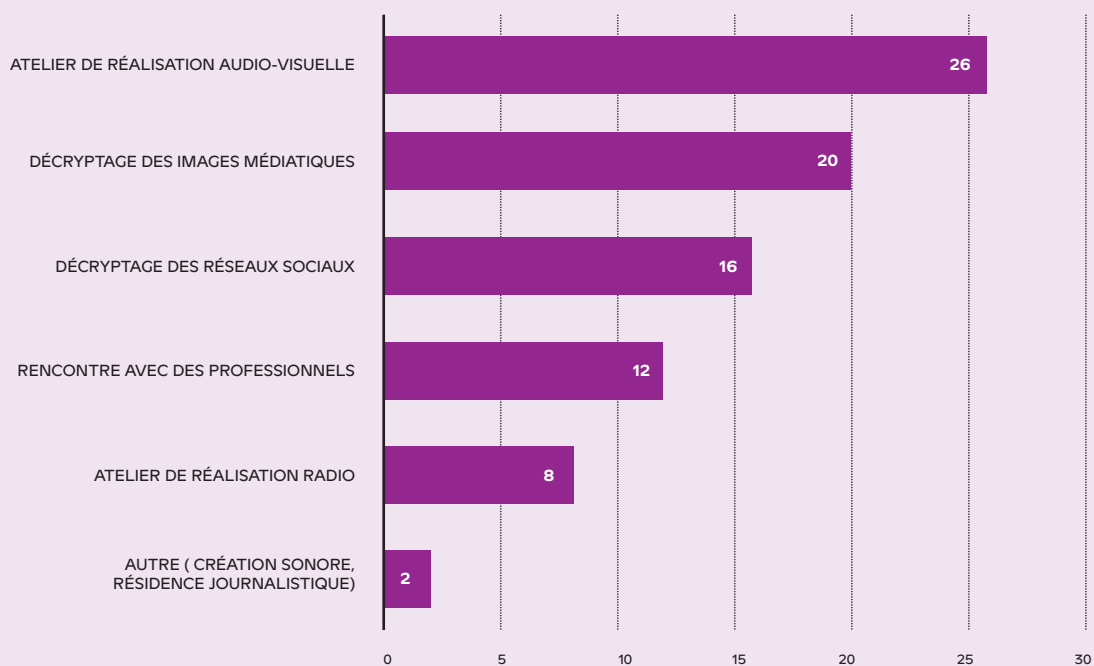
* NB : 20 réponses exploitables sur 36

** NB : 17 réponses exploitables sur 36

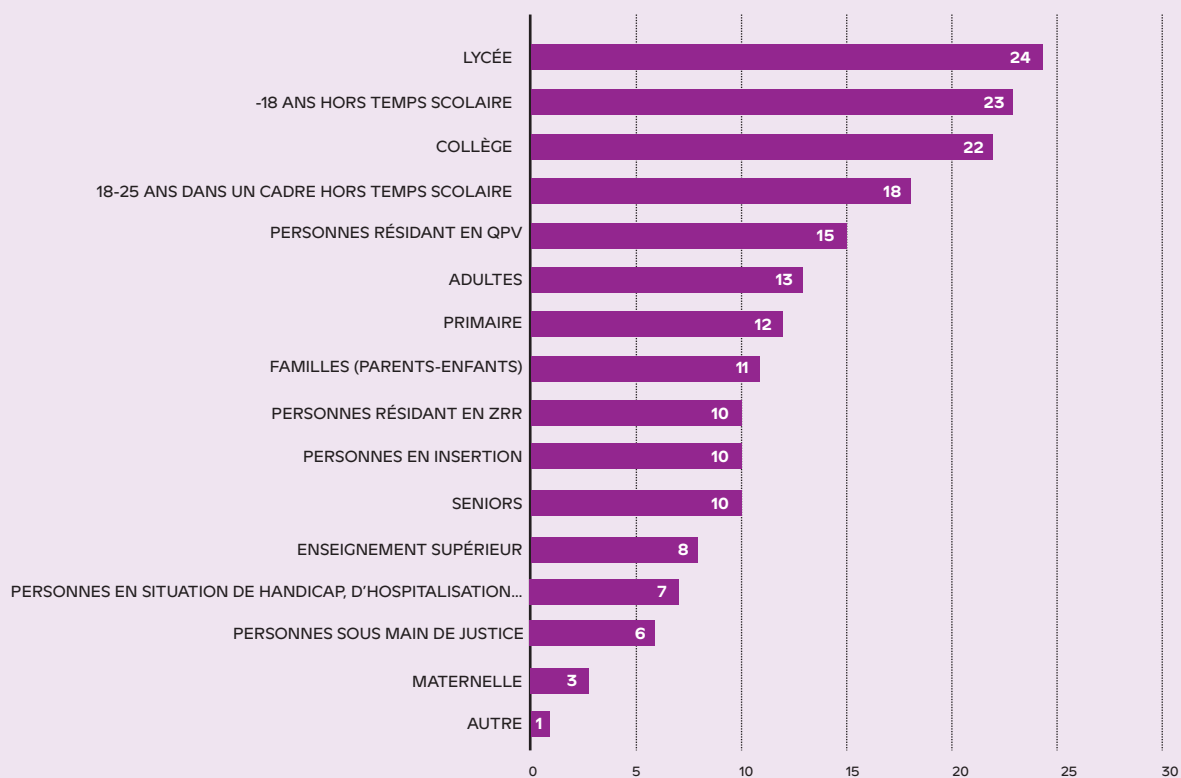
***NB : 15 réponses exploitables sur 36



Profils d'actions EMI

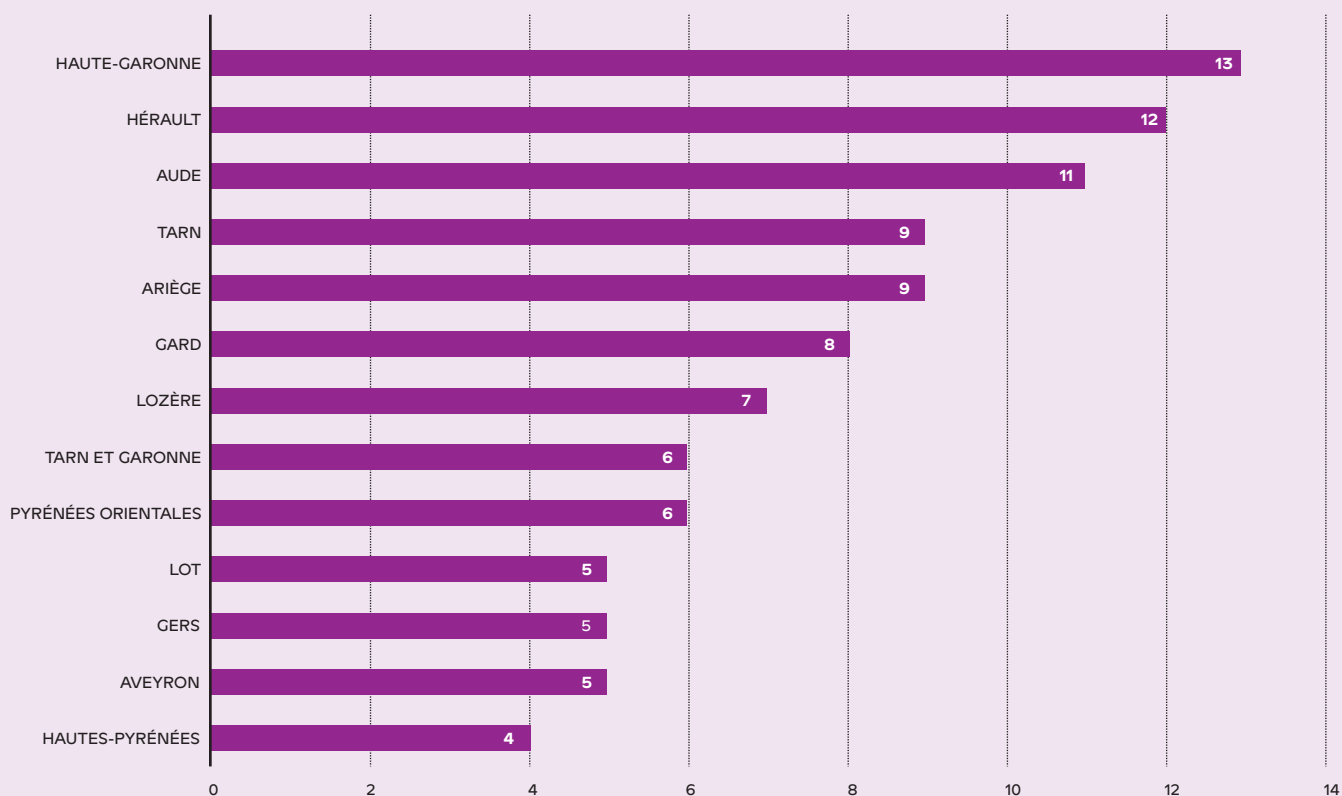


Types de publics des actions d'EMI



NB : 34 réponses exploitables sur 36

Rayonnement géographique des actions EMI



NB : 34 réponses exploitables sur 36

Les trois diagrammes ci-dessus sont exprimés en nombre de structures mettant en œuvre ou étant en capacité de mettre en œuvre ces actions, avec ces publics, sur ces départements