

Diapo 1 : présentation du réseau Avélia et des animations communautaires

Montfort Communauté regroupe 8 communes. La communauté de communes de Montfort a pris la compétence partielle de lecture publique en 2011, Un réseau de 7 médiathèques municipales ou associative, le réseau Avélia, a été créé. Il est sur un territoire géographiquement resserré qui comptait environ 26 000 habitants au 1^{er} janvier 2017. Le poids démographique des communes varie entre 373 pour La Nouaye et 6746 pour Montfort-Sur-Meu.

Le réseau Avélia se situe sur un territoire attractif, notamment du fait de propositions socio-culturelles nombreuses. La lecture publique y tient une grande place, tant au niveau communautaire que communal. Le réseau Avélia est animé par deux coordinatrices.

Les animations intercommunales sont conçues comme des parcours construits, permettant au public de participer à une intervention différente dans chaque bibliothèque, autour d'un thème spécifique, en l'espace de un à deux mois. Ces interventions constituent un tout destiné à développer les partenariats entre structures et la diversité culturelle sur le territoire de l'intercommunalité.

Ces cycles d'animations sont en complément de la programmation de chaque bibliothèque afin de permettre de proposer une offre culturelle harmonieuse sur tout le territoire.

3 cycles d'animations ont lieu actuellement :

- Autour de l'art contemporain de janvier à mars
- Autour de la littérature jeunesse, dans le cadre de l'opération nationale Partir en Livre, en juillet et août.
- Autour de la bande dessinée de septembre à novembre

Le Blablabook, un club de lecture itinérant intercommunale est également proposé pour les 13-16 ans.

En 2020-2021, dans le cadre du fonds d'accompagnement artistique territoriale du département d'Ille et Vilaine et Montfort Communauté, la compagnie Le Commun des Mortels a proposé une lecture feuilleton dans les médiathèques du Réseau Avélia de décembre à juin : un mois = une bibliothèque = une lecture fil rouge. Les lecteurs ont pu retrouver de lieu en lieu, dans une médiathèque différente à chaque fois, la suite de l'histoire.

Diapo 2 : que faire

Mars 2020 tout s'arrête. Que faire ?

Diapo 3 : l'action culturelle en temps de covid

Dans un 1^{er} temps, le réseau a fait le relais de toutes les ressources numériques mises à disposition gratuitement comme par exemple les visites virtuelles de musées.

Puis les bibliothécaires ont ressenti le besoin de rester en lien avec le public : beaucoup d'idées ont émergé dont de nombreuses vidéos : de lectures d'albums, de présentation de nouveautés ou de coup de cœur. Nous avons décidé de faire un post sur Facebook tous les 2 jours et de mettre le contenu sur un padlet lié à notre portail Un réseau, même petit, est une force : en effet nous avons pu faire un calendrier de publication afin de répartir cette charge de travail supplémentaire qui correspondait à un post tous les 14 jours par structure.

Nous ne souhaitons pas non plus mettre entre parenthèse notre club de lecture itinérant. Nous avons décidé d'utiliser une plateforme prisée par les ados : discord. Cela nous a permis de créer du lien avec les ados, de pouvoir poster des vidéos uniquement à leur intention, d'utiliser le forum de discussion. Pour les rencontres virtuelles, suite à des problèmes techniques sur discord, nous avons choisi Jitsi. 10 ados et 5 bibliothécaires ont suivi 3 rencontres virtuelles.

Pour préparer notre cycle d'animation autour de l'art contemporain, nous avons décidé d'inclure une clause dans les contrats avec les artistes intervenant dans les médiathèques. Cette clause, toujours utilisée, indique que la rencontre/atelier proposée doit inclure 2 formules : virtuelle ou présentielle, sachant que le choix se ferait selon les conditions sanitaires en vigueur au moment de l'animation. Entre janvier et mars 2021, la situation n'étant pas favorable, toute la programmation a été proposée en distanciel notamment les ateliers. Les personnes inscrites à l'animation venaient retirer un kit à la médiathèque, et à l'heure prévue, elles pouvaient suivre la vidéo sur Facebook ou sur le portail pour expérimenter l'atelier à distance. Les œuvres créées ont été ensuite affichées dans les médiathèques. Nous avons été vite dévalisés en kit et cela a été au-delà de nos espérances puisque cela a touché plus que le public inscrit à l'atelier.

Nous avons décidé de mettre, en complément de l'exposition, des vitrophanies visibles de l'extérieur. Cette initiative a été très appréciée.

En mars 2020, la lecture feuilleton devait commencer. Elle a été reportée en novembre. Qu'elle ne fut pas notre désarroi face à ce nouveau confinement. Avec la compagnie, nous avons décidé de maintenir les rendez-vous programmés dans chaque médiathèque mais en Facebook live puis consultables sur notre portail : une quinzaine de personnes nous ont suivis, chaque mois, en live et les vidéos ont été visionnées à de nombreuses reprises.

Vous pouvez d'ailleurs toujours consulter ces propositions sur le portail du réseau Avéla de Montfort Communauté.

Ces solutions n'ont pas été idéales, frustrantes à certains moments mais nous avons su rebondir, nous faire connaître de manière différente, parfois par un nouveau public. Les médiathèques du réseau se sont concertées afin d'élaborer des propositions communes. Cela a renforcé la notion « réseau » aussi bien pour les professionnels, les élus que pour le public. Nous avons fait face à une situation exceptionnelle ensemble et découvert de nouvelles compétences à différents niveaux pour chacun d'entre nous.

Diapo 4 : Et après ?

Notre métier est en constante évolution, à l'écoute des transformations de la société, des besoins émergents des usagers et de nouveaux apports de la technologie.

Nous réfléchissons continuellement pour que nos actions touchent le plus grand nombre. Un mode uniquement numérique serait excluant mais nous avons remarqué que cet usage a amené un autre public à suivre nos différentes animations.

Un mode hybride est donc envisagé qui évoluera en fonction de l'émergence des besoins et des habitudes post-covid.

De nombreuses questions se posent ; comment va réagir le public post-pandémie ? Quelles sont ses attentes ? Quels sont les nouveaux usages qu'a induit la crise sanitaire ? Sont-ils pérennes ?

Nous avons su réagir face à cette situation exceptionnelle, et nous savons maintenant que nous avons la capacité à nous réinventer.