



# **PLAN de communication**

des Médiathèques  
du Pays de Nemours

Le plan de communication est un outil stratégique qui permet de définir les actions de communication de la Communauté de Communes du Pays de Nemours pour les Médiathèques afin d'atteindre ses objectifs de manière cohérente et efficace. Dans le cas des Médiathèques du Pays de Nemours, il s'agit de promouvoir ses services, d'attirer de nouveaux publics, de renforcer sa visibilité et de mieux interagir avec les usagers.

# 1

# CONTEXTE ET ANALYSE DE LA SITUATION

## 1.1 Contexte interne

### PRÉSENTATION DES MÉDIATHÈQUES DU PAYS DE NEMOURS

Suite à la prise de compétence par la Communauté de Communes du Pays de Nemours (CCPN) en 2019 et à l'attribution de la première tranche de la Dotation Générale de Décentralisation (DGD), la volonté de la CCPN est de mettre en place un service de lecture publique de grande qualité sur le territoire et qu'il prenne la forme d'un service public de proximité.

La Communauté de Communes du Pays de Nemours s'est engagée dans une stratégie culturelle globale qui doit avoir un rayonnement incontournable pour tous les publics et particulièrement les personnes éloignées de l'offre de lecture publique et culturelle.

Le réseau des Médiathèques du Pays de Nemours se compose de plusieurs équipements, dont les caractéristiques sont les suivantes :

- Une bibliothèque, future médiathèque tête de réseau basée au centre-ville de la commune de Nemours.
- 5 établissements de proximité basés à Amponville, Buthiers, Faÿ-lès-Nemours, Moncourt-Fromoville, Villiers-Sous-Grez.

### ACTIONS DE COMMUNICATION PASSÉES

Depuis 2019 date de la création du réseau informatif des Médiathèques du Pays de Nemours, la volonté a toujours été de communiquer et de diffuser les informations relatives au réseau.

Cette mise en réseau a permis également de mettre en place le portail des médiathèques. Il était sur une configuration de type 1 par conséquent sans identité visuelle et des fonctionnalités limitées.

Le catalogue de la bibliothèque de Nemours a rejoint celui existant de la Communauté de Communes du Pays de Nemours en novembre 2023.

Ceci a permis de démarrer le travail de réflexion pour constituer le dossier du portail des Médiathèques du Pays de Nemours.

Le 21 septembre 2024, le portail des Médiathèques du Pays de Nemours a été inauguré.

Pour ce faire, un comité de pilotage a été constitué d'une cheffe de projet, des agents de la bibliothèque de Nemours, des agents du service communication, des élus et une validation régulière accompagnée par la Direction générale.

Aujourd'hui ce portail est représentatif de la dynamique des Médiathèques du Pays de Nemours.

- Des contenus : acquisition, animation, horaires, services offerts
- Une charte graphique pour le service de lecture publique de la CCPN
- Une carte unique avec un visuel identifiable
- La gratuité pour les Médiathèques du Pays de Nemours

La Communauté de Communes du Pays de Nemours a signé une convention de prestation de services avec le service communication de la commune de Nemours qui apporte conseils et expertise.

Un agent de la bibliothèque de Nemours, médiathèque ressource, prend en charge le suivi des contenus du portail des médiathèques du Pays de Nemours et les créations « supports » papier.

### CIBLES PRINCIPALES

Les publics visés sont : (liste non exhaustive)

- les familles,
- les jeunes,

- les étudiants,
- les seniors,
- les publics en situation de handicap,
- les scolaires,
- les adhérents des médiathèques,
- les partenaires institutionnels et associatifs.

## 1.2 Analyse externe

**Environnement concurrentiel** : il n'y a pas à proprement parlé de concurrence directe sur le territoire. Cependant, il faut rester attentifs à diffuser uniquement ce qui concerne la programmation des Médiathèques du Pays de Nemours.

**Tendances et opportunités** : il est important d'être vigilants aux évolutions des circuits de communication notamment ceux des réseaux sociaux et les relais effectués par les partenaires (ex : Office du Tourisme).

## 1.3 Forces et faiblesses

### FORCES

- Les Médiathèques du Pays de Nemours ont des initiatives d'actions culturelles en lien avec la lecture publique qui peuvent être des initiatives d'animation locale : programmation propre à chaque médiathèque et sur le budget de la collectivité.
- Des animations itinérantes, un même événement se déroule successivement dans différentes médiathèques ou sur le territoire.
- Des animations globales, chaque médiathèque réalise, sur la durée totale d'une manifestation, une partie de la programmation.

### ACTIONS RÉALISÉES

- Des balades poétiques.
- Le mois de la petite enfance, programmé initialement en juin à la bibliothèque de Nemours a été proposé à l'ensemble des Médiathèques du Pays de Nemours.

Depuis juin 2022 des actions se déclinent sur un programme commun et concerté.

Cette action est amplifiée et valorisée par des interventions artistiques (auteurs petite enfance, exposition ...) pour les années à venir et sera un axe prioritaire : l'accès au livre et à la lecture par l'oralité pour le tout-petit.

La cible sera à la fois les enfants et les adultes (professionnels, formations ...).

Toutes les actions culturelles proposées depuis 2022 sont coconstruites avec les équipes des Médiathèques du Pays de Nemours.

### LES ACTIONS PROPOSÉES DEPUIS 2022

- Janvier *Les nuits de la lecture* et *Le Coquelicot Noir*, salon du livre de la Ville de Nemours
- Mars *Le Printemps des Poètes* (déambulation, atelier d'écriture), concours de poésie
- Juin *Mois du livre et du tout petit*. Le mois du livre et du tout petit porté par la ville de Nemours est décliné à l'échelle du territoire (expositions, auteurs, ateliers et conférence)
- Octobre *Fête de la science*

### FAIBLESSES

Ont très vite été identifiées : manque de visibilité, manque de ressources pour certains publics, accès limité aux services numériques et manque de compétences et moyens humains.

# 2

## OBJECTIFS DE COMMUNICATION

### OBJECTIF PRINCIPAL

Accroître la fréquentation des Médiathèques du Pays de Nemours et l'utilisation de ses services de 30 % d'ici un an.

### OBJECTIFS SECONDAIRES

Augmenter la visibilité des Médiathèques du Pays de Nemours sur le territoire et au-delà. (Rayonnement)

- Promouvoir la programmation culturelle des Médiathèques du Pays de Nemours.
- Renforcer l'engagement en ligne sur les réseaux sociaux
- Améliorer la communication autour des ressources numériques et des services à distance.

# 3

## PUBLICS CIBLES

Les différents groupes d'utilisateurs et de partenaires sont identifiés. Il est important de segmenter la communication pour chaque groupe afin d'être plus pertinent et efficace.

### 3.1 Publics internes

- **Personnel de la médiathèque** : une information sur les projets de communication est régulièrement fournie, les agents sont régulièrement inclus dans le processus lors des réunions de réseau ou d'équipe.
- **Bénévoles des Médiathèques du Pays de Nemours et partenaires** : ils sont impliqués dans l'organisation des événements, la création de contenu, et les activités de médiation.

### 3.2 Publics externes

- **Usagers réguliers** : familles, enfants, étudiants, adultes, seniors qui fréquentent déjà les Médiathèques du Pays de Nemours.
- **Nouveaux publics** : jeunes adultes, personnes isolées, personnes en situation de handicap, publics issus des quartiers prioritaires, des villages ...
- **Partenaires institutionnels** : écoles, campus connecté, associations locales, entreprises, élus, autorités territoriales, Relais Petite Enfance, Médiathèque départementale : voir le tableau Excel.
- **Public en ligne** : utilisateurs des services numériques, abonnés aux plateformes en ligne de la médiathèque (portail, réseaux sociaux). Lettre d'information avec accord des destinataires.

# 4

## MESSAGES CLÉS

Les messages seront adaptés à chaque public cible et informé d'une programmation effectuée par la Communauté de Communes du Pays de Nemours.

- **Pour les familles** : « Venez découvrir notre large choix de livres, films et ateliers pour petits et grands ! »
- **Pour les jeunes** : « Les Médiathèques du Pays de Nemours, c'est bien plus que des livres : accédez à des ressources numériques, participez à des événements et tissez des liens avec d'autres jeunes. »
- **Pour les seniors** : « Profitez de nos services adaptés et découvrez des animations pour tous les âges. Des livres audios et des ateliers pour vous ouvrir au monde. »
- **Pour les étudiants** : « Vous cherchez un lieu calme pour réviser ou des ressources en ligne pour vos recherches ? La médiathèque vous accompagne. »
- **Pour le grand public** : « Des événements gratuits pour tous, des collections riches et diversifiées, des médiathèques ouvertes à tous les curieux. »

# 5

## MOYENS ET SUPPORTS DE COMMUNICATION

### 5.1 Supports traditionnels

- **Affiches et flyers** : Utilisation dans les médiathèques, dans les lieux publics et partenaires (écoles, commerces, etc.).
- **Brochures et programmes** : Distribution lors des événements ou à l'accueil des médiathèques.
- **Presse locale** : Articles dans les journaux locaux, partenariats avec les médias locaux pour la couverture des événements.

### 5.2 Communication numérique

- **Portail des Médiathèques du Pays de Nemours** : mise à jour régulière des informations sur les horaires, les événements, les nouveautés dans les collections, etc.  
<https://mediathequesdupaysdenemours.c3rb.org/agenda/animations-a-venir>
- **Réseaux sociaux** : Facebook. Utilisation de posts réguliers, vidéos, photos, et stories pour promouvoir les événements, les ateliers et les ressources en ligne.
- **Newsletter** : envoi régulier d'une newsletter pour informer les usagers des nouveautés, des événements à venir, des ressources en ligne disponibles.
- **Applications mobiles** : promotion de l'application « Ma Bibli » pour la consultation du catalogue, les emprunts et les réservations.

### 5.3 Relations publiques

- **Partenariats** : collaboration avec des écoles, campus connecté, associations, entreprises locales, etc ... pour organiser des événements conjoints ou des actions de sensibilisation.
- **Événements** : organisation d'ateliers, de conférences, de rencontres avec des auteurs, de projections, etc. pour attirer des publics spécifiques et diversifiés.
- **Journées portes ouvertes** : organiser des événements pour attirer de nouveaux usagers et faire découvrir les médiathèques et ses services.

### 5.4 Communication interne

- **Réunions régulières** : des réunions de réseau, d'équipe et des mails assurent la bonne circulation de l'information au sein des équipes, afin que tout le personnel soit impliqué dans les actions de communication.
- **Tableau de bord et reporting** : un suivi des actions de communication, avec une évaluation régulière des retours et des performances des actions sera mis en place avec un tableau de suivi.

# 6

## PLAN D'ACTION ET CALENDRIER

Un calendrier des actions de communication est établi : J - 1 mois, J - 15 jours, J - une semaine.

Ce calendrier doit inclure :

- **Les dates importantes** : programmations communes des Médiathèques du Pays de Nemours et les programmations propres à chaque médiathèque.
- **Le calendrier des campagnes** : les dates de lancement des campagnes de communication en fonction des temps forts de l'année : souvent programmation nationale.
- **Responsabilités** : en étroite collaboration avec la Directrice et coordinatrice du réseau, un agent de la Médiathèque Tête de réseau a la responsabilité du service : création de supports, contenu, publication ... L'adjointe de direction peut venir en renfort technique, si besoin.

#### CALENDRIER

- JANVIER : *Nuits de la lecture*
- MARS : *Printemps des poètes*
- JUIN : *Mois du livre et du tout petit*
- OCTOBRE : *Fête de la science*

# 7

## ÉVALUATION ET SUIVI

### 7.1 Indicateurs de performance

- **Quantitatifs** : nombre de visiteurs, nombre de nouveaux inscrits, taux de participation aux événements, audience des réseaux sociaux, taux d'ouverture des newsletters, etc.
- **Qualitatifs** : feedback des usagers (enquêtes, sondages), évaluation de la satisfaction des usagers et retour des partenaires.

### 7.2 Ajustements

Le plan de communication sera ajusté en fonction des résultats obtenus.

Par exemple, si une campagne sur les réseaux sociaux obtient de bons résultats, nous pourrions en augmenter la fréquence.

## CONCLUSION

Le plan de communication des Médiathèques du Pays de Nemours devra être à la fois stratégique et flexible, en s'adaptant aux évolutions des besoins des usagers et aux nouvelles technologies. Il s'agit de créer un dialogue avec le public, de faire connaître les services, et de fidéliser les usagers à travers une communication régulière, engageante et accessible.

Fait à \_\_\_\_\_, le \_\_\_\_\_

Le Maire

Fait à Nemours, le \_\_\_\_\_

La Présidente

Accusé de réception en préfecture  
077-217703339-20250626-D-2025-48-DE  
Date de réception préfecture : 09/07/2025

Accusé de réception en préfecture  
077-217703339-20250626-D-2025-48-DE  
Date de réception préfecture : 09/07/2025