



Impression:
Conseil international des archives
Section des associations professionnelles
60, Rue des Francs Bourgeois
75003 Paris
France
E-mail: SPA@ica.org

www.ica.org

LA SENSIBILISATION, ÇA MARCHE !

En 2006, la Section des associations professionnelles de l'ICA a publié des lignes directrices traitant des activités de sensibilisation, défense et promotion des archives pour les associations d'archivistes et de gestionnaires de documents d'activité. Cette brochure est complémentaire de ces lignes directrices. Elle comprend des conseils pour promouvoir les archives pour les archivistes et gestionnaires de documents d'activité, mais également des suggestions pour les associations, afin de plaider la cause des archives. Elle inclut également la Déclaration universelle des archives (DUA) adoptée par l'ICA en septembre 2010 à Oslo et approuvée par l'UNESCO en novembre 2011 à Paris. La Déclaration universelle des archives est un élément central dans le programme de sensibilisation des archives de l'ICA.

Sensibiliser: règles d'or

A faire:

- Soyez confiant et décidé
- Saisissez les opportunités pour faire avancer la cause des archives
- Faites preuve de patience et de flexibilité avec le public
- Utilisez un langage simple
- Ayez un message clair
- Utilisez les médias / moyens de communication
- Définissez votre audience
- Envisagez les autres comme des alliés
- Définissez un but à la fois
- Restez professionnels mais utilisez l'humour
- Sollicitez l'aide des professions-sœurs
- Dites aux utilisateurs ce que vous avez à offrir
- Offrez votre aide au public

A ne pas faire:

- Vous excuser ou être hésitant
- Manquer des opportunités, comme les commémorations
- Manifester de l'impatience et de la rigidité
- Utiliser un jargon professionnel
- Troubler le public avec trop d'informations
- Recréer ce qui existe déjà
- Utiliser le même message pour chacun
- Être trop ambitieux
- Vous prendre trop au sérieux
- Négliger les alliés possibles
- Ne penser qu'à la conservation des documents



Le „discours-éclair“ ou „l’argument de vente“: la méthode idéale pour défendre et promouvoir la profession

Tout le monde a déjà vécu, lors d’une fête ou dans un contexte social plus large, l’expérience de devoir trouver une réponse à la question „et toi, que fais-tu?“. Quelle a été votre réponse? Peut-être n’a-t-elle pas été suffisamment explicite. Dans ce cas, il est intéressant de travailler sur un, ou plusieurs, „discours-éclair“.

Un discours-éclair, ou, en anglais „elevator pitch“, est un moyen de présenter quelque chose en 30 secondes à 2 minutes, le temps moyen d’un trajet en ascenseur. Cette expression a été utilisée pour la première fois en 1995 et s’appliquait au domaine des affaires. Aujourd’hui, les discours-éclair se rencontrent communément dans tous les domaines, y compris les archives et la gestion des documents d’activité.

Dans un discours-éclair, vous allez directement à l'essentiel, avec pour objectif de fournir le maximum d'informations en un minimum de temps. Le discours ne contient pas seulement des faits, mais joue aussi sur les émotions. Il doit être conçu pour un seul et unique objet à la fois, et doit être adapté à votre public. Prenez garde aux jargons professionnels et aux acronymes. Mais méfiez-vous de ne pas intégrer trop d'informations : ne parlez pas trop vite et établissez des contacts visuels. Il est recommandé d'avoir plusieurs „argumentaires“ en fonction des circonstances.

Un discours-éclair efficace répond à six questions:

1. Qui êtes-vous?
2. Que faites-vous?
3. Qu'avez-vous à offrir?
4. Pour qui le faites-vous?
5. Pourquoi vous et pas un autre?
6. Quels sont les bénéfices pour nous/eux?

Répétez votre discours: exercez-vous devant des amis. Votre discours doit être fluide, il doit devenir un discours de routine. Cependant la routine ne veut pas dire que vous ne pouvez ou ne devez pas changer votre approche : essayez toujours de l'améliorer. Votre discours-éclair sera un succès si votre interlocuteur vous répond: „dites-m'en plus!“

Quelques exemples: _____

Le bureau de la section SPA a tenu sa réunion au printemps 2014 à Boston, USA. Juste avant, les membres du bureau de SPA ont assisté à une conférence où le „discours-éclair“ était le sujet d'une session. Quatre personnes travaillant dans le domaine des archives/gestion des documents d'activité parlèrent de la manière dont ils préparaient leurs sujets et ont donné quelques exemples dans leurs présentations.

Leurs conseils incluaient:

- Le besoin de préparer et de répéter le discours avant de le délivrer. En le répétant vous devez vous libérer du script, autrement le discours pourrait paraître plat et récité par cœur.
- L'importance d'ajuster le discours au public: le même discours ne peut pas être utilisé en toute circonstance et avec tout le monde. Pensez aux rôles et niveaux dans la hiérarchie, aux responsabilités, qualifications, et connaissances de votre public.
- La nécessité de ne pas se focaliser sur trop de détails. Exemple: un médecin à qui l'on

demande d'expliquer son travail ne donnera pas une longue description sur les cas médicaux rencontrés, l'analyse des résultats de tests ou l'étude des radiographies. La réponse sera: „Je sauve des vies!“.

- Le besoin de trouver et utiliser de bonnes répliques. Exemple: „Que fait un archiviste?“ „Je protège les droits de l'homme!“.
- Le recours à l'humour et l'importance de rester réaliste.
- Ne pas bavarder et submerger les gens avec trop d'informations, ce qui noierait votre message principal.
- N'abrégez pas trop et ne restez pas trop factuels, votre message ne toucherait personne.
- Reliez votre discours aux centres d'intérêts ou d'expertise des autres personnes. Exemple: un archiviste, ou gestionnaire de documents d'activité, pourrait dire à un médecin: „Vous savez, tous vos rapports de recherche que vous utilisez dans votre travail ou que vous produisez, je les identifie et les classe dans notre système électronique et j'ajoute des données descriptives de telle manière qu'ils soient facilement accessibles lorsqu'on en a besoin“.
- Faites appel à l'amour-propre des autres: exemple: „Je suis un archiviste, je peux assurer votre immortalité!“

Articles en ligne:

Blog Entry 6: Elevator Speech, Aliza Leventhal, 2013, SAA Issues and Advocacy Roundtable:

<http://www2.archivists.org/groups/issues-and-advocacy-roundtable/blog-entry-6-elevator-speech>

Quelques exemples :

<http://lists.ufl.edu/cgi-bin/wa?A2=recmgmt-l;DeqfRw;20061215104037-0800c>

<http://ischooligans.wordpress.com/2013/02/21/what-is-an-archivist/>

“Your Perfect Pitch: Elevator Speeches from the Field,” Archival Outlook, Nora Murphy, January/February 2014:

<http://www.bluetoad.com/publication/?i=194486>

Comment attirer l'attention des médias?

Attirer l'attention des médias représente un défi, qui n'est pas impossible, et qui est gratifiant lorsqu'il survient. Les problématiques d'archives et de gestion des documents d'activités n'attirent pas beaucoup l'attention des médias et, par conséquent, ne sont pas situées très haut dans les priorités des politiques ou des parties prenantes. Nous devons nous rappeler que, quand bien même nous connaissons toute l'importance du travail des archivistes et des gestionnaires de documents d'activité, nous devons le transmettre au reste du monde. Nous ne pouvons pas attendre que le monde vienne à nous, nous devons agir de manière proactive, en nous concentrant sur l'importance de notre travail pour la protection des droits de l'homme, dans l'aide apportée pour une administration responsa-

ble et transparente, pour la protection de la mémoire et pour souligner toute la pertinence de notre profession dans notre société numérique. Etablir un partenariat avec les médias sera hautement avantageux pour nous aider à diffuser notre message professionnel. Ces relations seront aussi bénéfiques pour les médias, qui, bien qu'ils ne s'en rendent pas systématiquement compte, sont dépendants de notre expertise pour rassembler des preuves fiables soutenant leurs activités de reportages.

Comme la communication n'est pas nécessairement une activité dans laquelle nous excellons, les conseils suivants pourront vous aider dans vos efforts de promotion de notre travail.

Trouvez un sujet pertinent _____

Utilisez les problématiques actuelles des médias, de préférence celles qui ont déjà été répandues dans différents médias et qui ont une inclinaison spécifique vers le sujet archivistiques/records management. Par exemple en Norvège, comme dans beaucoup d'autres pays, le gouvernement veut être perçu comme ouvert et accessible au public, alors que dans le même temps il se concentre sur l'amélioration du secteur public en se débarrassant de „méthodes de travail vieilles et chronophages“. L'idée est de se débarrasser du papier et d'offrir des services en ligne 24/24, 7j/7. Pour les personnes qui n'appartiennent pas à notre métier, atteindre ce but relève uniquement des technologies de l'informatique et les solutions doivent être trouvées par les spécialistes IT. Nous savons cependant que les informaticiens se concentreront sur l'informatique et ne considéreront sans doute pas les aspects de gestion de l'information et des archives. Pour s'assurer que la documentation créée pour les solutions numériques rencontre nos propres standards et exigences, nous, archivistes et gestionnaires de documents d'activité, devons nous impliquer dès le début, en identifiant nos exigences et en offrant notre expertise. Il est de notre responsabilité de combler les lacunes en matière de connaissance par la promotion de nos compétences auprès des agences gouvernementales, autres autorités et parties prenantes. Nous pouvons et devons utiliser les médias pour ce faire.

Personnaliser _____

Plus vous serez concret et personnel dans votre texte, mieux ce sera. Les personnes sont plus à même de s'engager sur un sujet si cela fait directement appel à eux, et s'ils peuvent facilement s'y identifier. Comme notre champ d'expertise n'est pas un sujet de discussion

générale, il est important de trouver un angle personnel/personnalisable. Le pathos est utilisé depuis l'Antiquité comme une technique de communication en rhétorique. Faire appel aux émotions du public peut aussi être un moyen efficace pour obtenir un aperçu et une compréhension des problématiques d'archives et de gestion des documents d'activité. Toutefois, il est aussi essentiel de ne pas surestimer les connaissances des individus en matière d'archives et de gestion des documents, tout comme il est évident qu'il ne faut pas sous-estimer leur intelligence. En dire suffisamment, dans le langage adéquat, laissant tous les détails inutiles de côté, tout en racontant une histoire personnelle et facilement racontable, c'est tout un art, mais un art qui est reproductible facilement.

Ce propos peut être illustré en utilisant un exemple actuel, en Norvège. Il y a deux ans, une femme a été tuée par son ex-mari. Juste avant le meurtre, cette femme a cherché à plusieurs reprises refuge dans un foyer pour femmes. La famille a demandé à prendre connaissance du dossier de cette femme, conservé par le foyer, pour savoir si oui ou non le foyer pouvait être tenu pour responsable de ne pas lui avoir apporté l'assistance nécessaire. Les responsables du foyer ont prétendu qu'ils n'avaient aucune obligation de garder les dossiers mais qu'ils étaient tenus de les supprimer une fois la personne décédée, en se référant au Privacy Act de Norvège. Ce procès a fait l'objet d'une publicité conséquente, mais pas du point de vue archivistique. En réalité, ce procès a pour sujet les problématiques professionnelles autour de l'évaluation, la sélection, et la controverse éternelle entre droit de mémoire et droit à l'oubli. Bien que ce cas soit tragique et qu'il puisse être utilisé pour illustrer toute l'importance d'une bonne gouvernance, faire comprendre ce message est plus aisé lorsqu'il existe un exemple déjà discuté dans les médias.

Écrire un texte _____

Conter, raconter une histoire est essentiel et écrire le texte dans un style journalistique, en débutant par un paragraphe „tabloïd“ attirant l'attention, et continuant sur la conclusion au lieu de garder la réponse pour la fin, serait une bonne approche. Rappelez-vous que vous essayez de vendre une problématique, et serez en compétition avec bien d'autres contenus qui paraîtront plus vendeurs à première vue.

Vous devez rester simple et vous concentrer sur une chose et une seule. N'utilisez pas de jargon, ne parlez pas boutique. En tant que gestionnaires de documents d'activité ou archivistes, nous sommes par nature soucieux du détail, mais dans notre dialogue avec les médias, il est important de se concentrer sur le problème principal et construire votre texte

seulement autour de celui-ci, même si cela vous oblige à abandonner vos sujets favoris, ou à ne pas inclure tous les faits.

Ne soyez pas inquiet de paraître audacieux et parfois un petit peu mesquin, bien sûr pas envers les autres, mais nous pouvons tous tirer bénéfice d'une distanciation avec le mythe de l'archiviste ou du gestionnaire de documents d'activité sage et silencieux, et nous mettre en avant comme individu passionné et ayant du cran. Nous avons certainement beaucoup de raisons de justifier une telle conduite. Pareillement, utiliser l'humour est une autre approche, bien qu'il y ait une frontière très fine entre utiliser la bonne dose d'humour et ne pas paraître suffisamment sérieux.

Une fois que vous avez fini d'écrire votre texte, soumettez-le à quelqu'un qui n'est ni archiviste, ni gestionnaire de documents d'activité. Il sera en mesure de vous dire si vous avez été capable de «dé-professionnaliser» votre texte, le rendant compréhensible et facilement lisible pour le néophyte. Le test ultime étant de le faire lire par un journaliste si vous en connaissez un, avant de l'envoyer aux médias.

Avoir une vision d'ensemble _____

Vous devez être patient et surtout persévérant. Il est possible que vous essuyiez des refus de nombreuses fois mais vous ne devez pas abandonner. Lorsque votre texte sera accepté et publié, ne soyez pas trop déçu si votre propos ne reçoit pas l'attention qu'il mérite. Cela prend du temps de construire une réputation et de vendre les archives et la gestion des documents d'activité. Un bon moyen est de célébrer chaque petite victoire tout le long du chemin.

Pensez également local: obtenir l'attention des médias régionaux est bien souvent plus facile.

Nous devons prendre les problématiques en main, être actifs et prendre position pour notre profession. Souvenez-vous, les médias ne viendront pas vers nous, il faut saisir chaque occasion.

Comment défendre et promouvoir la profession devant les politiques, le gouvernement et autres parties prenantes? _____

Les conseils pour dialoguer avec les médias s'appliquent aussi lorsqu'il s'agit d'interagir avec les politiques, gouvernements et autres parties prenantes.

Lorsque vous faites du lobbying pour les archives et la gestion des documents d'activité, vous devez:

- Trouver un sujet adéquat (toujours exploiter ce qui est dans une thématique d'actualité).
- Rester concentré sur un sujet et écarter tout fait ou détail inutile.
- Définir le public et ajuster le discours en fonction de celui-ci.
- Faire appel à l'individu, au personnel.
- Utiliser des exemples concrets et en lien avec le sujet.
- Ne pas parler boutique ni utiliser de jargon.
- Ne jamais surestimer la connaissance de votre public à propos des problématiques d'archives et de gestion des documents d'activité, mais garder en tête que vous ne devez pas sous-estimer leur intelligence.
- Être honnête et vrai.
- Utiliser l'humour si cela vous semble la bonne chose à faire et si cela vous vient naturellement,
- Être résolu et convaincant, sortir de votre zone de confort si besoin; rappelez-vous que vous avez une bonne cause à défendre.
- Utiliser leur langage et rapporter votre activité à la leur.

Se tenir informé _____

Beaucoup d'agences gouvernementales et autres autorités sont sensibles au fait d'apparaître comme ouvertes et accessibles, et c'est une bonne idée que de régulièrement vérifier leurs sites web et vous inscrire à leurs bulletins d'informations s'ils en ont. De cette manière vous pouvez vous tenir informé et savoir quand il faut vous faire entendre professionnellement. Comme avec les médias, ne vous attendez pas à ce qu'on vous demande votre opinion: il ne leur importe pas de savoir de quelle manière un problème est pertinent pour notre profession, c'est donc à nous de poser les questions.

Le réseau _____

Dans notre profession, il y a de nombreux professionnels enthousiastes et experts, que nous devrions mieux connaître lorsqu'il s'agit d'établir un réseau. C'est bien plus facile de faire entendre notre voix à plusieurs que de livrer seuls nos propres batailles.

Le réseau extérieur à notre profession peut avoir un vrai impact, surtout lorsqu'il s'agit de lobbying. Si nous unissons nos efforts avec les informaticiens ou les juristes pour promou-

voir les archives et la gestion des documents d'activité, cela serait beaucoup plus facile d'être visibles par le public.

Comment les associations peuvent-elles promouvoir les archives auprès du grand public ou des communautés plus larges, des entreprises et professionnels, étudiants, enseignants-chercheurs et conseillers en orientation? _____

Voici une liste de suggestions d'activités pour une association professionnelle, destinée à atteindre le grand public. Avoir des activités séparées et spécifiques pour chaque public est une bonne idée, même si généralement le message reste le même. Ci-dessous quelques exemples d'activités personnalisées pour trois types de public.

Pour le grand public et de larges communautés:

- Publier des brochures expliquant les archives et la gestion des documents d'activité et la profession et les envoyer aux groupes identifiés ou distribuer des exemplaires aux salons et événements professionnels.
- Exposer et présenter des contributions aux forums communautaires. Développer des sets de notes et de présentations power point pour ces contributions.
- Préparer des articles en fonction des sujets abordés et les soumettre aux médias.
- Présenter des séminaires ou des ateliers spécifiquement pour des audiences larges.
- Diffuser les événements associatifs auprès d'une communauté d'audience plus large, lorsque ces événements ont une pertinence pour elle.
- Développer des dossiers d'information à distribuer sur les lieux des événements de ces communautés.
- Créer et installer un présentoir promotionnel portatif à utiliser lors des événements de ces communautés.
- Faire des propositions sur des sujets généraux touchant le grand public lorsque les questions d'archives et de gestion des documents d'activité sont pertinentes, et en adéquation.
- Créer un site web de l'association.

Pour les entreprises et autres groupes professionnels et leurs membres:

- Développer des relations avec les décideurs et les professionnels.
- Publier des brochures expliquant les archives, la gestion des documents d'activité et l'association.
- Présenter des contributions aux conférences professionnelles et autres conférences que

les décideurs et autres professions pourraient fréquenter.

- Placer des brochures de l'association dans les dossiers d'information des évènements des autres professions.
- Publier et écrire des articles dans les publications des professions et des entreprises, ou dans des publications qu'ils pourraient lire, à propos de la manière de gérer leurs documents et comment les archives et la gestion des documents d'activité pourrait leur être utiles.
- Envoyer des invitations à rejoindre l'association pour les entreprises et autres professionnels.
- Désigner un membre de l'association comme personne de liaison avec les entreprises et autres professionnels pour maintenir et faciliter le contact.

Pour les étudiants, enseignants-chercheurs et conseillers en orientation:

- Rencontrer les étudiants, enseignants-chercheurs et conseillers en orientation pour discuter des opportunités de carrière dans les archives et la gestion des documents d'activité.
- Publier une brochure pour les étudiants, enseignants-chercheurs et conseillers en orientation expliquant les archives, la gestion des documents d'activité et l'association.
- S'adresser aux associations étudiantes.
- Désigner un membre de l'association comme personne de liaison avec les étudiants souhaitant plus d'informations sur la profession.
- Établir un système de mentorat pour les étudiants dans le but d'encourager l'intérêt pour la profession et l'association.
- Placer sur le site internet de l'association quelques informations sur le déroulement de carrière dans les archives et la gestion des documents d'activité.

Comment approuver et promouvoir la Déclaration universelle sur les archives: l'exemple de la Catalogne

Depuis l'adoption par l'UNESCO de la Déclaration universelle sur les archives (DUA) en 2011, plusieurs entités légiférantes ont incorporé la Déclaration dans leurs lois. Cela fait désormais trois ans, et il est peut-être temps pour qu'à la fois l'ICA et les groupes professionnels de la Section des associations professionnelles (SPA), démarrent une campagne plus intense pour une adoption plus large de ses principes. Pour promouvoir cet objectif, les archivistes et gestionnaires de l'information de Catalogne (AAC) ont préparé un résumé sur les stratégies utilisées pour promouvoir les principes de la DUA et encourager les institutions publiques à l'adopter.

Les étapes entreprises ont requis un suivi constant: un soutien unique et ponctuel n'est pas suffisant. L'association catalane est persuadée que la promotion de la DUA devrait être un processus constant de diffusion, d'explication, de compréhension et d'encouragement des valeurs que nous défendons en tant que professionnels et desquelles nous croyons que découle la bonne gestion des documents produits dans nos sociétés. Suit une courte liste des initiatives qui peuvent être prises et pour lesquelles la Catalogne commence à récolter les résultats. Voici les étapes suggérées:

1. Adoption de la DUA par l'association professionnelle. La première initiative est clairement de promouvoir son adoption par l'association elle-même. Une courte déclaration par le bureau ou le conseil d'administration de l'association, suivi d'une annonce aux adhérents et bénévoles, sont les premières étapes essentielles. Expliquer les valeurs et les buts de la DUA aux membres et un des prérequis pour promouvoir et diffuser ses principes.

2. Promouvoir l'adoption individuelle par les professionnels. Dès que l'UNESCO a soutenu la DUA, l'ICA a pris l'initiative de créer un registre officiel de signataires individuels soutenant la DUA, qui a attiré plus de 3000 signataires depuis son ouverture. Considérant le nombre actuel d'archivistes, le nombre de signataires est bien plus petit qu'il ne devrait être. De fait, si les associations encouragent l'adoption individuelle, ce registre pourrait être utilisé pour renforcer le consensus professionnel parmi les archivistes et les gestionnaires de documents d'activité. L'adoption individuelle n'est pas fermée au public plus général. Cependant, pour réussir à obtenir une bonne représentation, nous devons nous accorder, en tant que communauté professionnelle, à ajouter nos propres noms sur ce registre, dont le lien est:

<https://icarchives.wufoo.com/forms/register-your-support-for-the-uda/>.

3. Ajouter une section «Déclaration universelle sur les archives» sur le site web de l'association. Il peut être utile pour le site web de l'association professionnelle de consacrer une section fournissant des informations compréhensibles sur la DUA, ses raisons d'être fondamentales, ses buts, son histoire, et de quelle manière elle peut être adoptée, à la fois par des individus et des organisations. Il est également important d'avoir un enregistrement des institutions qui ont adopté la DUA, dans l'éventail géographique de l'association. Cela devrait être une page permanente du site internet de l'association pour permettre à tous les professionnels d'accéder à des informations détaillées sur la DUA, présentées dans la langue qu'ils comprennent le mieux. La plupart de ces informations sont bien sûr accessibles sur le site internet de l'ICA, mais les donner sur le site web de l'association est un

moyen de rendre le message plus accessible.

Par exemple, la section consacrée à la DUA sur le site web de l'association des archivistes catalans et le registre des institutions sont disponibles ici :

<http://arxivens.com/index.php/associacio/a-100-amb-la-dua/espai-dua>

4. Créer un kit DUA. Idéalement, la section consacrée à la DUA sur le site de l'association professionnelle pourrait inclure des documents à télécharger; ainsi les professionnels qui souhaitent en encourager l'adoption par un organisme spécifique pourraient obtenir des exemples et des formulaires adaptés à leurs besoins qui leur simplifieraient la tâche d'écrire des rapports nécessaires et obligatoires. Quelquefois, le découragement à l'idée d'écrire de tels rapports à partir de rien ralentit un processus qui ne devrait pas nécessairement l'être. Encourager une institution à adopter les principes de la DUA ne requiert pas d'étapes complexes, mais quelquefois le problème est dans l'organisation que requiert une telle adoption plutôt que dans les capacités de gestion de l'association.

Voici pour exemple le kit proposé par l'AAC :

http://arxivens.com/images/arxivens/documents/KIT_Adhesio_DUA.rar

5. L'adoption à proprement parler par l'association professionnelle et l'aire géographique qu'elle couvre. Une fois que la DUA a été promue par la communauté professionnelle, il est intéressant d'en promouvoir l'adoption par l'entité légiférante que l'association estime la plus appropriée. La DUA est une déclaration large et universelle, sur un pied d'égalité avec quelques grands principes moraux, éthiques, et sociaux qui sont adoptés dans le monde entier. La nature de ces principes implique qu'une agence de régulation ou une entité légiférante, aussi bien qu'une institution de standardisation, soient les entités les plus adéquates pour une adoption initiale. Nous suggérons au minimum trois documents dont nous avons besoin pour initier le processus :

- a) Une lettre d'introduction écrite par l'association, adressée au président ou directeur de l'entité légiférante.
- b) Une requête pour adopter la DUA, expliquant pourquoi cette requête est faite, tout en saisissant l'opportunité pour présenter les références, les capacités et les compétences de l'association ainsi que son expérience à encourager la promotion de la profession et les législations spécifiques.
- c) La proposition d'adoption en elle-même, consistant en un résumé de la requête, le texte de la Déclaration universelle des archives, et une liste de points à inclure pour d'autres initiatives que l'association souhaite poursuivre. Il est inutile de rappeler que la DUA est une opportunité importante pour promouvoir la profession, mais que la déclaration en elle-même n'accomplit rien.

6. Adoption par les administrations publiques dans l'aire géographique de l'association professionnelle. Une fois la DUA adoptée par l'entité légiférante, il est temps d'encourager son adoption par toutes les administrations publiques. C'est une tâche de longue haleine, qui requiert un suivi détaillé par l'association, qui devra alors positionner les requêtes pour l'adoption de la DUA dans son cadre stratégique.

7. Adoption par des organisations privées dans l'aire géographique de l'association professionnelle. La même chose s'applique pour promouvoir l'adoption de la DUA dans le monde privé. Quand bien même elles paraissent loin des problématiques de la DUA, l'adoption de celle-ci par les entreprises privées est un très bon indicateur de la santé d'une démocratie et de l'implication de l'entreprise dans la communauté. Comme indiqué plus haut, la décision de poursuivre l'adoption par une institution spécifique dépendra des stratégies de l'association.

8. Créer un réseau. Comme nous l'avons remarqué, diffuser la DUA est un excellent moyen d'approcher les entités publiques et privées qui seraient autrement hors de notre portée. Le texte de la déclaration peut être adopté par toute organisation qui a pour but de devenir une entité modèle et promouvoir des principes socialement pertinents dans sa politique. De plus, toute entreprise privée qui souhaite améliorer son système de gestion et promouvoir une image de transparence pourrait soutenir la DUA pour des questions de prestige. Après que la DUA a été promue et adoptée, l'entité l'ayant adoptée devrait en faire la publicité auprès de son réseau et de ses contacts. L'organisation devrait annoncer le soutien formel/officiel à ses réseaux, ce qui en retour devrait tisser une toile étroite de contacts, et le travail initié par l'association se retrouverait intégré dans le tissu formé par les organisations et entreprises de sa région.



