

Charte d'action culturelle

Préambule

La ville de Faches Thumesnil place au cœur de ses priorités l'action culturelle.

La médiathèque Marguerite Yourcenar, qui est un des acteurs principaux de la politique culturelle de la Ville, met en lien ses actions culturelles avec ses collections, le développement de celles-ci, et ses publics.

La présente charte a pour objet de définir le cadre des animations de la médiathèque, en en fixant les objectifs, les missions et les moyens.

Elle a aussi pour objectif de donner des repères visibles aux usagers et aux partenaires.

La charte offre une traduction des missions générales de la médiathèque en termes d'actions culturelles et constitue un document de référence.

1 – La médiathèque Marguerite Yourcenar

La médiathèque Marguerite Yourcenar, inaugurée en 1989, s'inscrit dans la vie culturelle de la Ville et de la Métropole.

Elle se conçoit comme lieu de vie et de culture.

Elle met à disposition des usagers une offre documentaire dite de « culture générale », permettant une ouverture sur le monde contemporain, l'actualité, l'apprentissage tout au long de la vie, les loisirs et la culture.

La médiathèque mène une réflexion constante sur sa politique culturelle, en prenant en compte la population et le territoire à desservir, ainsi que le contexte économique, social et culturel.

2 – Missions

L'action culturelle :

- diffuse et met en valeur la diversité et la richesse des collections de la médiathèque
- contribue à la découverte, l'enrichissement personnel, la rencontre, les loisirs et l'apprentissage
- donne les moyens de comprendre le monde et de réfléchir à ses enjeux actuels et futurs
- organise la transmission des œuvres, du savoir et des idées en créant du lien entre ces différents domaines, les différents modes d'expression et les publics
- ambitionne de fidéliser les publics, mais aussi d'en conquérir de nouveaux, notamment les publics peu familiers des bibliothèques, dans un esprit d'ouverture à tous

La politique d'animation de la médiathèque est une politique coordonnée et concertée avec les différents partenaires.

La médiathèque n'a pas pour vocation d'accueillir des spectacles de grande diffusion, dédiés aux scènes et équipements spécialisés de la Ville et de la Métropole.

L'action culturelle fait l'objet d'un budget annuel, spécifique à l'action culturelle, et à la hauteur des ambitions

exprimées par la tutelle.

Elle peut bénéficier de subventions et ressources provenant d'institutions et d'organismes extérieurs.

3 – Objectifs

L'action culturelle :

- coordonne les animations et fait l'objet d'une programmation régulière et événementielle.
- développe toutes les formes d'actions culturelles, pédagogiques, d'apprentissage et de loisir en lien avec les collections : expositions, concerts, spectacles vivants, conférences, rencontres littéraires et artistiques, projections, ateliers, comités,...
- participe aux initiatives, projets ou événements locaux, nationaux ou internationaux
- s'inscrit dans les nouvelles pratiques sociales en proposant une démarche contributive de partage des savoirs, savoir-faire et compétences entre usagers
- propose aux publics des rendez-vous lui permettant l'expérimentation de savoir-faire, et l'acquisition d'une expérience, d'une pratique ou d'un art (workshops, DIY, ateliers...)
- développe les partenariats au niveau de la programmation, des financements et de la mise en œuvre. Les partenariats sont envisagés tant au niveau local que national, auprès de structures, institutions et associations culturelles et/ou sociales variées et d'établissements d'enseignement.

Chaque partenariat est formalisé par la voix d'une fiche action, et contractualisé.

La médiathèque se réserve le droit de refuser des actions où elle serait considérée comme simple structure d'accueil et non comme partenaire d'un projet défini.

De même, elle ne pourra accepter toute proposition de projet culturel qui ne serait pas en lien avec sa politique culturelle, ou toute manifestation à caractère prosélyte religieux et politique.

- développe les actions pédagogiques à destinations des scolaires, en lien avec les établissements et les enseignants.

4 – Communication

La programmation fait l'objet d'une communication adaptée, en collaboration avec le service Communication de la Ville.

Elle multiplie les supports afin de toucher les différents publics.

5 – Évaluation

Afin de mieux connaître les publics et de répondre à leurs attentes, les manifestations sont évaluées grâce à des indicateurs:

- quantitatifs de fréquentation (questionnaires, enquêtes)
- qualitatifs (conditions d'élaboration, réception par le public, éventuels problèmes rencontrés etc...)

Chaque manifestation fait l'objet d'un bilan interne.