



Elaborer sa programmation culturelle

Enjeux stratégiques, droits, savoir-faire

Objectifs :

Donner du sens : Inscrire l'action culturelle au cœur des missions de la médiathèque et l'aligner avec le projet de l'établissement et les besoins de son territoire.

Maîtriser la méthodologie : Acquérir une méthode de travail structurée, de l'émergence de l'idée jusqu'à la rédaction de la fiche projet et la construction d'un rétroplanning efficace.

Sécuriser les pratiques : Anticiper et gérer les contraintes logistiques, budgétaires et juridiques spécifiques à l'accueil d'intervenants et de publics (droits d'auteur, contrats, sécurité).

Valoriser et mesurer : Développer des stratégies de communication ciblées pour toucher les publics et savoir évaluer l'impact des animations proposées.

Principaux contenus

- **Le diagnostic territorial et les enjeux stratégiques** : L'analyse des publics (et non-publics) du territoire pour ancrer la programmation dans le projet global de la médiathèque.
- **La diversification des formats et des cibles** : L'exploration de multiples formes d'animation (ateliers, rencontres, spectacles) et leur adaptation aux différents âges et profils d'utilisateurs.
- **La gestion administrative** : La boîte à outils essentielle pour piloter le calendrier, le budget, la sécurité des espaces et le cadre juridique (contrats, droits d'auteur type SACEM ou Sofia).
- **La communication et les indicateurs d'impact** : Les canaux de communication pour valoriser les événements et des critères d'évaluation pour analyser la réussite d'une action.



FAB'DESIGN



Elaborer sa programmation culturelle

Enjeux stratégiques, droits, savoir-faire

Contenu prévisionnel :

1. Les fondements et les enjeux de l'action culturelle en bibliothèque

- **Les enjeux** : la place de l'action culturelle en médiathèque. Valoriser ses collections/ fonds documentaire grâce à l'animation
- **Etat des lieux** : Connaître son territoire, ses publics (et non-publics).
- **Le cadre** : Politique documentaire, budget global et budget propre, horaires des animations (gestion des heures supplémentaires ?)

2. De l'idée au projet : Méthodologie et formats

La typologie des formats :

- Animations classiques (ex : contes, exposition, spectacle, lectures de texte, rencontres scientifiques, accueil d'auteur, ateliers créatifs, d'écriture, clubs de lecture, formes hybrides/numériques, hors les murs...)
- Participation à un événements (ex : salon du livre, Fête du conte, Fête de la nature, Festival arts de rue...)

3. Construire son calendrier, anticiper les besoins et gérer la logistique

- **La temporalité** : Temps forts, régularité, transversalité (liens avec l'actu ou les prix littéraires)
- **La boîte à outils réglementaire** : Droits d'auteur (SACEM, Sofia), contrats, rémunération des intervenants
- **Logistique** : Aménagement des espaces de la médiathèque, sécurité, normes ERP

4. Communiquer sur ses actions et évaluer sa programmation

- **Communication** : Stratégie 360° (print, web, portail-newsletters-site, réseaux sociaux, partenariats locaux, plaquette ou agenda papier, publics ambassadeur/ partenaires hors-les-murs)
 - être visible et cohérent
 - plan média
- Évaluation qualitative et quantitative : Indicateurs (fréquentation, mixité,

FAB'DESIGN