

**Conseil International des Archives**  
**Section des associations professionnelles de records management et**  
**d'archivistique**

**STRATEGIES PROMOTIONNELLES POUR LES**  
**ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES**

## ***Contenu***

1. Introduction
2. But des activités promotionnelles
3. Planification d'une stratégie promotionnelle
4. Etapes dans la planification d'une activité de promotion
5. Stratégies promotionnelles possibles
6. Bibliographie

## **1. Introduction**

En juillet 2000, la Section des associations professionnelles de records management et d'archivistique du CIA a publié une communication, *Campagne publique et promotion d'intérêts particuliers pour les Associations Professionnelles d'Archivistiques*, qui fournissait des recommandations sur les façons « d'influencer une décision ou les événements et de solliciter des soutiens pour les archives et les archivistes ». Il a été rappelé, dans l'introduction de la communication, que la plupart des associations ont pour but, entre autres, « la représentation et la promotion de la profession ». Les campagnes publiques et la promotion d'intérêts particuliers constituent une partie des activités qui permettent d'atteindre ce but et la promotion des archives une autre.

Ce document couvre les activités de promotion et complète les stratégies présentées dans *Campagne publique et promotion d'intérêts particuliers pour les Associations Professionnelles d'Archivistiques*. IL examine le but des activités de promotion possibles, discute de l'importance de la planification, à un niveau stratégique, présente la nécessité d'entreprendre des activités individuelles et fournit une liste de stratégies et d'activités qui peuvent être accomplies pour atteindre ses buts.

## **2. But des activités promotionnelles**

De manière générale la promotion et ses activités attenantes, dans les associations professionnelles, sont effectuées pour :

- Sensibiliser les gens aux archives et aux archivistes.
- Aider au développement et à la reconnaissance de la profession d'archiviste.
- Améliorer la communication et établir des coopérations avec des organisations similaires, des gouvernements, ainsi que les décideurs politiques et les entrepreneurs.

En pratique, les activités de promotion visent des audiences spécifiques que l'association souhaite influencer, quant à la promotion, de manière plus générale, elle consiste à transmettre un message l'audience la plus large possible.

L'étendue des activités de promotions et le choix des méthodes de communication dépend d'un certain nombre de facteurs, dont :

- Le niveau de ressources disponible de l'association : L'association dépend-elle entièrement de volontaires ou a-t-elle les ressources pour acquérir des connaissances ou produire des outils promotionnels ?
- La structure de l'association : L'association est-elle un organisme national parlant d'une seule voix ou est-elle un organisme national qui opère aussi au niveau régional, parlant avec plusieurs voix ? Y a-t-il une ou plusieurs personnes connues ou un comité qui puisse prendre la responsabilité des activités de promotion de l'association ? Y a-t-il une stratégie globale dépendant de plan d'action ou les activités sont-elles menées sur une base ad hoc ?
- Le niveau de sensibilité implicite que la communauté possède envers les archives. Bien que les archives, de manière générale, soient valorisées, dans la

plupart des communautés, le niveau de compréhension sur la façon dont la profession contribue à la sélection et à la préservation des archives et assez faible.

- Le niveau de sensibilité qui existe entre les associations similaires, et avec les décideurs sur le travail de l'archiviste et les objectifs de l'association.

### **3. Planification d'une stratégie promotionnelle**

La planification est la clé pour obtenir une stratégie promotionnelle efficace, par ce qu'elle permet que les activités soient coordonnées et dirigées vers la réalisation des buts de l'association. La planification permet d'optimiser les rares ressources d'une association et d'affiner un message pour le rendre compréhensible et aisément transmissible.

### **4. Etapes dans la planification d'une activité de promotion**

Les étapes lors de la planification d'une activité de promotion peuvent être les suivantes :

- *Identifier les buts et l'audience visée*  
Une activité doit toujours débiter par une bonne compréhension des buts et de l'audience visée ; par exemple, qu'êtes-vous entrain d'essayer de communiquer et pourquoi, et à qui voulez-vous le communiquer ? Ces buts devraient être intégrés dans les objectifs de l'association et dans sa stratégie globale. Les objectifs peuvent être à long terme (par exemple, l'amélioration de la compréhension, par la communauté, de ce que sont les archives) ou à court terme (par exemple, l'organisation d'un stand de présentation à la conférence d'une association similaire) et dans certains cas les buts à court terme peuvent accomplir des visées à long terme.
- *Identifier les messages clés*  
Dans les premières étapes du cycle de planification, il est nécessaire d'identifier les messages et les activités clés liés à l'audience visée. Dans un premiers temps, cela peut être une simple liste à points ou des notes.
- *Identifier la manière de délivrer le message*  
Il existe une grande variété de manières de délivrer un message promotionnel ou présenter les activités. Cela va des publications physiques ou électroniques, aux stands, en passant par les conférenciers présents lors de séminaires ou d'ateliers. La clé réside dans le fait d'évaluer les méthodes et de choisir la plus appropriée.
- *Identifier les ressources nécessaires*  
Les ressources auront un impact sur le genre et les buts des activités qui peuvent être planifiées. Les ressources peuvent être financière ou correspondre aux compétences que les membres de l'association peuvent mettre à disposition de celle-ci. Il peut être intéressant de réaliser des partenariats avec des associations similaires ou de se servir des outils qui ont déjà été développés par d'autres associations archivistiques.

- *Elaborer un plan d'action*

Un plan d'action est une aide pour l'élaboration d'une activité. Il comprend les Étapes à réaliser, les dates importantes et liste les responsable.

- *Evaluer le résultat*

L'évaluation de l'activité est une étape importante. Elle permet de mieux planifier la planification des activités futures ainsi que l'allocation des ressources de l'association. Les activités promotionnelles ciblées sont beaucoup plus faciles à évaluer que celles destinées à un plus large public. Les méthodes d'évaluation peuvent comprendre des retours d'informations par une partie de l'audience, identifiée au préalable, ou par des membres de l'association ayant pris part à l'activité. Une association devrait aussi développer un jeu de questions ; par exemple : Est-ce que les ressources nécessaires, tant financières qu'humaines, étaient disponibles ? Est-ce que l'activité a atteint son public cible ? Est-ce que la planification s'est avérée juste, en ce qui concerne le temps nécessaire ainsi que les différentes étapes ? Quelles ont été les difficultés rencontrées ?

## 5. Stratégies promotionnelles possibles

Stratégie	Public cible	Activités
Sensibiliser l'opinion publique à propos des archives et de la profession.	- Opinion publique dans son ensemble ou grande communauté	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publier des brochures expliquant ce que sont les archives, la profession et les groupement associatifs, puis les envoyer à des groupes identifiés ou les placer dans des lieux stratégiques de la communauté.</li> <li>- Faire un intervention lors des rassemblement de la communauté. Développer un matériel de présentation ainsi que des diapositives Powerpoint pour faciliter les présentations.</li> <li>- Préparer des articles et les soumettre aux médias</li> <li>- Animer des séminaires ou des ateliers qui puissent drainer un vaste public issu de la communauté.</li> <li>- Faire la publicité autour de manifestations associatives à une audience plus large, quand le sujet s'y prête.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer du matériel promotionnel pouvant être distribués lors de manifestations ou de réunions de la communauté.</li> <li>- Mettre sur pied des stands promotionnels facile à monter lors de manifestations et de réunions de la communauté.</li> <li>- Emettre des opinions, quand cela est approprié, sur les sujets concernant la communauté, quand il est question d'archivistique.</li> <li>- Créer un site internet pour l'association.</li> </ul>
Développer une relation avec le gouvernement, des groupes ou des entrepreneurs spécifiques de la communauté, pour sensibiliser et faire connaître les archives et la profession.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gouvernement</li> <li>- Groupes communautaires</li> <li>- Entrepreneurs</li> <li>- Professions libérales (comptables, avocats)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etablir une relation avec les représentants des organisations importantes et désigner un membre pour qu'il développe et entretienne les relations.</li> <li>- Publier une brochure, à l'attention de la communauté, du gouvernement et des entrepreneurs, qui explique ce que sont les archives, la profession et l'association.</li> <li>- Participer aux conférences professionnelles d'autres métiers, ainsi qu'aux conférences où se rendent les entrepreneurs et les inviter à la conférence de l'association.</li> <li>- Distribuer la brochure de l'association dans diverses conférences professionnelles d'autres associations.</li> <li>- Ecrire des articles et publier des publicités dans leurs publications ou dans les publications qu'ils lisent.</li> </ul>
Pour atteindre les professionnels qui ne sont pas membres de	-Archivistes professionnels qui ne sont pas membres de	- Editer une brochure qui explique les bénéfices d'une adhésion à l'association

l'association et ainsi promouvoir et encourager l'adhésion	l'association.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organiser une séance d'information pour les nouveaux membres.</li> <li>- Ecrire des lettres aux membres potentiels pour les inviter à rejoindre l'association.</li> <li>- Nommer des membres de l'association pour établir des contacts personnels avec les membres potentiels.</li> <li>- Ajouter des précisions sur l'adhésion à l'association sur le site internet de celle-ci. Ces informations doivent inclure le formulaire d'adhésion et une liste d'avantages liés à l'adhésion.</li> </ul>
Sensibiliser les étudiants aux possibilités d'une carrière en archivistique.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etudiants</li> <li>- Universitaires</li> <li>- Personnels des offices d'orientation professionnelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rencontrer les étudiants, les universitaires et le personnel des offices d'orientation professionnelle.</li> <li>- Editer une brochure pour les étudiants, les universitaires et le personnel des offices d'orientation professionnelle, qui explique ce que sont les archives, la profession et l'association.</li> <li>- Parler à des groupes d'étudiants</li> <li>- Désigner un membre de l'association comme personne de liaison avec les étudiants qui souhaitent obtenir plus d'information sur la profession.</li> <li>- Etablir une structure de mentorat pour faciliter l'intérêt envers la profession et l'association</li> <li>- mettre des informations sur le site internet quant aux possibilités d'effectuer un carrière dans les archives</li> </ul>

Etablir des alliances coopératives avec des associations professionnelles similaires.	- Associations similaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intervenir dans d'autres conférences professionnelles et les inviter à parler à la conférence de l'association.</li> <li>- Ecrire pour leur journal/bulletin sur un sujet digne d'intérêt pour les deux professions et les inviter à faire de même pour la publication de l'association.</li> <li>- Faire de la publicité dans leurs publications.</li> <li>- Elaborer une brochure expliquant ce qu'est la profession et le rôle de l'association.</li> <li>- Distribuer la brochure de l'association dans différentes conférences professionnelles.</li> <li>- Désigner un membre de l'association comme personne de liaison pour entretenir les relations avec les associations similaires.</li> </ul>
---	---------------------------	--

## Bibliographie

Elsie Freeman Finch ed., *Advocating Archives: An Introduction to Public Relations for Archivists*, The Society of American Archivists & The Scarecrow Press, Inc, Metuchen, 1994.

*Sites internet d'associations professionnelles:*

American Society of Archivists

Association of Canadian Archivists

Society of Archivists (UK)