

Diplôme de conservateur des bibliothèques

Mémoire d'études / janvier 2012

**L'advocacy des bibliothèques
*vers un modèle à la française ?***

Antony Merle

Sous la direction de Christelle Di Pietro
Chargée des services de veille aux professionnels - ENSSIB

Remerciements

Je remercie très sincèrement ma directrice de mémoire, Christelle Di Pietro, chef de projet Web et des services de veille aux professionnels à l'Enssib, dont je tiens à saluer la disponibilité et la gentillesse. Ses conseils judicieux m'ont permis d'orienter très tôt mes recherches dans la bonne direction et de mener mon travail dans les meilleures conditions.

Résumé :

Confrontées à la concurrence d'Internet et à un contexte budgétaire tendu, les bibliothèques sont invitées, parfois sommées, de faire la démonstration de leur utilité. Elles s'en trouvent souvent démunies : tant devant la nouveauté de l'exigence que face à la radicalité de certaines politiques publiques qui font de la lecture publique une variable d'ajustement du budget. En réaction, les bibliothèques du monde anglo-saxon se sont dotées d'outils propres à d'autres cultures professionnelles, comme l'advocacy. Mais au delà de la singularité de cette démarche, quel est son apport réel pour les bibliothèques et la profession ? De même, l'advocacy, concept anglo-saxon, est-il transposable dans la sphère culturelle française ou nécessite-t-il une adaptation ? Comment forger les outils et les méthodes propres à déboucher sur un ancrage de l'advocacy en France, une véritable culture englobante de défense et de promotion des bibliothèques ?

Descripteurs :

Bibliothèques publiques - - Etats-Unis

Bibliothèques publiques - - France

Bibliothèques - - Marketing

Crise - - Bibliothèques

Communication - - Bibliothèques

Abstract :

Facing Internet competition and budget cuts due to financial crisis, public libraries are invited, sometimes commanded to prove that they are useful. They are often disarmed in front of this new demand and the boldness of certain public policies that dismantle public reading to balance budgets. In view of this

situation, anglo-saxons libraries have introduced specific tools, previously used in other professional cultures, such as advocacy. Beyond the peculiarity of this approach, what is its real value for libraries ? Furthermore, is it possible to relocate the notion in France or does it need an adaptation ? How can french librarians coin specific methods and tools to settle and expand advocacy in their country ?

Keywords :

Public libraries - - United States of America

Public libraries - - France

Public libraries - - Marketing

Libraries and society

Crises - - Public libraries

Droits d'auteurs

Droits d'auteur réservés.

Toute reproduction sans accord exprès de l'auteur à des fins autres que strictement personnelles est prohibée.
--

Sommaire

SIGLES ET ABREVIATIONS	9
INTRODUCTION.....	11
LES FONDEMENTS DE L'ADVOCACY	13
<i>Lobbying et Advocacy : définitions légales.....</i>	<i>13</i>
<i>Une pratique culturelle ancrée géographiquement</i>	<i>14</i>
<i>L'advocacy de bibliothèques, fruit d'un contexte.....</i>	<i>15</i>
<i>Les fondements politiques de l'advocacy des bibliothèques</i>	<i>19</i>
<i>De l'éthique dans l'advocacy des bibliothèques</i>	<i>19</i>
<i>L'advocacy à l'échelle internationale.....</i>	<i>23</i>
L'ADVOCACY DES BIBLIOTHEQUES : UNE DEMARCHE PRATIQUE	25
<i>Les formes pratiques de l'advocacy des bibliothèques</i>	<i>25</i>
Communication auprès des décideurs politiques	25
Visites et rendez-vous	25
Courriers.....	26
Appels téléphoniques.....	27
Communication envers la presse et les médias	27
Programmes à destination du public	29
Défense de principes éthiques.....	32
Appels à contribution	34
Levée de fonds auprès des usagers : le cas de la NYPL	34
Autres exemples de contributions d'usagers.....	35
<i>Les boîtes à outils d'advocacy.....</i>	<i>38</i>
Moment théorique	39
Moment pratique.....	39
L'exemple canadien	41
L'exemple australien.....	42
<i>L'exemple de Seattle : susciter le consensus autour de la construction d'une nouvelle bibliothèque</i>	<i>43</i>
En amont : les clés du succès.....	43
La méthode « Deborah Jacobs ».....	44
L'implication du public	44
L'implication des décideurs et des médias	45
L'implication du personnel et des syndicats.....	45
VERS UNE CULTURE DE L'ADVOCACY EN FRANCE	47
<i>Pourquoi faire de l'advocacy des bibliothèques en France.....</i>	<i>47</i>
Eviter le scénario britannique	47
L'advocacy est-il soluble dans la culture française ?.....	48
Un modèle politique particulier.....	48
L'adaptation nécessaire au paysage institutionnel et professionnel.....	49
Un contexte national qui plaide pour l'introduction de l'advocacy	50
<i>État des lieux des pratiques d'advocacy en France</i>	<i>51</i>
L'exemple de l'Association Française des Bibliothécaires.....	51
Les usagers-advocates : l'exemple d'une mobilisation populaire autour de la défense d'une bibliothèque de quartier.....	53
L'exemple Anzinois de communication	54

<i>Advocacy des bibliothèques en France : les outils à développer</i>	55
Savoir communiquer avec les médias	55
Le référent	56
Comment retenir l'attention d'un journaliste.....	56
Les bons réflexes à adopter	56
S'adapter à la nouvelle donne de l'information.....	57
Développer le mécénat	58
Investir la notion de rentabilité économique des bibliothèques de lecture publique	60
CONCLUSION	61
BIBLIOGRAPHIE	63
<i>Les fondements de l'advocacy</i>	63
<i>L'advocacy des bibliothèques : une démarche pratique</i>	65
<i>Vers une culture de l'advocacy en France</i>	68
<i>Monographies</i>	69
<i>Sites institutionnels</i>	69

Sigles et abréviations

ABF : Association des Bibliothécaires Français

ALA : American Library Association

CLA : Canadian Library Association

ALIA : Australian Library and Information Association

DLL : Direction du Livre et de la Lecture

CVR : Commission de Vérité et de Réconciliation

EVP : Équivalent Valeur Publicitaire

NYPL : New York Public Library

OCLC : Online Computer Library Center

SPL : Seattle Public Library

BBF : Bulletin des Bibliothèques de France

BmL : Bibliothèque municipale de Lyon

IFLA : International Federation of Library Associations

Introduction

« If we are strong, our strength will speak for itself. If we are weak, words will be of no help »

John F. Kennedy

Il n'est pas de meilleure phrase que celle de John Fitzgerald Kennedy pour exprimer ce qu'est véritablement l'advocacy, saisir le sens de cette notion multiforme, complexe et sans vraiment d'équivalent en français. Il est pourtant crucial d'en expliciter la singularité et l'utilité car elle s'est déjà révélée très précieuse dans la sphère culturelle anglo-saxonne, appliquée à l'univers de la lecture publique.

En effet, confrontées à la concurrence d'Internet, des statistiques de fréquentation en baisse régulière et à un contexte budgétaire tendu, les bibliothèques sont véritablement entrées dans l'ère du soupçon. Sur la défensive, elles sont invitées, parfois sommées de faire la démonstration de leur utilité. Elles s'en trouvent souvent démunies : tant devant la nouveauté de l'exigence que face à la radicalité de certaines politiques publiques qui font de la lecture publique une variable d'ajustement du budget. En réaction, les bibliothèques aux Etats-Unis, et dans d'autres pays anglo-saxons se sont dotées d'outils nouveaux pour leur défense, les ont intégrés dans une démarche globale, l'advocacy. Car nous sommes bien là face à un concept totalisant, qui s'envisage de manière systémique et ne saurait être réduit à de simples mesures de communication institutionnelle.

Face au caractère complexe et englobant de la démarche d'advocacy, l'objet de ce mémoire consistera à tracer les contours théoriques de la notion, ses fondements éthiques, culturels, les modalités de son adaptation à l'univers de la lecture publique. Ensuite, la réflexion portera sur l'exécution de la méthode dans la sphère culturelle américaine, sur ses aspects pratiques et ses applications formelles dans le métier : quels outils sont mis en œuvre, à quels niveaux et par quels acteurs ? A travers un panorama international, il s'agira aussi de comprendre quels sont les apports d'une telle démarche à la fois pour le métier de bibliothécaire et pour la lecture publique.

Enfin la réflexion portera sur l'adaptation du concept à la culture en France. En effet n'est pas déraisonnable de se demander si l'advocacy, concept anglo-saxon, est bien transposable à la culture française. Au delà de cette question bien légitime, il s'agit également de s'interroger sur les voies possibles de l'acculturation de cette démarche. Il s'agira ainsi de s'interroger sur les outils à forger, les méthodes propres à déboucher sur un ancrage durable de l'advocacy des bibliothèques en France, une culture partagée de défense et de promotion de la lecture publique.

Les fondements de l'advocacy

L'advocacy, en tant que concept propre dans les pays anglo-saxons évoque rarement quelque chose de défini en France. Il est souvent assimilé au lobbying, à une démarche de communication et de marketing ayant pour objectif de défendre les intérêts d'un groupe particulier de la société aux yeux des décideurs politiques. Même aux Etats-Unis, le terme est nébuleux, souvent galvaudé, employé comme synonyme de « défense », de « promotion » ou de « lobbying ». Cet usage n'est pas forcément incorrect en soi, mais il est souvent réducteur.

Lobbying et Advocacy : définitions légales

Aux Etats-Unis, la pratique désignée sous le vocable « lobbying » possède une définition légale stricte : elle est rangée dans la catégorie des activités non lucratives. Cette définition est encadrée par l'IRS (*Internal Revenue Service*), agence gouvernementale chargée de la perception de l'impôt. Cette pratique comprend généralement toute activité qui consiste à demander aux décideurs politiques d'adopter une position particulière sur la législation, directement ou indirectement. L'IRS fait cependant une distinction entre le lobbying direct « direct lobbying » et le lobbying grand public « grassroots lobbying ». L'IRS considère qu'une organisation exerce un lobbying direct lorsqu'elle tente d'influencer la législation au moyen d'une communication qui remplit trois conditions particulières¹ :

1. Directement adressée à un parlementaire ou un employé d'un corps législatif ;
2. Fait référence à une législation spécifique ;
3. Emet un point de vue sur cette législation.

Le lobbying grand public quant à lui se caractérise par quatre éléments² :

1. Il est directement adressé à l'opinion publique ;
2. Il se réfère à une législation particulière ;
3. Il émet un point de vue sur cette législation ET
4. encourage le public à réagir activement, dans le respect de la loi.

En revanche, dans le langage courant, les Américains rapportent au lobbying toute conversation à propos d'enjeux particuliers avec des hommes politiques.

L'advocacy quant à elle, regroupe toute activité qu'une personne morale ou physique choisit de mener pour influencer les politiques publiques. Le flou artistique qui entoure le concept laisse une grande latitude dans son acception. Beaucoup considèrent que l'advocacy est un négatif de tout ce qui n'est pas spécifiquement du lobbying. On observe pourtant que les deux notions sont similaires : comme le lobbying, l'advocacy est un processus politique impulsé par une personne ou un groupe et qui cherche à influencer les décisions dans les sphères politiques, économiques, sociales. Ce qui différencie fondamentalement l'advocacy du lobbying, c'est qu'elle ne se limite pas seulement à la défense d'intérêts, mais se fonde aussi sur un socle de principes moraux ou éthiques, voire parfois religieux. Elle peut prendre une multitude de formes, comme

¹ IRS Reg. 56.4911-2(b)(1)(ii)

² op-cit

les campagnes de relations presse (nous reviendrons plus avant sur ce point), des prises de paroles publiques, des publications, des commandes d'études ou de sondages, des manifestations publiques ou des procédures de type « friend of the court »³. C'est une notion totalisante et protéiforme qui englobe le lobbying tout en le dépassant.

Outre-Atlantique, l'advocacy est un métier à part entière, exercé par des *advocates* ou des *advocacy groups*. Les groupes d'advocacy se distinguent des partis politiques qui cherchent à influencer sur la législation du pays en gouvernant. Ils se définissent comme des organisations qui tendent à influencer la politique du gouvernement, mais sans gouverner⁴. Cette définition comprend les mouvements sociaux, parfois aussi des réseaux ou organisations qui sont orientés vers le progrès social, la défense de l'environnement, la santé ou l'éducation.

Aujourd'hui, les groupes d'advocacy sont des acteurs importants de la démocratie américaine. Selon Young et Everitt, ils ont cinq fonctions clés⁵ :

- Participer au processus d'élaboration de meilleures politiques publiques ;
- S'assurer que le gouvernement rende des comptes aux citoyens ;
- Donner une voix aux citoyens sous ou mal représentés ;
- Mobiliser les citoyens pour qu'ils s'impliquent mieux dans le processus démocratique ;
- Prendre part au développement d'une culture démocratique dans la société.

Si l'advocacy s'exerce avant tout au niveau local, régional et national, il tend à devenir transnational. Le phénomène de mondialisation accéléré ces dernières décennies fait que l'échelle de résolution d'un problème ou de défense d'une cause se globalise. L'existence pérenne de réseaux d'advocacy tel que World Advocacy ou The Advocacy Institute démontre le poids croissant de cette branche.

Une pratique culturelle ancrée géographiquement

L'advocacy n'a pas vraiment d'équivalent en France, parce que la notion procède avant tout d'une conception de la société qui prévaut dans la sphère anglo-saxonne. La tradition Tocquevillienne et libérale met en avant le caractère essentiel de la société civile dans l'équilibre des pouvoirs : de fait, ses revendications doivent être prises en considération par l'État. Pour les anglo-saxons, l'État ne peut seul assumer la charge du bien commun, ses prérogatives doivent être restreintes. Dès lors, il importe que pour que la démocratie fonctionne, l'Etat entretienne de bonnes relations avec la société civile. Dans cette perspective, l'advocacy en tant que pratique d'influence est une forme de mise en relation entre décideurs politiques et société civile, au même titre que les corps intermédiaires comme les syndicats. Cette lecture est celle de la théorie pluraliste, dont les principaux auteurs sont les pères fondateurs de la démocratie américaine. Au XXème siècle, cette théorie a été reprise par Robert Dahl, David Truman et Arthur Bentley, tous américains. Selon cette même théorie, les groupes latents sont censés se mobiliser de concert dès qu'ils sentent leurs intérêts menacés et font contrepoids au pouvoir des

³ Friend of the court ou *amicus curiae* : procédure dans laquelle un tiers qui n'est pas partie prenante dans la procédure remplit un mémoire ou une argumentation et le dépose devant un tribunal pour aider la cour à trancher une matière <<http://legal-dictionary.thefreedictionary.com/Friend-of-the-court+brief>>

⁴ Young Lisa, Everitt Joanna, 2005, *Advocacy Groups*, UBC Press [en ligne] <http://books.google.com/books?id=WM1ZCvImXeUC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. P 5. Consulté le 29 mai 2011.

⁵ Young & Everitt op-cit, p20

groupes dominants. Cette vision systémique postule une forme d'équilibre démocratique bénéfique à la société⁶.

Du côté de l'école de Francfort, Jürgen Habermas estime aussi que les sociétés civiles constituent un niveau médian qui met en relation les pouvoirs publics et les citoyens. Ces groupes intermédiaires favorisent la participation des citoyens dans la définition des règles qui structurent la société et permettent d'évaluer le niveau de pluralisme et de liberté dans une société ouverte et démocratique. On peut noter que cette description s'applique uniquement à l'advocacy et non au lobbying car elle exclut de la notion de « société civile » les groupements d'intérêts économiques organisés (les entreprises, par exemple) et les syndicats. Habermas estime que « les déficits démocratiques se font sentir chaque fois que le cercle des personnes qui participent aux décisions démocratiques ne recoupe pas le cercle de ceux qui subissent les conséquences de ces décisions. »⁷

Dans la sphère culturelle française, l'advocacy, comme le lobbying, pourrait tomber sous le coup de la critique rousseauiste. L'expression d'intérêts particuliers de tel ou tel groupe menace l'administration de l'intérêt général, que seul l'État peut arbitrer. Influencer sur les décideurs politiques en contournant les urnes serait un déni de démocratie. C'est dans cet esprit que la loi Le Chapelier est promulguée en 1791⁸. La République Française proscrit les coalitions, le compagnonnage et toutes les formes d'associations censées entraver la liberté de métier et pire, la capacité du législateur de décider en fonction des seuls critères du bien commun. Enfin, la tradition française refuse également l'idée d'un mandat impératif du législateur : les élus du peuple ne doivent pas s'obliger à l'égard des intérêts privés, locaux, professionnels mais bien de ceux de la Nation toute entière.

Au final, l'advocacy a pu se développer dans une culture anglo-saxonne qui considère que les lois ainsi que les décisions des hommes politiques doivent procéder d'un compromis entre les demandes diverses et parfois contradictoires des différents groupes qui composent la société. En France la notion heurte en revanche la tradition hégélienne qui voit en l'État l'instrument rationnel du dépassement des intérêts particuliers au nom de l'intérêt général.

L'advocacy de bibliothèques, fruit d'un contexte

Nous l'avons vu précédemment, l'advocacy est une notion qui s'est appliquée en premier lieu à la justice sociale, à la santé, l'environnement, l'éducation. Les bibliothèques sont donc des candidates logiques à la mise en œuvre de démarches d'advocacy.

Le contexte s'y prête largement, car depuis plus d'une décennie elles sont confrontées à une conjonction de nouvelles concurrences parmi lesquelles la montée en puissance d'internet et de la dématérialisation, l'érosion régulière du nombre d'inscrits et les coupes budgétaires qui affectent un nombre croissant d'établissements aux Etats-Unis et au Royaume-Uni. Les bibliothèques ont fait par le passé la démonstration de leur capacité d'adaptation aux évolutions technologiques ainsi qu'aux nouvelles pratiques de leurs usagers ; mais les années 2000 semblent constituer un point de bascule.

⁶ Saurugger, Sabine. *Les groupes d'intérêts entre démocratie associative et mécanismes de contrôle*, Raisons politiques 2/2003 (N° 10), p. 151-169.

⁷ Habermas, Jürgen. *Après l'État-nation, une nouvelle constellation politique*, Paris, Fayard, 2000, p.132

⁸ avant d'être abrogée en 1884.

D'abord le phénomène de l'émergence de la société de loisirs combiné à la démocratisation d'Internet a généré une explosion de l'offre en matière de consommation culturelle. La bibliothèque, auparavant institution culturelle incontournable s'est retrouvée face à une concurrence déloyale qui propose à l'internaute un monde de possibilités sans se déplacer de chez lui : lecture de la presse, recherche documentaire, visionnage d'images et de vidéos. Mais il faut souligner que le changement de pratiques de consommation de la culture procède de tendances structurelles lourdes, comme l'individualisation. Selon Christophe Evans⁹, ce phénomène à l'œuvre dans les sociétés occidentales contemporaines se double d'une prise de distance vis-à-vis des pratiques légitimes comme la lecture de livre et des institutions qui la promeuvent. La pression sociale se faisant moins forte, les individus se consacrent plus volontairement à des activités à faible contrainte. La lecture passe donc de moins en moins par le livre et se fait interstitielle : on lit par bribes en piochant sur son écran de téléphone portable, d'ordinateur, dans les gratuits du type *20 minutes* ou *Metro*. La lecture en tant que pratique culturelle n'est donc pas menacée, mais elle connaît une phase de reconfiguration. Or dans un même temps, l'image de la bibliothèque est restée (à tort) trop largement associée au livre. Cette situation est paradoxale alors que la profession s'est engagée dans une démarche d'innovation, de diversification des services pour s'adapter aux besoins des usagers. Pascal Wagner, président de l'ABF revient très justement sur ce basculement social des missions des bibliothèques : « Jusqu'à présent, les bibliothèques détenaient leur légitimité de leurs collections. Maintenant, elles la tiennent surtout de leur capacité à proposer des services et à s'adresser à des publics très différents. Il leur faut donc affirmer cette légitimité. En même temps, elles doivent changer leur image, qui est vieillotte et ne correspond plus du tout à ce qu'elles font. »¹⁰

La deuxième menace latente trouve son origine dans l'érosion récente, mais régulière du taux d'inscrits en bibliothèque. Or, la fréquentation est devenue un enjeu majeur : elle fonde l'appréciation des élus et des contribuables sur l'utilité in-fine de ces équipements. Là encore, on assiste à un point de bascule. En effet, lors de la parution en 1998 de l'enquête « Pratiques culturelles de Français 1997 », la profession se félicite des bons chiffres qui s'en dégagent. En dix ans, le nombre d'inscrits en bibliothèques a progressé de 16% à 20% ; mieux, le nombre d'usagers non-inscrits a lui aussi bondi de 7% à 11%, démontrant ainsi que les équipements sont en phase avec les nouvelles pratiques culturelles. Pourtant, ces bons chiffres sont vite tempérés par la sortie en 2001 d'une synthèse des données de la Direction du Livre et de la Lecture (DLL) de 1999 : il en ressort un déclin du taux d'inscrits. Il est d'ailleurs intéressant de noter que la surprise s'accompagne par une phase de déni. Jean-Sébastien Dupuit, alors directeur du livre note en avant propos de la synthèse « *Je sais que beaucoup des lecteurs de ces données 1999 seront surpris par la légère érosion du nombre d'inscrits dans les bibliothèques. C'est pourquoi je tiens à relativiser ce fait inédit durant la décennie écoulée* »¹¹. Un an après, la baisse s'accroît et Jean-Sébastien Dupuit se refuse pourtant à y voir le symptôme d'un renversement de tendance en se reportant sur « *les limites de l'outil statistique actuel* »¹². En 2008, la nouvelle enquête sur les pratiques culturelles des français rejoint les chiffres de la DLL. La décennie qui vient de s'écouler marque bien une baisse de la fréquentation par les usagers inscrits comme non-inscrits.

⁹ *Le métier du bibliothécaire*, Ouvrage collectif sous la direction d'Yves Alix, Editions du Cercle de la Librairie, 2010, p 60.

¹⁰ Girard, Hélène. *Savoir communiquer pour affirmer sa légitimité*, La Gazette des communes, N°25/2083, 20 juin 2011.

¹¹ *Bibliothèques municipales, bibliothèques départementales de prêt : données 1999*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 2001.

¹² *Bibliothèques municipales, bibliothèques départementales de prêt : données 2000*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 2002

Le mythe d'une compensation naturelle entre les deux types de visite est catégoriquement dissipé par Olivier Donnat « *Le nombre d'utilisateurs non inscrits n'a pas augmenté au cours de la décennie.* »¹³ Au total, la proportion d'utilisateurs dans la population est passée de 31% à 28% de 1997 à 2008 et le taux d'inscrits est tombé en dessous de 15%¹⁴.

La baisse interroge d'autant plus qu'elle semble plus forte dans les grands établissements récents et emblématiques, qui font la fierté de la profession : Vénissieux (- 31 %), Évreux (- 30 %), Orléans (- 28 %), Villeurbanne (- 24 %), Nice (- 23 %), Poitiers (- 22 %), Châlons-en-Champagne (- 20 %), Limoges (- 20 %), Blois (- 17 %), La Rochelle (- 17 %), Chambéry (- 16 %), Reims (- 16 %), Toulouse (- 10 %), Montpellier (- 9 %)¹⁵.

Enfin, l'érosion de la fréquentation s'est accompagnée d'une autre tendance : son vieillissement. Entre 1997 et 2008, les seules classes d'âge qui progressent encore à l'inscription sont les plus âgées, soit 55-64 ans et 65 ans et plus. En revanche, les classes les plus jeunes se désintéressent de plus en plus de la bibliothèque. Cette génération habituée au libre accès à toutes les ressources a du mal à concevoir les équipements de lecture publique comme des lieux indispensables à son épanouissement culturel. Le travail récent d'enquête mené par Virginie Repaire et Cécile Toutou sur les 11-18 ans montre bien que pour cette tranche d'âge, la bibliothèque, plus qu'un lieu en phase avec leurs formes d'expressions culturelles, est l'endroit institutionnel du travail. Pour 23% d'entre eux, elle est surtout dédiée aux « *jeunes qui font des études* », tandis que pour 21% des interrogés, elle sert à ceux « *qui n'ont pas de place pour travailler chez eux* »¹⁶. Les 11-14 ans sont certes 50% à estimer que la bibliothèque est un lieu « *pour se détendre, passer un moment* » ce chiffre s'effondre chez les 11-18 ans (34%). Cela traduit le fait que les jeunes générations ne sentent pas leurs aspirations prises en compte par l'institution bibliothèque. Ils l'assimilent à un lieu qui ne les concerne pas, car avant tout dédié à d'autres générations.

C'est parce que les bibliothèques semblent en déclin relatif sur ces deux secteurs, nouvelles technologies et fréquentation, qu'elles se sentent plus vulnérables vis-à-vis des décideurs politiques et des citoyens. De fait la crise économique de 2008 qui a précipité les finances publiques dans le rouge vif, constitue aujourd'hui la principale menace qui pèse sur les bibliothèques.

Dans le monde anglo-saxon, les coupes budgétaires sont directement à l'origine de fermeture partielle ou définitive de centaines de bibliothèques. Aux Etats-Unis, la ville de Detroit, Michigan envisage de fermer la quasi-totalité de son réseau (18 annexes sur 23) et de se séparer de la moitié de ses salariés à cause d'un déficit de onze millions de \$. Cette situation survient dans un contexte social catastrophique : dans cette ville sinistrée par le déclin de l'industrie automobile, le taux d'analphabétisme atteint 47%. Le cas de Détroit n'est évidemment pas isolé et les fermetures d'établissements de lecture publique dans les collectivités se multiplient en Californie, dans l'Arizona...

En Grande-Bretagne ce sont 523 bibliothèques qui ferment, victimes des réductions budgétaires des *City Councils*, les conseils municipaux des villes¹⁷. Selon le Chartered Institute, ce sont quatre à six mille emplois de bibliothécaires qui sont menacés, alors

¹³ Donnat, Olivier. *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*, Paris, La Découverte/Ministère de la Culture et de la Communication, 2009, p. 176.

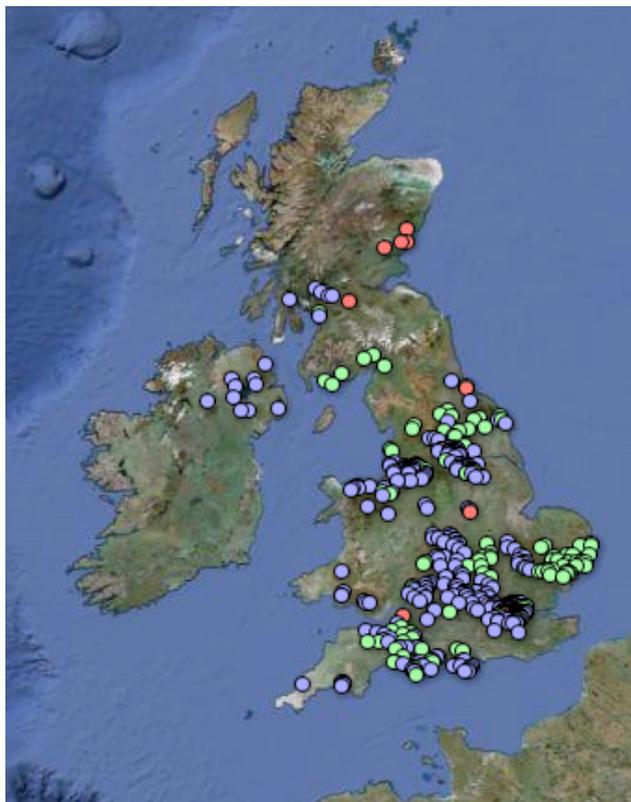
¹⁴ Poissenot, Claude. « La fréquentation en questions », *BBF*, 2010, n° 5, p. 67-72.

¹⁵ Poissenot, Claude. *op. cit.*, p.67-72.

¹⁶ Repaire, Toutou. *Les 11-18 ans et les bibliothèques municipales*, Paris, BPI/Centre Pompidou, 2010.

¹⁷ Butler, Patrick. *How have the cuts affected libraries, swimming pools and parks ?*. *The Guardian*. [en ligne] < <http://www.guardian.co.uk/society/2011/mar/30/public-spending-cuts> > Consulté le 29 août 2011

que mille postes ont déjà été supprimés entre 2009 et 2010. Ces coupes visent l'économie de 395 millions d'euros sur quatre ans. Une carte consultable sur Internet et réalisée par Ian Anstice, un bibliothécaire anglais permet de mieux prendre la mesure du phénomène¹⁸ :



*Rose : fermeture forcée de la bibliothèque
Mauve : bibliothèques menacées de fermer
Vert : bibliothèques « rescapées » d'une procédure de fermeture*

En France, la situation semble moins critique. A part quelques cas isolés, les bibliothèques ne semblent pas faire l'objet d'un ajustement massif des finances publiques locales. Cependant, la conjonction des trois menaces évoquées dans cette partie contribue à les fragiliser et à créer un climat anxigène dans la profession. Pourtant, les bibliothèques ne manquent pas d'atouts : la transformation qu'elles entreprennent depuis des années pour s'adapter, voire devancer les besoins du public commence à porter ses fruits. Cette mue s'opère à tous les niveaux : mise en œuvre de politiques documentaires, de services, action culturelle, accès à distance... Il manque à ce nouveau visage une stratégie d'image globale et cohérente. La démarche d'advocacy est un levier puissant pour renverser cette situation ; contrairement aux outils limités que sont la communication et le marketing, elle bénéficie de fondements politiques et éthiques qui la rendent pertinente pour renforcer la position des bibliothèques dans la société.

¹⁸ Anstice, Ian. *Carte des fermetures de bibliothèques publiques au Royaume-Uni* [en ligne] <<http://maps.google.co.uk/maps?f=q&source=embed&hl=en&geocode=&q=http:%2F%2Fmaps.google.co.uk%2Fmaps%2Fms%3Foe%3DUTF8%26client%3Dfirefox-a%26ie%3DUTF8%26hl%3Den%26msa%3D0%26msid%3D210849821991286385577.00049636af20aee18bb14%26output%3Dkml&sll=53.800651,-4.064941&sspn=11.279519,37.353516&ie=UTF8&t=h&ll=54.775346,-3.735352&spn=8.626072,19.753418&z=6>> Consulté le 29 août 2011

Les fondements politiques de l'advocacy des bibliothèques

Il existe deux principales raisons d'impulser une démarche d'advocacy des bibliothèques : politique et éthique. Nous passerons rapidement sur le volet politique sur lequel nous reviendrons plus tard.

Dans une période de crise économique et de bouleversements technologiques et sociologiques des modes de consommation de la culture, l'advocacy peut répondre à la nécessité de la lecture publique de défendre sa place au sein des politiques publiques. Ce besoin serait d'autant plus impérieux que les bibliothèques évoluent dans un contexte concurrentiel où elles ne sont pas les seules à agir : les musées, les théâtres, les cinémas, les associations jouent également un rôle déterminant au sein des politiques publiques de la culture. On pourrait formuler la critique selon laquelle cette démarche est purement défensive et s'apparente à du lobbying classique : adresser aux tutelles une série d'arguments solidement étayés afin de conserver ou gagner des budgets. Mais les décideurs politiques ne s'étonnent pas de constater que les bibliothécaires puissent soutenir, avec talent parfois, leur propre filière. Ce qui peut en revanche les surprendre, c'est de constater un soutien massif et univoque de la part des citoyens. C'est ce que propose de susciter le programme d'advocacy des bibliothèques.

Il est vrai que les établissements de lecture publique ressentent souvent un certain désarroi lorsqu'il s'agit de se faire valoir, d'entrer en concurrence face à d'autres services publics. En France peut-être plus qu'ailleurs, elles ignorent pourtant qu'elles bénéficient d'un appui répandu dans la population. Cet appui est souvent tacite, dormant et il convient évidemment de le réveiller et de le rendre actif pour pouvoir en récolter les fruits. Mais d'un strict point de vue électoral, il est encourageant de rappeler que la base d'utilisateurs actifs des bibliothèques correspond aussi à celle des votants informés ; les décideurs politiques en ont bien conscience.

Il n'est pas nécessaire de rappeler que l'appui citoyen ne se décrète pas du jour au lendemain : c'est l'œuvre d'un travail patient sur la durée. Ce n'est d'ailleurs pas un travail que les bibliothécaires ont à réaliser seuls. Dans les milieux associatifs, scolaires, parmi les usagers et la population, d'autres bonnes volontés sont prêtes à venir en renfort pour peu qu'on leur fournisse les outils et les chiffres et qu'on leur fasse clairement savoir qu'on a besoin d'elles.

Cette dimension collective est essentielle dans la démarche d'advocacy. Il s'agit d'associer les populations de façon pertinente pour qu'elles se sentent naturellement impliquées dans la défense et la promotion de leur service public. Elles ont parfaitement conscience que la défense des budgets est la garantie et la condition d'un service de qualité dont elles sont les destinataires finales. Convenablement impliqués, les citoyens sont des auxiliaires précieux pour inscrire les bibliothèques dans l'agenda politique et institutionnel. Avant de revenir plus longuement sur les occasions pratiques d'associer le public à la démarche d'advocacy à travers des études de cas, il est essentiel d'exposer ce qui est au cœur de la notion et fait sa spécificité : sa dimension éthique.

De l'éthique dans l'advocacy des bibliothèques

Il apparaît clairement que les deux fondements de l'advocacy des bibliothèques, politique et éthique, restent intimement liés. C'est l'allocation de ressources décidée en dernier ressort par les tutelles qui conditionne pour beaucoup la qualité du service délivré aux usagers. Or le rôle de la bibliothèque dans une société libre et ouverte n'est

pas anodin. Elle répond à des fonctions sociales, culturelles, d'accès à l'information essentielles ; elle se donc place au cœur de la vie citoyenne. Selon Peter Johan Lor, le bibliothécaire, en exerçant son métier, participe de cette mission démocratique¹⁹. Ainsi, les intentions de l'advocacy des bibliothèques sont directement reliées à trois grands principes fondamentaux : la liberté, l'équité, la cohésion sociale. On peut considérer que ces trois volets sont intimement liés au rôle de médiation du bibliothécaire. En la matière, il convient de se reporter aux cinq lois des sciences de l'information et des bibliothèques proposées par S. R. Ranganathan. Son système est considéré par beaucoup de professionnels à travers le monde comme une base et une référence de leur activité²⁰.

Ces lois sont les suivantes²¹ :

1. les livres sont faits pour être ouverts

Cette première loi constitue une base pour les services de toute bibliothèque. Ranganathan a observé que les livres étaient souvent enchaînés aux rayonnages pour éviter leur désherbage. Le stockage et de la conservation sont la finalité. Il ne rejette pourtant pas l'importance de ces activités, mais affirme que leur but ultime doit être l'utilisation et la promotion de la ressource. Un livre qui n'est jamais ouvert n'a aucune valeur. En mettant l'accent sur l'utilisation, Ranganathan reporte l'attention sur des problématiques aujourd'hui encore au cœur des débats : l'emplacement de la bibliothèque, la politique en matière de prêts et d'horaires d'ouverture, les outils de gestion des collections tels que la politique documentaire...

2. A chaque usager son livre

Cette loi suggère que chaque citoyen doit pouvoir accéder à la ressource documentaire dont il a besoin. En France, « *la Nation garantit l'égal accès de l'enfant et de l'adulte à l'instruction, la formation professionnelle et à la culture* »²² ; comme les missions des bibliothèques sont à la croisée entre l'instruction, la formation et la culture, tout individu doit pouvoir bénéficier d'un égal accès à un service de bibliothèque. Ce principe impose aux bibliothécaires d'importantes obligations, des devoirs. En particulier, ils doivent se poser en professionnels doués d'une connaissance directe de leur public. Cette connaissance doit servir à établir des collections en lien étroit avec ses intérêts et ses besoins particuliers. Enfin, les bibliothécaires doivent savoir promouvoir les services qu'ils mettent en œuvre afin d'attirer à la bibliothèque un public toujours plus nombreux.

3. A chaque livre son lecteur

Ce principe est directement lié à la deuxième loi en ce qu'il se concentre sur la ressource en elle-même, affirmant que chacune d'entre elle est susceptible de rencontrer l'intérêt d'un ou plusieurs usagers. Pour Ranganathan, il existe toute une palette d'outils et de techniques pour favoriser cette rencontre. L'une d'entre elle consiste à déployer l'accès le plus facile possible à la collection, par l'intermédiaire de la présentation des livres en « facing »²³.

¹⁹ Johan Lor, Peter. *Ethics and advocacy* (Congrès de Leipzig), IFLA/FAIFE in the context of IFLA's international advocacy. P.41.[Google Books]

< <http://books.google.com/books?hl=fr&lr=&id=XFAsAAvJYncC&oi=fnd&pg=PA41#v=onepage&q&f=false> > Consulté le 30 août 2011.

²⁰ Koehler, Wallace, Jitka Hurych, Wanda Dole, and Joanna Wall. "Ethical Values of Information and Library Professionals – An Expanded Analysis." *International Information & Library Review*. N° 32. 2000.

²¹ Ranganathan, *The Five Laws of Library Science* [En ligne] <<http://hdl.handle.net/2027/uc1.b99721>> Consulté le 30 août 2011.

²² Préambule de la Constitution de la Ve République Française.

²³ Rubin, Richard E. *Foundations of Library and Information Science*. 2^{ème} édition, New York, Neal-Schuman Publishers. 2004.

4. Faire gagner du temps au lecteur

Cette loi met en lumière que ce qui fonde le degré d'excellence d'une bibliothèque, c'est sa capacité à rencontrer les besoins de l'utilisateur efficacement. Cela passe par une politique élaborée d'accueil des publics, par une réflexion sur l'aménagement physique des collections dans le bâtiment.

5. La bibliothèque est un organisme en expansion

Cette dernière loi souligne la nécessité d'une bibliothèque d'être en évolution constante. L'organisation interne doit faire l'objet d'une réflexion à tous les niveaux : fonctionnement de l'organigramme, organisation physique des collections, modes de management...²⁴ Ranganathan va encore plus loin en arguant de la nécessité d'une croissance régulière des espaces de stockage, de conservation, de lecture.

En examinant les trois premières lois de Ranganathan, on s'aperçoit qu'elles se rapportent toutes à l'un des rôles essentiels du bibliothécaire : mettre en contact de l'information (texte, son, image) avec des usagers. Mais ce schéma de médiation peut échouer dans deux cas de figure :

1. L'information mise à disposition n'atteint pas sa cible ;
2. Les usagers échouent pour une raison ou pour une autre à recevoir l'information mise à disposition.

La plupart du temps, ces échecs trouvent leur cause dans des barrières de type économique, sociale et culturelle, qui entravent la création, la transmission et la réception de l'information. Selon Peter Johan Lor, il est possible d'en dresser une typologie en trois points :

1. Les barrières politiques et culturelles : elles prennent souvent la forme d'une censure et menacent la liberté d'expression et le droit à l'accès à l'information ;
2. Les barrières de type légal : elles se présentent sous forme de multiples restrictions liées à la propriété intellectuelle et menacent l'accès à l'information des usagers les moins fortunés ;
3. Les barrières socio-économiques : elles se matérialisent en tant que désavantages sociaux en termes d'éducation, d'opportunités économiques et de loisirs. Elles favorisent l'exclusion sociale.

Ainsi, le rôle de médiation du bibliothécaire peut se retrouver confronté à trois enjeux d'ordre éthique en rapport avec les obstacles évoqués ci-dessus : la liberté, l'équité et l'exclusion sociale.

La liberté est très directement liée à l'accès à l'information et à la liberté d'expression.

L'article 19 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et du Citoyen revient sur ce principe :

« Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit. »

²⁴ Rubin. Op cit.

Cela est d'ailleurs parfaitement logique car un renvoi aux deux faces d'une même liberté est fait : celle du créateur à créer de l'information ou des idées et celui de l'utilisateur à accéder à ces dernières. De nombreuses formes de censure opposent des obstacles aux processus de création, de transmission et de réception. Dans le domaine des bibliothèques, cette problématique porte sur les collections et fait l'objet d'un paragraphe dans le Manifeste de l'Unesco sur la bibliothèque publique (IFLA, 1994) :

« Les collections et les services ne doivent être soumis ni à une forme quelconque de censure idéologique, politique ou religieuse, ni à des pressions commerciales. »

De son côté, l'équité fait référence aux relations économiques censées être justes et égalitaires entre les différents acteurs de la dissémination et de la livraison de l'information : créateurs (auteurs et artistes), intermédiaires (éditeurs, libraires, agrégateurs de contenus et bibliothécaires) et consommateurs (usagers, lecteurs, publics) qui peuvent aussi devenir des créateurs. Chacune de ces parties dépend des autres. Chacun dispose de droits mais de pouvoirs inégaux pour les exercer.

« 1. Toute personne a le droit de prendre part librement à la vie culturelle de la communauté, de jouir des arts et de participer au progrès scientifique et aux bienfaits qui en résultent.

« 2. Chacun a droit à la protection des intérêts moraux et matériels découlant de toute production scientifique, littéraire ou artistique dont il est l'auteur. »

Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et du Citoyen, article 27

Dans un monde idéal, les droits et les pouvoirs se contrebalancent : lorsque des déséquilibres apparaissent, des obstacles à la création et à la transmission et la réception de l'information sont générés.

Mais dans le contexte socio-économique actuel, l'approche uniquement juridique basée sur les droits de l'homme atteint vite ses limites. Il faut faire appel à des notions de justice sociale pour établir une base véritablement éthique à la discussion.

Cet angle de la justice sociale renvoie à celle de la cohésion de la société : elle a beaucoup à voir avec le groupe des usagers de l'information. Il existe une multitude de facteurs économiques et sociaux qui conduisent à la marginalisation d'individus ou de groupes d'individus dans la société, les privant de l'information qui reste accessible aux autres. Il ne s'agit pas seulement du manque d'informations susceptibles d'améliorer leur qualité de vie. Plus fondamentalement, c'est l'absence de conscience chez ces individus que l'information peut améliorer leur situation et leur vie : ils manquent des compétences de base pour la chercher et l'utiliser à leurs propres fins. L'exclusion, la discrimination et la marginalisation créent des obstacles à la création, la transmission et la réception de l'information. Cette situation est inacceptable, tant en terme de droits de l'homme que de justice sociale.

C'est pourquoi la mise en place d'une démarche d'advocacy des bibliothèques n'est pas seulement le masque vertueux d'un corporatisme qui ne se soucierait que des intérêts de la profession. Le travail des bibliothécaires permet de rétablir le déséquilibre généré à la fois par le droit et par les lois du marché, ce qui fonde clairement le socle moral de

l'advocacy des bibliothèques. La société démocratique dans son ensemble a intérêt à disposer d'un réseau de lecture publique développé pour renforcer les valeurs qui lui permettent de fonctionner : la liberté, l'équité et la cohésion sociale.

L'advocacy à l'échelle internationale

Les piliers éthiques qui fondent l'advocacy des bibliothèques, la liberté d'expression, l'égalité et la justice sociale débordent le cadre interne des sociétés démocratiques dans lesquelles elles sont défendues. L'advocacy des bibliothèques se base sur des valeurs universelles qui impliquent une généralisation de son application. C'est pourquoi un nouveau paradigme fait figure d'horizon : *l'international librarianship*, qui s'appuie sur des organisations globales telles que l'IFLA. L'idée est de permettre aux professionnels de pouvoir comparer et relever les meilleures pratiques ayant cours localement dans d'autres sociétés afin de les appliquer à des problématiques globales.

L'une de ces problématiques est directement liée à l'idée de justice sociale. La naissance de la « société de l'information » permise par la généralisation des nouvelles technologies s'est accompagnée d'un constat amer : elle ne bénéficie pas à tout le monde, certains en profitent tandis que d'autres en pâtissent. Ce déséquilibre nuit à l'un des principes fondamentaux défendus par les bibliothèques et la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et du Citoyen : l'accès à l'information.

Par ailleurs l'advocacy des bibliothèques à l'échelle internationale part du principe que le métier de bibliothécaire est foncièrement politique car il consiste à organiser l'information. Il est donc victime de pressions de toutes parts de pouvoirs qui cherchent à conserver la maîtrise sur ce secteur stratégique en imposant une censure globale ou partielle. Les associations internationales de bibliothécaires ont cependant la capacité et donc la responsabilité morale de favoriser les connections entre l'agenda des droits de l'homme et la problématique spécifique du droit à l'accès à l'information. Des ponts sont aussi établis entre disciplines comme les sciences politiques, l'étude des politiques publiques, l'économie de l'information et le droit.

Selon Sergio Chaparro-Univazo²⁵, la stratégie d'advocacy à l'échelle internationale qui consiste à promouvoir, diffuser et protéger les droits de l'homme doit s'inscrire avant tout dans deux espaces privilégiés :

1. Les Commission de vérité et de réconciliation (CVR) : il s'agit de juridictions ou de commissions non juridiques mises en place après des périodes de troubles politiques, de dictature ou de répression. Elles œuvrent dans un esprit de réconciliation nationale. Du Salvador au Chili, du Pérou à la Namibie, ces commissions collectent des témoignages, des données et plus généralement toute forme de mémoire qui fassent la lumière sur des violations des droits de l'homme. Ces efforts sont très douloureux émotionnellement, bouleversent la culture informationnelle de cultures et de nations entières, mais sont absolument nécessaires à la restauration de la justice sociale. Les bibliothèques et les sciences de l'information peuvent apporter une contribution décisive dans le processus de collecte et d'analyse de l'information. Elles ont une approche à la fois multidisciplinaire et interdisciplinaire qui peut favoriser la détection et

²⁵ Chaparro-Univazo, Sergio. *Where Social Justice Meets Librarianship. Truth Commissions as Information Spaces for Work and Activism in International Librarianship*. 2007. [en ligne] < <http://libr.org/isc/issues/ISC25/articles/WHERE%20SOCIAL%20JUSTICE%20MEETS%20LIBRARIANSHIP.pdf> > Consulté le 30 août 2011.

l'adoption des meilleures pratiques dans le traitement des cas de violations des droits de l'homme et peuvent ainsi jouer un rôle déterminant dans ces mouvements de transition.

2. Préservation de la diversité des héritages culturels : l'advocacy international des bibliothèques doit s'intégrer plus activement dans les politiques internationales de sauvegarde des héritages culturels telles que la convention pour la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel (1972)²⁶, la déclaration de Melbourne (1998)²⁷ ou encore la convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel²⁸. Pour Sergio Chaparro-Univazo, les enjeux de préservation des mémoires et de la diversité cultures doivent être liés au respect des droits de l'homme. Ce combat est aussi très directement lié aux barrières liées au « *fair use* », à l'usage équitable de la propriété intellectuelle²⁹ et des nouvelles technologies de l'information et de la communication³⁰. Les bibliothèques doivent être un contrepoids à la montée fulgurante de la globalisation et de l'uniformisation culturelle qui en résulte.

Au final, l'advocacy des bibliothèques au XXIème siècle s'inscrit résolument dans un cadre international « *l'international librarianship* ». Les bibliothécaires du monde entier, coordonnés par des organisations telles que l'IFLA, mettent en commun leur expertise et leur savoir pour promouvoir des démarches d'advocacy qui servent la diffusion des droits de l'homme. Ils rassemblent, traitent, organisent et conçoivent des outils pour favoriser l'accès à l'information, le multiculturalisme, la liberté d'expression et d'une manière générale, toutes les valeurs traditionnellement soutenues par la profession.

Fruit d'un contexte à la fois géographique et historique, l'advocacy des bibliothèques s'impose comme un outil puissant à la hauteur des enjeux auxquels sont confrontés les établissements de lecture publique. Mais au delà des fondements théoriques qui structurent cette démarche, il est surtout intéressant de se pencher en détail sur la multitude de formes que la démarche peut revêtir, à travers des illustrations pratiques et déjà expérimentées.

²⁶ Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel. Unesco. Paris. 1972. [en ligne] <<http://whc.unesco.org/archive/convention-fr.pdf>> Consulté le 31 août 2011.

²⁷ Déclaration de Melbourne. Unesco. Melbourne. 1998. [en ligne] <http://universidadpatrimonio.net/fra/red_forum_unesco/resoluciones/doc/1998Melbourne_fra.pdf> Consulté le 31 août 2011.

²⁸ Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. Unesco. Paris. 2003 [en ligne] <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540f.pdf>> Consulté le 31 août 2011

²⁹ Byrne, A., 2002. *The sounds of silence: Copyright and human rights*. Australian Academic and Research Libraries, p. 275-83.

³⁰ Britz, J., & Lor, P. 2004. *A moral reflection on the digitization of Africa's documentary heritage*. IFLA Journal, 30(3), pp. 216-223.

L'advocacy des bibliothèques : une démarche pratique

La méthode ne vaut que par l'exécution.
Richelieu

Les contours politiques et éthiques de l'advocacy semblent au premier abord en faire une notion théorique complexe et désincarnée, peu adaptable au fonctionnement des bibliothèques au quotidien. Mais la démarche se décline en une grande quantité de méthodes, dont la diversité est un gage d'adaptabilité pour des établissements évoluant dans des contextes différents. En premier lieu, il convient de partir de l'expérience américaine afin d'en dresser une typologie, puis d'analyser leurs implications et leurs objectifs.

Les formes pratiques de l'advocacy des bibliothèques

La première forme d'advocacy, la plus usuelle et en quelque sorte la plus logique, consiste en des démarches de communication auprès des décideurs politiques. En avant-propos, il faut préciser que cette méthode de communication ne concerne pas uniquement les directeurs d'établissements mais s'adresse à tous les professionnels des bibliothèques.

Communication auprès des décideurs politiques

Il existe plusieurs façons de communiquer avec les élus. La plupart rendent ce contact facile en publiant un lien sur leur site web. Mais la plupart préfèrent le courrier ou la rencontre physique. Il faut garder à l'esprit que dans le monde politique, le calendrier et le timing ont une importance essentielle ; ainsi, il faut connaître très précisément les cycles qui rythment le fonctionnement des villes ou instances représentatives. Ensuite, il faut entamer cette démarche de communication le plus tôt possible dans le cycle en la faisant monter progressivement en puissance.

Visites et rendez-vous

Une discussion en face à face est le moyen de communication le plus efficace qui soit, car elle aide à établir une relation de travail saine et durable. Certes, les décideurs politiques sont contraints par des agendas souvent remplis, mais accueillent généralement favorablement les occasions de rester en contact avec les services qu'ils proposent aux citoyens. Dans la démarche d'advocacy, il convient d'ailleurs d'associer à ces rencontres des soutiens issus de la population. L'ALA donne sur son site une série de conseils pratiques pour réussir ces entretiens³¹ :

- Il s'agit d'abord de connaître les décideurs politiques : c'est une évidence, mais il importe d'avoir toutes les informations sur la personne à qui on s'adresse (positions, entourage politique, etc) ;

³¹ *Advocacy University*, American Library Association [en ligne]
<<http://www.ala.org/ala/issuesadvocacy/advocacy/advocacyuniversity/index.cfm>> Consulté le 31 août 2011.

- Savoir quand solliciter des rendez-vous : nous l'avons évoqué plus haut, mais avoir le sens du calendrier est crucial. Il faut s'accorder pour faire intervenir les rencontres avant les grandes délibérations, le vote du budget... ;
- Savoir qui amener : dans la démarche d'advocacy les délégations doivent se composer de professionnels ainsi que d'usagers ; il importe de savoir qui est le mieux à même de représenter les deux parties. Pour les professionnels, le grade hiérarchique n'est pas le seul critère à prendre en compte, la capacité à convaincre n'est pas l'apanage des seuls directeurs ;
- Savoir convaincre : cela implique de préparer son entretien. Il faut mettre en place des règles directrices et s'assurer que chacun comprenne son rôle. Il s'agit de répartir les points principaux entre les membres de la délégation pour savoir qui les couvre. C'est un moyen efficace de garder la conversation concentrée et structurée et éviter les enlisements. Enfin, il faut se préparer à répondre à des questions délicates en maîtrisant les points principaux du rapport d'activité et un argumentaire problématisé ;
- Se fixer des objectifs clairs : il faut connaître précisément la raison qui motive la demande de rendez-vous avec l'élu. Cette raison doit être simple, clairement défendable ;
- Se préparer à être compris : il est utile de se lancer dans une préparation préalable avec une personne qui n'est pas du tout familière des problématiques de la lecture publique. C'est un moyen efficace de détecter des incohérences, des points peu clairs ou mal exprimés et de les corriger ;
- Savoir sur quoi s'appuyer : il n'est pas nécessaire de se surcharger de documentation papier pour mener l'entretien. L'argumentaire papier ne devrait pas excéder une page et sa forme doit privilégier les gros caractères afin d'être aisément lisible.

Courriers

Les lettres adressées aux décideurs sont un moyen simple et néanmoins puissant pour faire connaître sa position. Les élus y prêtent généralement attention car elles représentent des votes. Aux Etats-Unis, les campagnes d'écriture de lettres sont considérées comme une forme précieuse de communication dans le milieu de l'advocacy des bibliothèques. En effet, une campagne d'envoi de courriels et de lettres bien orchestrée est un bon moyen d'influer sur les décisions prises. De plus, elles se révèlent pratiques car des modèles peuvent être distribués à une grande quantité de personnes et servent ainsi de moyen d'expression à des citoyens ou des professionnels qui ne peuvent pas se rendre physiquement à des réunions cruciales ou des manifestations.

Si l'on se place maintenant du point de vue d'un professionnel des bibliothèques, il convient d'appliquer quelques règles à la rédaction de sa lettre :

- Il faut d'abord s'assurer que l'on se présente bien en tant que professionnel et non usager ou citoyen ;
- Il convient d'employer un ton, un registre de langage adaptés ;
- Il s'agit aussi de veiller à toujours écrire en partant de sa propre expérience. Une lettre gagne ainsi en poids et en personnalité ;
- Il est impératif de se relire et d'être certain des faits que l'on avance : les erreurs coûtent beaucoup en crédibilité ;
- Enfin, il est préférable d'être concis et de limiter sa lettre à deux ou trois paragraphes, jamais plus d'une page.

- Dans le cadre d'un envoi de courriels, il faut éviter les pièces jointes qui ne sont que rarement ouvertes. Enfin, les courriels doivent être employés avec parcimonie pour éviter d'être catégorisés en « spam ».

Appels téléphoniques

Les appels téléphoniques sont une façon facile et pertinente d'entrer en contact avec un élu, surtout dans l'approche d'un vote ou d'une délibération. Il convient là aussi de suivre quelques règles simples :

- Commencer par s'identifier clairement, que l'on soit professionnel ou usager et expliquer ensuite l'objet de l'appel ;
- Ecrire sur une feuille de papier les principaux points marquants afin d'être percutant ;
- Exprimer sa reconnaissance lorsqu'il convient ;
- Une fois la conversation téléphonique terminée, écrire directement un compte rendu rapide sur les effets de l'appel qui servira d'une part à faire le point plus tard et d'autre part à envoyer une note de remerciement ;

Mais cette démarche de communication ne doit pas se limiter strictement aux élus et aux décideurs : il convient de faire des bibliothèques un sujet d'actualité dans les médias en adoptant une stratégie de relation presse.

Communication envers la presse et les médias

L'advocacy des bibliothèques doit s'appuyer sur les médias généralistes pour gagner en efficacité. Les relations presse sont un levier puissant pour développer une relation de confiance, d'estime et d'adhésion entre les bibliothèques et les médias. Elles constituent une activité importante car les journalistes restent encore l'une des courroies essentielles de transmission de l'information aux différents publics.

Elles ont aussi une vraie pertinence économique car elles permettent de contourner certaines tendances :

- La saturation du public vis-à-vis de la publicité classique ;
- Une demande croissante d'information par le public ;
- Le renchérissement coût des espaces publicitaires dans les médias ;
- L'érosion des budgets publics.

Il est possible et même souhaitable de mesurer l'efficacité des campagnes de relations presse. L'analyse peut se réaliser selon deux critères. D'un point de vue qualitatif, il convient de répertorier l'ensemble des citations médiatiques, c'est à dire les coupures de presse qui font mention de la bibliothèque. Ensuite, à l'aide des tarifs des différents supports (titre de l'organe de presse), on peut calculer les EVP, ou Equivalents en Valeur Publicitaire. Pour cela, il faut calculer la taille des citations soit en mm/colonne, soit en temps lorsqu'il s'agit de temps d'antenne télévision ou citation radio et les comparer au prix de l'espace publicitaire similaire. Néanmoins, cet indicateur trouve vite ses limites si l'on n'adopte pas en complément un point de vue qualitatif ; il consiste à analyser le contenu de la citation médiatique à propos de la bibliothèque, sur la forme comme sur le fond. Ce dernier critère de fond doit s'analyser à la lumière du dossier ou du communiqué de presse envoyé au journaliste ; est-ce que le communiqué ou le dossier de presse a été fidèlement retranscrit, le journaliste a-t-il été réceptif au discours tenu, la citation médiatique est-elle valorisante ou non ?

Aux Etats-Unis, l'ALA met à disposition un kit-média³² comprenant divers dossiers de presse qui abordent chacun un thème précis. Il s'agit de fournir aux journalistes un angle et de la matière pour alimenter des articles propres à attirer l'attention de l'opinion publique. La présentation générale revient brièvement sur les chiffres principaux qui caractérisent l'activité des bibliothèques américaines en 2010 : 1,4 milliard de visites et presque deux milliards de documents empruntés. Ces données sont mises en résonance avec celles de 2001 parce qu'elles correspondent à la dernière crise économique outre-Atlantique : elles témoignent d'une hausse de 10% des visites et des emprunts ! Ce simple fait, problématisé, sert d'amorce toute faite pour un sujet journalistique. En cette période de dépression économique, l'ALA met surtout l'accent sur des thématiques économiques, avec des dossiers de presse qui font la démonstration de la rentabilité des bibliothèques. Elles offrent à l'ensemble des communautés un accès physique permanent à l'information et à Internet³³, de l'assistance dans la recherche de travail³⁴ et des ressources documentaires utiles pour le management des petites entreprises. En cela, elles affichent leur rôle actif dans le processus de reprise économique du pays. Grâce à la diversité des dossiers de presse mis à disposition, le journaliste qui cherche à se documenter sur un sujet aura donc tout loisir d'approfondir dans la direction qu'il souhaite.

La forme des dossiers de presse doit être étudiée pour être attractive et facilement accessible à des non-professionnels. Une charte graphique doit être élaborée afin de donner une cohérence visuelle à tous les documents remis à la presse ; elle sert aussi bien à identifier l'émetteur qu'à présenter l'information de façon hiérarchisée et aérée, à mettre en valeur certains éléments marquants. Par exemple, pour illustrer le rôle des bibliothèques dans l'accès aux services de e-administration, l'ALA a choisi de débiter par un encart de citation qui résume à lui seul tout le reste du contenu du dossier de presse³⁵:

« Je me rappelle encore de la première fois où nous avons aidé un usager à remplir un fichier d'allocation chômage. Nous avons dû commencer par lui apprendre à se servir d'une souris. Il nous a dit que ça faisait deux jours qu'il tentait de joindre l'agence locale du chômage par téléphone et qu'il avait fini par abandonner et se rendre directement sur place. On lui a alors dit d'aller à la bibliothèque et de remplir le document en ligne. » - Tennessee library³⁶

Cette façon de personnaliser le sujet sur le mode du *story telling* est parfaitement adaptée aux journalistes, elle est au moins aussi importante que l'étude qui la suit et qui analyse en détail le phénomène d'afflux de citoyens qui faute d'accès internet, viennent à la bibliothèque effectuer leurs démarches administratives.

³² *Media/Press Center*. American Library Association [en ligne]

< <http://www.ala.org/ala/newspresscenter/mediapresscenter/index.cfm> > Consulté le 05 décembre 2011.

³³ *Slow economy fuels surge in library visits*. American Library Association [en ligne]

< <http://www.ala.org/ala/newspresscenter/news/pressreleases2008/august2008/RettigEconomy.cfm> > Consulté le 10 septembre 2011.

³⁴ *Libraries Helping America Get Back to Work*. American Library Association. [en ligne]

< <http://www.ala.org/ala/aboutala/offices/wo/libraryjobs.pdf> > Consulté le 10 septembre 2011.

³⁵ *As Government Goes Online, Libraries Feel Impact*. American Library Association. [en ligne]

< <http://www.ala.org/ala/research/initiatives/plftas/issuesbriefs/IssuesBrief-Egov.pdf> > Consulté le 10 septembre 2011.

³⁶ « *I still recall the first time we helped a patron file for unemployment benefits. We had to start by teaching him how to use a mouse. He told us he had tried for two days to reach the local unemployment office by phone, gave up and went to the office... they told him to go to the local library and file online.* » – Tennessee library »

Il faut cependant préciser que d'une manière générale, les traditions journalistiques française et anglo-saxonne restent éloignées et qu'il s'ensuit logiquement que la pratique des relations presse aux Etats-Unis diffère assez largement de celle exercée en France ; pour cette raison, nous reviendrons plus loin sur les aspects concrets et les bonnes pratiques à mettre en œuvre dans le cadre d'une bibliothèque française.

Pour le moment, il convient de se pencher plus longuement sur ce qui fait le cœur de l'advocacy des bibliothèques aux Etats-Unis : les programmes en direction du public.

Programmes à destination du public

Aux Etats-Unis, le mois de septembre est très directement lié aux bibliothèques. C'est le mois du *Library Card Sign-Up Month*, littéralement le mois où l'on récupère sa carte de bibliothèque. C'est une époque de l'année où l'ALA s'adresse aux parents pour leur rappeler l'importance de la bibliothèque dans le développement et l'épanouissement de leur enfant. Le rituel a été lancé en 1987 pour répondre à l'appel lancé par le secrétaire d'Etat à l'éducation d'alors, M. William J. Bennett : « Lançons une campagne nationale [...] chaque enfant devrait obtenir sa propre carte de bibliothèque et l'utiliser. ³⁷ ». Depuis lors, des milliers d'usagers et de bibliothèques scolaires conjuguent leurs efforts en septembre pour que chaque génération d'Américains s'approprie la bibliothèque comme centre d'apprentissage, de loisirs et de découverte du monde.

A la manière de la célèbre affiche de recrutement de l'US Army où l'on voit un Oncle Sam pointer du doigt le futur conscrit, *Library Card Sign-Up Month* interpelle directement les parents américains, les plaçant devant leurs responsabilités. Etudes à l'appui, elle affirme que les enfants qui lisent à la maison et qui utilisent la bibliothèque réalisent une meilleure scolarité et sont donc plus à même de réussir. L'objectif est aussi d'inculquer dès l'enfance une habitude d'utilisation du lieu-bibliothèque pour qu'elle soit une ressource à tout au long de la vie.

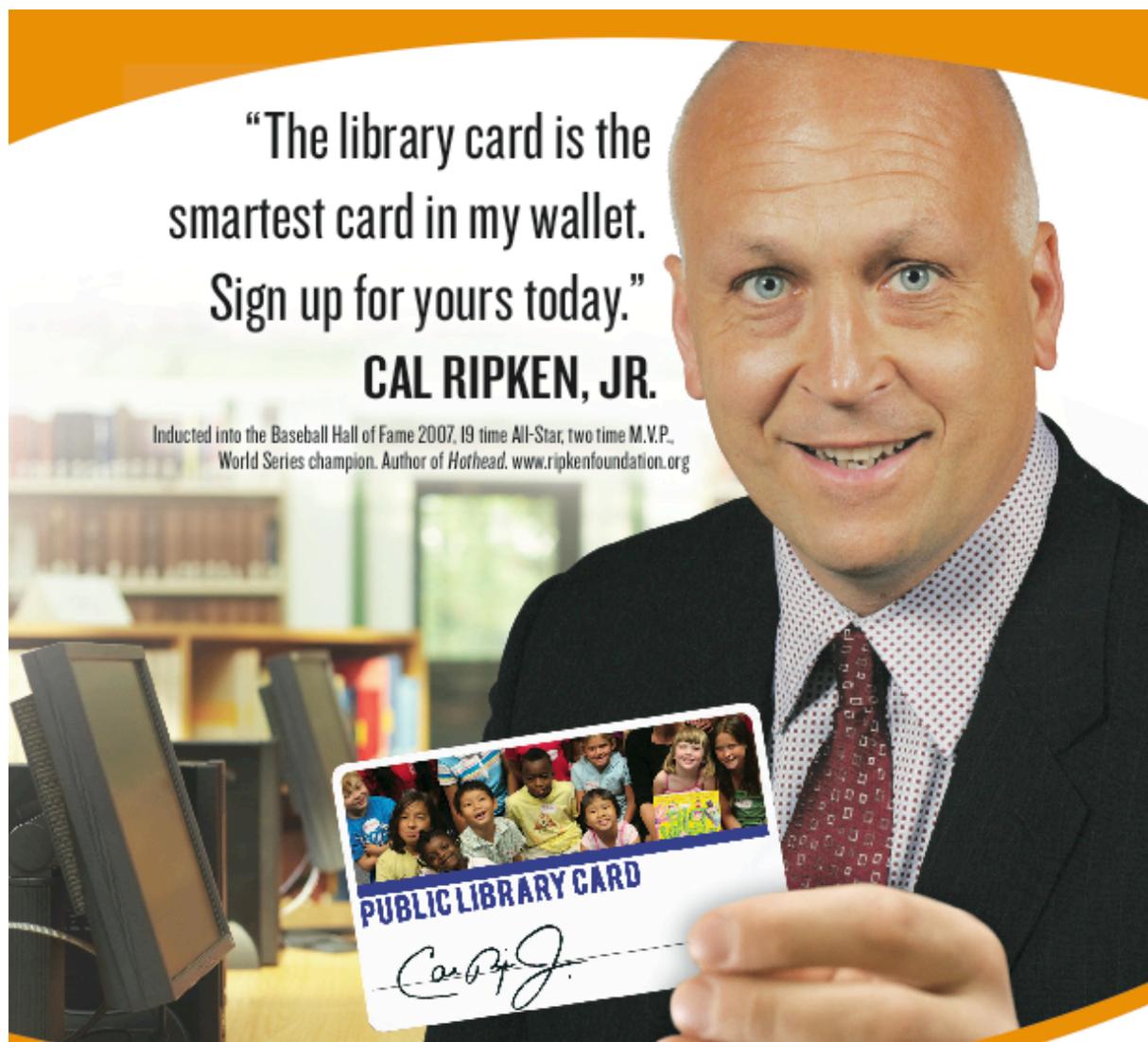
Mais le *Library Card Sign-Up Month* ne se veut pas une campagne moralisatrice. Elle utilise les ressorts de la publicité classique et agite un « bénéfice usager » propre à faire déplacer les familles jusqu'aux bornes d'inscription. Elles insistent sur la diversité des ressources empruntables ou utilisables avec une simple carte de bibliothèque : livres, magazines et comics, musique et films, ordinateurs et logiciels spécifiques d'éveil, jeux de société ou électroniques, puzzles et même jouets ! Par ailleurs, elle met aussi en valeur la ressource que constituent les bibliothécaires eux-mêmes, en tant que force de conseil pour orienter les jeunes et les adultes sur les supports adaptés à leur âge et leurs intérêts. Enfin, autres trésors que laisse entrevoir le *Library Card Sign-Up Month* : les services dédiés aux jeunes. Les bibliothèques offrent toute une gamme de programmes pour éveiller et stimuler le goût de la lecture et d'une manière générale, toute forme de curiosité. Les *Preschool story hours* jouent ce rôle d'initiation et familiarisation des tout-petits avec la joie de lire tandis que les *Homework centers* procurent du matériel informatique et de l'aide scolaire aux enfants plus âgés. Enfin, les clubs de lecture d'été sont là pour éviter que les longues vacances, souvent mises en cause dans la régression des capacités de lecture des enfants³⁸, n'entravent le développement culturel et éducatif des enfants.

Il faut aussi noter que *Library Card Sign-Up Month* a un visage ; en 2011 c'est celui de Cal Ripken Junior, ancienne star de la ligue de baseball, auteur d'une série jeunesse

³⁷ Bennett, William J. « Let's have a national campaign...every child should obtain a library card - and use it. ». [en ligne] <<http://www.ala.org/ala/aboutala/offices/pio/mediarelationsa/factsheets/librarycardsign.cfm>> consulté le 10 septembre 2011

³⁸ Cooper, Harris. *More Than a Hunch: Kids Lose Learning Skills Over the Summer Months* [en ligne] <http://www.summerlearning.org/resource/collection/CB94AEC5-9C97-496F-B230-1BECDFC2DF8B/Research_Brief_04_-_Cooper.pdf> Consulté le 10 septembre 2011.

éditée par Disney³⁹ et président d'une fondation qui porte son nom. Ce parti pris de rattacher un ambassadeur à la cause des bibliothèques est tout à fait pertinent, d'autant qu'il fait appel à la culture populaire américaine qui est celle du cœur de cible ; enfin, Cal Ripken Junior, en tant que figure publique appréciée, sportif et écrivain pour enfants, est la personnalité idéale pour ce type de d'initiative.



"The library card is the smartest card in my wallet. Sign up for yours today."

CAL RIPKEN, JR.

Inducted into the Baseball Hall of Fame 2007. 19 time All-Star, two time M.V.P., World Series champion. Author of *Hothead*. www.ripkenfoundation.org

PUBLIC LIBRARY CARD

Cal Ripken, Jr.

The image shows Cal Ripken, Jr. smiling and holding a library card. The card features a photo of children and the text 'PUBLIC LIBRARY CARD' and his signature. The background is a library setting with bookshelves and computer monitors.

En outre, cette campagne récurrente est centrée sur un objet marketing, la carte de bibliothèque : elle est désignée sous le vocable de *smartest card* ; la carte la plus intelligente que l'on puisse trouver dans son portefeuille. Cette approche est très habile parce qu'elle matérialise tout une série de notions éthérées, comme le savoir, la culture, l'intelligence. Cette incarnation permet de susciter le désir autour d'un objet simple, mais dont les propriétés sont presque magiques. Elle est la clé d'un monde de possibles qu'il devient idiot de ne pas explorer.

Enfin, l'ALA complète ce dispositif par une « métacampagne permanente » auxquelles s'intègrent toutes les autres : *@yourlibrary*. Elle se décline sur un site web, atyourlibrary.org et se veut être un portail d'advocacy des bibliothèques, chargé de connecter les citoyens avec leurs bibliothécaires. Il fournit de l'information générale et propose des ressources pour faire en sorte que chacun tire le plus profit de sa bibliothèque locale. Très simple d'accès, il se compose de trois grandes rubriques :

³⁹ Ripken, Cal, et Cowherd, Kevin. *Hothead: a novel*. Disney Hyperion. New York, 2011.

1. Que peut-on trouver à la bibliothèque ?
2. Comment utiliser la bibliothèque ?
3. Pourquoi la fréquenter ?

Ce parcours ludique, composé de médias différents (textes courts, images et vidéos), n'a qu'un objectif : donner envie à l'internaute de se ruer à la bibliothèque la plus proche pour profiter de ses ressources.

Le succès de cette initiative a inspiré un autre pays d'Amérique du Nord, le Canada. Depuis 2006⁴⁰, le mois d'octobre a été choisi par la Canadian Library Association, pour être le mois des bibliothèques dans le pays⁴¹. Chaque établissement, de lecture publique, universitaire ou spécialisé, célèbre son engagement dans l'amélioration de la qualité de vie des Canadiens. On remarque que cette version canadienne du *Library Card Sign-Up Month* est plus auto-centrée : il s'agit plus de rendre hommage à la profession et de sensibiliser le public au rôle des bibliothèques dans la vie de chacun que de déclencher des inscriptions en masse. En 2008, le thème retenu « Votre bibliothèque, votre univers » valorise le lien spécial qui unit l'institution à chaque catégorie de population, sans distinction d'âge, de classe sociale ni d'opinion.

« [C'est]... en effet à la bibliothèque que les nouveaux citoyens canadiens se préparent à passer leur examen de citoyenneté, que les parents et enfants apprennent des histoires et des chansons et que les étudiants acquièrent un esprit critique et des capacités de lecture et d'écriture. Il s'agit aussi d'un lieu où les entreprises et les commerces trouvent l'information sur le marché, où les lecteurs empruntent les plus récents succès de librairie et où les enfants apprennent à aimer la lecture. »⁴²

Ainsi la bibliothèque canadienne se veut un lieu-reflet de la société, où chacun peut connecter et enrichir son monde personnel avec les collections et les services qu'elle y met à disposition. Par ailleurs, le slogan retenu est assez général pour inclure tout type de bibliothèques et permettre de valoriser le rôle particulier de chacune d'entre elles. Cette démarche d'advocacy s'accompagne de ressources⁴³ (affiches, logo, signets, idées pratiques) mises à disposition des professionnels pour exploiter au mieux le calendrier du mois d'octobre. Elles explorent des pistes de promotion, mais sans vraiment rentrer dans les détails pratiques :

- Les bibliothèques doivent faire un effort spécial pendant tout le mois pour valoriser les avantages à obtenir une carte de bibliothèque ;
- Les bibliothèques scolaires sont encouragées à préparer des présentations en coopération avec les enseignants lors de journées pédagogiques, à distribuer des signets aux élèves ;
- Les bibliothèques de lecture publique sont incitées à inviter des artistes locaux, des représentants du secteur culturel, des hommes politiques et des entrepreneurs : il s'agit de rassembler des personnes qui ont progressé dans l'échelle sociale grâce à leur bibliothèque locale pour qu'à partir de leur expérience personnelle, ils parlent de la valeur de ce service public ;

⁴⁰ *Everyone reads with Public Libraries*. Canadian Library Association. [en ligne] <http://www.cla.ca/Content/NavigationMenu/Resourcer/Feliciter/PastIssues/2010/Vol56No4/Issue4_Vol_56.pdf> p.172 . Consulté le 20 septembre 2011.

⁴¹ *Mois des bibliothèques au Canada 2008*. Canadian Library Association. [En ligne] <http://www.cla.ca/clm08/index_f.htm>, consulté le 18 septembre 2011.

⁴² *Feuille d'information du mois de bibliothèques au Canada*. Canadian Library Association. [en ligne] <http://www.cla.ca/clm08/documents/Backgrounder_08_fr_final.pdf> Consulté le 18 septembre 2011.

⁴³ *Boîte à outils de l'édition 2008 du Mois des bibliothèques canadiennes*. Canadian Library Association. [en ligne] <http://www.cla.ca/clm08/tools_f.htm> Consulté le 18 septembre 2011.

- Enfin les bibliothèques universitaires sont invitées à rédiger une série d'articles pour le journal étudiant.

Le site de la Canadian Library Association envisage aussi des axes thématiques sur lesquels des établissements peuvent s'appuyer pour leur campagne de promotion. L'association conseille par exemple d'évoquer le rôle que jouent les bibliothèques dans la vie des gens :

« Pourquoi va-t-on à la bibliothèque ? Internet ne suffit-il pas ? Informez vos usagers du rôle important que joue la bibliothèque dans leur collectivité et dans leur vie. Préparez des affiches ou des envois par la poste, envoyez des courriels, distribuez des dépliants ou encore organisez des événements. Vous pouvez aussi, par exemple, recueillir des histoires rédigées par des usagers de votre bibliothèque décrivant le rôle de cette institution dans leur vie. Et pourquoi ne pas organiser une activité invitant les gens à raconter leurs histoires ? Une personnalité locale de marque se prêterait peut-être au jeu ! »

Mais d'une manière générale, on peut regretter le caractère inachevé de cette boîte à outil d'advocacy pratique : les idées originales côtoient de vagues indications sans véritable réflexion approfondie. Les concepteurs semblent partir du principe que pour produire un document qui s'adapte au contexte particulier, il faille jeter en vrac des pistes d'action sans les explorer. Au final, il se dégage de ce mois des bibliothèques canadiennes une impression d'amateurisme qui peut desservir l'objectif initial.

Plus spectaculaire, cette initiative de médiation lancée par la bibliothèque du Congrès⁴⁴ : un semi remorque spécialement aménagé amène les précieuses collections de l'institution dans les villes américaines. Débutée en septembre 2010, la tournée fait escale dans quatre-vingt dix sites à travers tous les Etats-Unis, du sud au Midwest en passant par le nord-est. Elle se termine en septembre 2011, au même endroit où elle a commencé : au cœur de la fête nationale du livre, un festival promu par la bibliothèque du Congrès. L'objectif clairement affiché est la démocratisation culturelle : amener les trésors nationaux dans des régions où la culture est moins accessible ou ne se pense parfois tout simplement pas, faire découvrir aux américains leur patrimoine. Comme souvent aux Etats-Unis, cette initiative s'appuie sur le mécénat : il est financé par Bernie and Audre Rapoport, membres fondateurs d'une association de soutien du secteur privé à la Bibliothèque du Congrès, le James Madison Council⁴⁵.

En marge de ces problématiques d'advocacy tournées vers le rapprochement public-bibliothèques, il existe des campagnes dont l'objectif est la défense de principes éthiques.

Défense de principes éthiques

La démocratie américaine défend le principe de liberté d'expression par l'intermédiaire du premier amendement de sa Constitution⁴⁶. Les bibliothèques défendent à leur manière ce principe fondateur en célébrant chaque année la *Banned Book Week*, la semaine des livres censurés. La dernière semaine de septembre de chaque année, le festival promeut un des trois piliers éthiques de l'advocacy des bibliothèques, le libre accès à l'information : il pointe les dangers que représente la censure en partant de cas réels qui ont eu lieu sur le territoire des Etats-Unis. La première édition de cette manifestation

⁴⁴ *Gateway to Knowledge*. Library of Congress. [en ligne] <<http://www.loc.gov/gateway/>> Consulté le 18 septembre 2011.

⁴⁵ *The James Madison Council*. Library of Congress. <<http://www.loc.gov/philanthropy/madison.php>> [en ligne] Consulté le 18 septembre 2011.

⁴⁶ 1^{er} amendement de la Constitution des Etats-Unis d'Amérique. « Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the government for a redress of grievances. »

remonte à 1982 et a été conçue en réaction à une soudaine montée des pressions censoriales dans les écoles, les libraires et les bibliothèques.

La *Banned Book Week* tient un discours qui n'est pas toujours facile à entendre : le droit d'accès à l'information et à la liberté d'expression doit être absolu. Toute idée doit pouvoir être exprimée dans la sphère publique, même si certains individus ou groupes constitués la trouvent blessante ou désagréable⁴⁷. Elle pointe la nécessité essentielle pour une société démocratique de garantir l'accès à des points de vue impopulaires à tous ceux qui le souhaitent. La manifestation se veut le point d'orgue d'un travail de réseau et de veille tout au long de l'année. Si elle s'attaque aux censeurs des livres qui ont été retirés du marché ou des rayonnages de bibliothèques, elle rend aussi hommage à tous les bibliothécaires, professeurs, libraires et citoyens en général qui ont su résister aux pressions. L'idée est d'être dissuasif : dans une Amérique régulièrement en proie au repli sur soi, elle agit comme un puissant garde-fou.

La manifestation s'appuie très pertinemment sur le web pour augmenter sa notoriété. Elle dispose d'un site internet⁴⁸ sur lequel elle publie une liste des livres qui ont subi le plus de tentatives de censure dans l'année. Chaque titre est accompagné des raisons pour lesquelles il a subi des pressions. Par exemple, la série *Twilight*⁴⁹, fiction adolescente pourtant inoffensive figure dans la liste en raison des thèmes abordés : sexualité, religion, violence...

Cette liste fait figure de partie émergée de l'iceberg qui apparaît dans sa totalité lorsque l'on clique sur la carte Google⁵⁰ qui géolocalise les censures ; chaque tentative, avortée ou réussie est matérialisée par une épingle. A chacune d'entre elle correspond une description de la forme de censure exercée ainsi que de ses circonstances. Par exemple, pour le cas isolé de Beulah, North Dakota, une notice précise que le roman de John Berendt, *Minuit dans le jardin du bien et du mal*⁵¹ a été retiré pendant quatre jours des rayonnages de la bibliothèque du lycée local en 2008. Des parents d'élèves ont dénoncé le caractère « pornographique » du livre et exigé son retrait. Le Conseil d'administration de l'école s'est plié à cette demande avant de revenir sur sa décision.

La carte des Etats-Unis, bien que recouverte d'épingles bleues n'est pourtant pas complète : selon l'ALA, si 348 cas de pressions ont été recensés en 2010, 70% à 80% des cas ne sont jamais reportés. Ainsi, on peut penser que la côte Est du pays, constellée de points bleus n'est pas plus obscurantiste que le Midwest qui semble en revanche largement épargné. La carte témoigne plutôt d'un militantisme citoyen exercé par des bibliothécaires, des professeurs et de simples citoyens, du degré de conscience politique au sujet de la censure.

Le site internet de la *Banned Book Week* tire pleinement parti des potentialités du web participatif. Il s'intègre dans une politique générale de présence sur les réseaux sociaux : une page Facebook⁵² animée qui totalise 31.581 « j'aime », un tag officiel sur Twitter (#bannedbookweek) et sur Flickr qui permet de faire une veille de l'activité de ces communautés autour de la censure des livres. Sur Flickr, les photographes rivalisent de créativité pour associer sens artistique et efficacité du militantisme : une des iconographies⁵³ mises en ligne est un assemblage de couvertures d'œuvres censurées

⁴⁷ Cette conception est très éloignée de celle qui prévaut en France où le législateur n'hésite pas à censurer les positions hérétiques : on peut citer en exemple la loi Gayssot sur le révisionnisme.

⁴⁸ *Banned Books Week* [en ligne] < <http://bannedbookweek.org/node/1> > Consulté le 18 septembre 2011.

⁴⁹ Meyer, Stephenie. *Tentation*, Paris. Hachette jeunesse. 2006.

⁵⁰ Carte des censures et des pressions exercées sur des livres de 2007 à 2011 [en ligne] < <http://maps.google.com/maps/ms?ie=UTF8&hl=en&oe=UTF8&source=embed&t=h&msa=0&msid=112317617303679724608.00047051ed493efec0bb8&ll=38.68551,-96.503906&spn=32.757579,56.25&z=4> > Consulté le 18 septembre 2011.

⁵¹ Berendt, John. *Midnight in the garden of good and evil : a Savannah story*. The modern library, New York, 2005.

⁵² Page Facebook officielle du *Banned Books Week*. [en ligne] <<http://www.facebook.com/bannedbookweek>> Consulté le 18 septembre 2011.

⁵³ *Banned Books Week Banner*. Annexe est de la Dayton Metro Library [en ligne] < <http://www.flickr.com/photos/dmleatbranch/374945272/> > Consulté le 18 septembre 2011.

dont les couleurs s'assemblent pour former un drapeau américain. Chaque couverture est identifiable lorsque l'on passe le curseur au-dessus.

La communauté autour de cet événement est active et on fait clairement appel à elle pour relever les défis de la censure : depuis le lancement de la *Banned Book Week* en 1982, les bibliothèques et les libraires locaux ont organisé des lectures publiques où chacun était invité à faire la démonstration des vertus d'un livre attaqué. Depuis la dernière édition, il est possible de le faire via Youtube. Un cahier des charges très simple (par exemple, une présentation ne doit pas faire plus de deux minutes) ainsi qu'un tutoriel sur l'*upload* de vidéos est disponible sur le site internet.

Cet aspect contributif illustre parfaitement ce que doit rechercher la démarche d'advocacy. Elle distingue la campagne de communication classique d'une véritable démonstration de force par le soutien actif des usagers.

Appels à contribution

Levée de fonds auprès des usagers : le cas de la NYPL

Beaucoup de bibliothèques sont restées démunies face à la brutalité et l'ampleur des coupes budgétaires. Certaines ont dû réinventer une manière de continuer à assurer le service public avec un budget en chute libre : c'est le cas de la New York Public Library (NYPL). Contrairement à d'autres grands établissements comme la Bibliothèque du Congrès, son statut n'est pas encadré par la loi fédérale. Ainsi, depuis les premiers temps de sa fondation, la New York Public Library a entretenu une relation de partenariat resserré avec la mairie⁵⁴ et le secteur privé. Le meilleur exemple de cette coopération à l'américaine est la construction du réseau d'annexes en 1901 : Andrew Carnegie offre 5,2 millions de dollars à cet effet à condition que la municipalité de New York assure leur fonctionnement et leur maintenance. En 2008, Stephen A. Schwarzman, un financier de New York a donné 100 millions de dollars⁵⁵ à la bibliothèque dans le cadre d'une levée de fonds mixtes (privés/publics) d'un milliard de dollars pour rénover son bâtiment emblématique sur la 5^{ème} avenue, construire d'autres annexes dans le nord de Manhattan et Staten Island, développer ses services en ligne... Si la tradition de philanthropie propre à la culture américaine a pleinement profité à l'établissement, elle s'est révélée insuffisante pour pallier les restrictions budgétaires survenues en 2010 ; le 6 mai, la publication du budget de la ville de New York dévoile une amputation de 36.800.000 dollars sur les fonds alloués à la bibliothèque. « Une coupe encore plus brutale que celle survenue dans les années 1970, quand New York était au bord de la banqueroute. » selon son président Paul LeClerc.

L'établissement a donc décidé de parler franchement à ses usagers⁵⁶ en leur annonçant directement les impacts concrets sur son fonctionnement : « si le budget n'est pas restauré, nous nous verrons contraints de réduire de façon drastique des services essentiels pour les New-Yorkais. Dix annexes devront fermer ; celles qui resteront ouvertes réduiront leurs horaires à quatre jours par semaine seulement. La coupe budgétaire provoquera également la suppression de 736 postes soit 36% des effectifs totaux. »

La bibliothèque insiste sur le fait que cette réduction de budget intervient au moment où, en temps de crise économique, un nombre record de New-Yorkais compte sur les bibliothèques pour la recherche de travail, l'accès à Internet, les cours du soir qui

⁵⁴ Ladite mairie a même adopté une loi pour rendre la carte de bibliothèque obligatoire.

⁵⁵ Di Mento, Maria. *Financier Pledges \$100-Million to New York Public Library*. Philanthropy. [en ligne] <<http://philanthropy.com/article/Financier-Pledges-100-Million/62792/>> Consulté le 19 septembre 2011.

⁵⁶ Communiqué de presse de la NYPL du 6 mai 2010. New York Public Library. [en ligne] <<http://www.nypl.org/press/press-release/2010/05/06/new-york-public-library-statement-re-mayor-bloombergs-executive-budg>> Consulté le 19 septembre 2011.

servent à la reconversion⁵⁷... Elle publie des chiffres prévisionnels pour illustrer l'impossibilité de faire face à cette demande. Le communiqué de presse annonce que les coupes budgétaires laisseront les New-Yorkais avec :

- 5.8 millions de visites en moins (dont 1.8 million concernera les enfants et les jeunes publics) ;
- 5.7 millions d'emprunts de moins ;
- 2 millions de sessions informatiques en moins ;
- 880.000 visites et 632.000 emprunts de moins dans le Bronx, où 82% des familles gagnent moins de 50.000 dollars par an...
- 1.1 million de visites et 1.3 millions d'emprunts de moins dans le sud de Manhattan où 72% des familles gagnent moins de 50.000 dollars.
- 543.000 visites et 659.000 emprunts de moins à Staten Island.

Cette communication directe a permis d'impliquer fortement la prodigieuse base d'utilisateurs de la NYPL. La bibliothèque a compris l'intérêt de faire appel à ce vaste réservoir de soutiens : elle a lancé une contribution publique qui a permis de lever des fonds et d'infléchir la position de la mairie de New York. C'est le résultat d'une contribution active des usagers qui ont appelé le bureau du maire, manifesté sur le perron de l'Hôtel de Ville, fait circuler des tracts. Même les enfants ont participé à cet effort collectif en réalisant des dessins pour exprimer leur soutien à la bibliothèque. Devant ce front uni, le maire, M. Bloomberg et le City Council ont ainsi suffisamment restauré le budget pour éviter les fermetures d'annexes ; le compromis qui a été trouvé a porté sur les horaires d'ouverture, réduits à trois jours par semaine.

Le cas de la NYPL est donc tout à fait représentatif d'un nouveau type de relation entre bibliothèque et usagers, fondée sur la conviction profonde et réciproque que la lecture publique, loin d'être un service de luxe est un élément indispensable dans le fonctionnement de la cité. Elle est le résultat d'une démarche d'advocacy sur le long terme qui a placé la bibliothèque au cœur de la vie des New-Yorkais.

Si ce cas de levée de fonds publique peut paraître extrême, il existe mille autres créneaux sur lesquels la contribution des usagers peut se manifester dans le cadre d'une démarche d'advocacy.

Autres exemples de contributions d'utilisateurs

Le réseau des bibliothèques de Montréal a lancé en 2008 une initiative innovante : Biblioclip⁵⁸. C'est un concours où les usagers sont invités à réaliser à un court-métrage d'une durée variable de trente secondes à une minute trente sur un thème particulier. En 2010, il s'agissait de produire une vidéo autour du sujet « bibliothèque – monde ». Pour refléter cette thématique, le concours s'est ouvert avec la participation de trois villes françaises : Limoges, Longueuil, Romans sur Isère. Fortement teintée de francophonie, le concours reste néanmoins ouvert à tous les participants, quelle que soit leur ville. Le prix récompense le gagnant avec une bourse de voyage pour un séjour découverte Montréal-Paris ou Paris-Montréal. Biblioclip rencontre un vrai succès puisque que deux-cent personnes y ont participé depuis sa création, avec cinquante-deux court-métrages réalisés sur la seule année 2010.

Cette initiative est intéressante à plusieurs égards. D'abord, elle s'appuie sur une forme de création en pleine expansion sur le web : la vidéo. Le développement fulgurant de YouTube et Dailymotion depuis 2005, la démocratisation des lignes Internet à haut débit

⁵⁷ Ce qui a inspiré à Eleanor Crumblehume, bibliothécaire universitaire à Vancouver ce mot désormais célèbre: « Cutting Libraries in a Recession is like Cutting Hospitals in a Plague. ».

⁵⁸ Site officiel de biblioclip. [en ligne] < <http://biblioclip.com/>> Consulté le 21 septembre 2011.

et du matériel vidéo numérique a consacré le développement de ce média. Aujourd'hui, la consommation de vidéo sur Internet s'est généralisée : elle se fait dans tout type de contexte, sur des blogs ou des sites institutionnels, insérés en appui dans du texte ou en tant que contenu principal. Elle est désormais visionnable sur terminaux mobiles grâce aux réseaux 3G. C'est un média qui est très recherché car il est qualifié : il génère beaucoup plus de clics que le texte ou l'image fixe. La vidéo est donc tout à fait stratégique car elle se place au cœur d'une économie de l'attention qui fait loi sur Internet. C'est aussi une forme d'expression qui nécessite des connaissances approfondies en réalisation, montage, post-production : autant de domaines étrangers au métier de bibliothécaire. Pour communiquer en vidéo, il est donc pertinent de faire appel à une base d'utilisateurs qui dispose d'un savoir-faire technique et créative largement supérieure.

Parmi les vidéos les plus marquantes, on trouve la gagnante de la première édition, intitulée « Chacun a le sien »⁵⁹. Elle présente des personnes très différentes, dans la diversité de leurs environnements et de leurs activités. Le point commun qu'elles partagent, c'est un abonnement à la bibliothèque : on peut voir à côté de chacune d'entre elles une notice bibliographique à propos du livre qu'elles ont récemment emprunté. Le texte de la notice est blanc, il flotte dans l'air et renvoie aux nouvelles technologies de l'information, à la simplicité d'accès. La vidéo montre aussi très finement que la bibliothèque est au cœur de la vie de tous les jours, qu'elle s'adapte aux goûts et aux intérêts de chacun.

La vidéo lauréate de 2010 « Tout ça... et bien plus ! »⁶⁰ marque un saut qualitatif dans la réalisation et se rapproche d'une qualité de production professionnelle. Sur l'air de la *Traviata* de Verdi, on suit l'évolution d'une particule élémentaire en une série d'images animées représentant à chaque fois un échantillon de la richesse de l'univers. Elles se déforment de l'infiniment petit à l'infiniment grand, alternent du vivant aux sciences techniques, du culturel à l'exotisme en passant par le sport... La vidéo présente un échantillon de la richesse intérieure de la bibliothèque : ses collections disent le monde, le lecteur n'a plus qu'à pousser ses portes pour y accéder. Le rythme rapide implique là aussi une idée de simplicité dans l'accès aux ressources : sur le mode de la sérendipité, on peut rebondir de l'une à l'autre au gré de ses envies.

Pour poursuivre différemment sur le registre de la contribution publique, il faut mentionner *Geek The Library*, une campagne participative dont l'objectif est de sensibiliser le grand public au rôle majeur de bibliothèques dans la société américaine. Financée par un don de cinq millions de dollars de la fondation Bill & Melinda Gates⁶¹, l'OCLC a développé cette initiative pour accroître le support citoyen à la lecture publique. Lancée en 2009, elle a d'abord été expérimentée dans les Etats de Géorgie et de l'Iowa avant d'être généralisée à toutes les bibliothèques du pays, sur la base du volontariat.

La campagne joue sur la polysémie du mot *geek*, utilisé en tant que verbe. *To geek* signifie tout aussi bien aimer, apprécier, se passionner pour, mais aussi disposer d'un grand savoir à propos d'un domaine particulier, promouvoir... L'idée est d'encourager le public de parler de ce qui le passionne, qu'il s'agisse de cuisine, d'informatique, d'art brut ou de locomotives à vapeur. C'est là l'un des leviers de la participation : chaque

⁵⁹ Rocque, Felix-Etienne. *Chacun a le sien*. [en ligne] < <http://www.youtube.com/watch?v=sQ0A8kmMCns>> Consulté le 23 septembre 2011.

⁶⁰ Allard, Emilie et Correa, Felipe. *Tout ça et bien plus*. [en ligne] < <http://www.vimeo.com/18020482>> Consulté le 23 septembre 2011.

⁶¹ *Foundation and OCLC Will Develop Community-Based Awareness Campaign to Increase Support for Libraries*. Fondation Bill et Melinda Gates. [en ligne] <<http://www.gatesfoundation.org/press-releases/Pages/support-for-struggling-local-libraries-090414.aspx>> Consulté le 23 septembre 2011.

personne se passionne forcément pour quelque chose et dès lors que cette passion existe, il est facile d'en parler. Par ailleurs, le message est clair : la bibliothèque est là pour soutenir ma passion, quelle qu'elle soit.

Get Your Geek On
Share what you geek, download free stuff, buy gear and spread the word.

Geek The Library
Understand the value of public libraries and why they need your help.

Show Your Support
Find out who you can talk to, what you can say and what you can do.

Take Our Quiz
Show us what you already know and learn more about public library funding.

Igeekart

Whatever you geek, the public library supports you. Join Geek the Library in spreading awareness about the value of libraries and the critical funding issues they face.

I geek trains

0:00 / 0:31 240p

See all the videos »

Get Involved

- [Tell us what you geek »](#)
- [Join our social networks »](#)
- [Learn about library funding »](#)
- [See if your library is participating »](#)

Get Geek the Library

- [Find out how libraries can run the campaign locally »](#)

geek_{VERB}

Recent News

Geeking It

Un des points remarquables de *Geek The Library* est qu'elle s'appuie sur les préconisations d'un rapport de l'OCLC daté de 2008: *From Awareness to Funding: A study of library support in America*⁶². L'étude conclut à des résultats qui permettent de mieux comprendre les liens entre les perceptions du public et le soutien à la bibliothèque. Il ressort par exemple que :

- le financement de la bibliothèque n'est que marginalement lié à ses statistiques de fréquentation⁶³ ;
- les électeurs qui perçoivent la bibliothèque en tant que force de changement et de progrès dans la société sont beaucoup plus enclins à augmenter son financement par l'impôt que ceux qui ne la conçoivent que comme un accès à l'information et à la culture⁶⁴ ;
- il est préférable de moduler ses messages pour cibler des segments particuliers de la base électorale pour accroître le niveau général de soutien aux bibliothèques publiques⁶⁵ ;

De fait, *Geek The Library* met en œuvre une palette complète de techniques marketing, publicitaires et d'advocacy pour toucher son cœur de cible : la base de personnes identifiées comme probables supporters des bibliothèques. Cette base est statistiquement constituée d'électeurs assidus et informés qui sont susceptibles de se joindre aux efforts de soutien à la lecture publique, mais qui ne sont souvent pas encore très engagés.

⁶² *From Awareness to Funding: A study of library support in America*, Online Computer Library Center [en ligne] < <http://www.oclc.org/fr/fr/reports/funding/fullreport.pdf> > Consulté le 23 septembre 2011.

⁶³ Online Computer Library Center. Op. cit. p 24.

⁶⁴ Online Computer Library Center. Op. cit. p 156.

⁶⁵ Online Computer Library Center. Op. cit. p 10.

Jusqu'à présent, il ressort clairement que *Geek The Library* capte l'attention du public. Selon les premiers retours de l'expérience⁶⁶ menée en Géorgie et dans l'Iowa, plus de la moitié des sondés ont reconnu être familiers avec la campagne. Ensuite, elle remonte clairement le niveau de conscience à propos de la valeur réelle d'une bibliothèque dans une communauté. En Géorgie du Sud par exemple, les opinions et les attitudes autour de ce service public se sont améliorées, avec pour conséquence concrète une augmentation du nombre d'électeurs qui se disent prêts à le soutenir financièrement par l'impôt. D'autre part, *Geek The Library* encourage une démarche active de la part des citoyens. Suite à la campagne, deux tiers des résidents en Géorgie du Sud et dans le centre de l'Iowa ont agi ou prévoient d'agir en faveur des bibliothèques : parler à des proches de la bibliothèque ou assister à un événement qu'elle organise.

Le volet participatif de la campagne est très intéressant à examiner d'un point de vue advocacy car elle donne les moyens à tous les acteurs - bibliothèques ou simples citoyens - d'agir efficacement. Elle ne se contente pas d'un vague appel à la mobilisation des bonnes volontés mais donne des pistes d'actions concrètes. Du côté professionnel, les établissements sont invités à visiter get.geekthelibrary.org pour avoir une vision détaillée de la campagne et à remplir un formulaire rapide d'information. Les bibliothèques qui s'inscrivent au programme reçoivent une formation et une assistance pratique et ont accès à toutes les ressources (études chiffrées, tutoriels) mises à disposition par l'OCLC. Du côté des usagers, le site internet de *Geek The Library* incite habilement à adopter une démarche active. La section appelée « show your support » est en fait une méthode pratique d'advocacy à l'intention de tout un chacun. Elle part du point de vue de l'utilisateur et détaille en trois parties :

- à l'échelon de sa communauté, à qui il peut s'adresser pour influencer sur le niveau de support de sa bibliothèque ;
- ce qu'il peut dire : un argumentaire sur le rôle de la bibliothèque, sur les raisons pour lesquelles elle mérite et nécessite le soutien de tous ;
- enfin, ce qu'il peut faire pour faire en sorte que la bibliothèque soit reconnue comme institution vitale par les autres membres de la communauté.

Ainsi, *Geek The Library* est devenue une plateforme importante d'advocacy aux Etats-Unis : elle s'appuie sur le concours de personnalités célèbres comme Lou Reed, fondateur du *Velvet Underground* et figure majeure du monde de l'art New Yorkais. La campagne réussit à valoriser le rôle vital de la bibliothèque publique, qui aide chacun à suivre ses passions et évoluer dans un environnement social et professionnel de plus en plus exigeant.

L'advocacy induit la volonté d'inclure de plus en plus d'acteur dans la défense et la promotion des bibliothèques. C'est ce qui incite ces dernières à produire et diffuser les outils appropriés pour chacun puisse se joindre efficacement à la démarche.

Les boîtes à outils d'advocacy

L'ALA est partie du constat que les institutions officielles n'étaient pas forcément les mieux placées pour instaurer des démarches d'advocacy à même de peser sur les politiques publiques. Le réservoir d'énergie se situe plutôt sur le terrain, où chaque jour, des bibliothécaires travaillent à fournir et améliorer des services essentiels aux membres de leur communauté. Ils sont souvent sincèrement passionnés par leur travail et ont accumulé au cours de leur activité des milliers de belles histoires qui illustrent la valeur

⁶⁶ *Geek the Library: A Community Awareness Campaign*, Online Computer Library Center, [en ligne < <http://www.oclc.org/fr/fr/reports/geekthelibrary.htm>> Consulté le 24 septembre 2011.

et l'importance des bibliothèques. Cependant, ils n'ont pas toujours l'opportunité de choisir une approche adaptée pour faire passer la richesse de leur message aux usagers, à leurs amis ou leurs familles.

C'est Camila Alire, la présidente de l'association de 2009 à 2010 qui est à l'origine de la notion de *frontline advocacy* – autrement dit, l'advocacy de ligne de front. Son initiative consiste à fournir tous ceux et celles qui agissent sur la « ligne de front », c'est à dire ceux qui travaillent en contact avec le public, des outils pour devenir des avocats de la cause des bibliothèques et des ambassadeurs de leurs valeurs, au quotidien. Pour ces professionnels qui travaillent dans les bibliothèques publiques ou universitaires ainsi que dans les écoles, l'ALA a travaillé à fournir des boîtes à outils dédiées à advocacy. Elle les a spécifiquement déclinés en fonction des publics qui fréquentent généralement ces différents types d'établissement.

Le kit d'advocacy s'adresse donc aux personnels de bibliothèque. Il se compose de deux grandes parties avec un moment explicatif et un moment opérationnel.

Moment théorique

L'exposé détaille les enjeux de l'advocacy de ligne de front : les bibliothèques ont besoin d'avocats en lien direct avec le public. Sans être démagogique, la boîte à outils explique qu'un usager peut fréquenter des années un établissement sans jamais rencontrer les cadres supérieurs, membres du conseil d'administrations, élus qui font que la lecture publique fonctionne au quotidien. Il rencontre en revanche l'agent, le bibliothécaire qui officie en banque de prêt ou de retour. C'est pourquoi il est important que ce soient également ces personnes qui portent le message des bibliothèques, en affichent les valeurs.

L'ALA développe un discours qui implique directement le lecteur du kit, afin de le rallier à l'effort d'advocacy. Parce qu'il est un membre du personnel de la bibliothèque, il la connaît mieux que quiconque. Qu'il soit en poste depuis six mois ou trente ans compte assez peu. Ce qui est essentiel en revanche du point de vue de l'advocacy, c'est la valeur du service rendu au public, ce sont les multiples connections sociales tissées avec des amis, des voisins, des collègues ou tout simplement avec la famille. Le bibliothécaire est un lien entre la bibliothèque qu'il représente par son travail et la communauté, la ville, la région dans laquelle elle s'intègre. En connaissant l'environnement extérieur de son établissement, il saura comment interagir efficacement avec lui et promouvoir la lecture publique.

Il est rappelé que sa contribution est d'autant plus précieuse que la situation économique actuelle des Etats-Unis est difficile. Alors que les Américains vont plus souvent à la bibliothèque pour profiter des ressources en accès libre et pour emprunter des documents, elles sont en même temps forcées de réduire leurs horaires d'ouverture, de licencier leur personnel ou parfois même de fermer. Si les réductions budgétaires semblent inévitables, leur ampleur reste encore sur la table de négociation. Les décideurs politiques écouteront les électeurs, mais encore faut-il que quelqu'un leur porte le message des bibliothèques et fasse entendre leur voix. C'est pour cette raison que chaque employé est invité à partager ce qui fait sa vision du métier et des valeurs qu'il véhicule à toutes les personnes qui l'entourent.

C'est après avoir fait un tour rapide des enjeux de l'advocacy de ligne de front que la boîte à outils en détaille les implications pratiques.

Moment pratique

En quoi consiste concrètement l'advocacy de ligne de front pour un bibliothécaire ? Sous cette appellation aux connotations militaires, se cache en fait deux démarches

simples, applicables au quotidien. C'est d'abord rappeler aux gens la gamme de ressources, d'activités et la valeur que la bibliothèque peut représenter pour eux. Ensuite, c'est véhiculer un certain message éthique autour de la lecture publique, prendre position par rapport à un événement ou un fait d'actualité qui concerne les bibliothèques. C'est une gymnastique quotidienne qui permet de s'améliorer et de détecter avec de plus en plus d'acuité les occasions de valoriser l'activité des bibliothèques sans que ce soit lourd, maladroit, ou encore déplacé. L'advocacy de ligne de front est facile d'usage car il amène des opportunités d'aider les usagers et ses proches, amis et connaissances. L'idée est de créer les occasions d'une rencontre entre les besoins pratiques des gens et les ressources de la bibliothèque. Le kit d'advocacy développé par l'ALA donne d'ailleurs quelques exemples pratiques :

- si un voisin songe à remplacer les fenêtres de sa maison mais qu'il a du mal à se retrouver dans la diversité de l'offre, le bibliothécaire peut simplement lui dire : « viens à la bibliothèque, nous avons beaucoup de livres de bricolage et de magazines d'aide à la consommation qui évaluent les marques et les produits entre lesquels tu hésites. » ;
- si un membre de la famille du bibliothécaire se retrouve au chômage, il peut lui faire savoir que la bibliothèque propose un accès gratuit aux sites de recherche de travail ainsi que des ateliers spécifiques pour améliorer son employabilité : aide à la création de curriculum vitae, conseils pour les entretiens d'embauche, formation à de nouvelles compétences... ;
- si d'aventure, un professionnel rencontre un nouvel arrivant dans la ville, il convient de s'assurer qu'il est au courant des activités que la bibliothèque dédie aux enfants et aux adultes ;
- si l'employé connaît personnellement des adolescents qui sont usagers réguliers de la bibliothèque, il doit les convaincre d'y amener ses amis et de leur faire découvrir tout ce qu'elle a à leur offrir.

On voit donc ici que l'objectif est d'amener des rencontres naturelles entre les membres de la communauté et la bibliothèque. Chacun peut y trouver une valeur tout personnelle susceptible de se transformer, en période de crise, en un soutien précieux.

Si l'advocacy de ligne de front se décline plutôt au niveau du personnel, de façon empirique et sur une base quotidienne, il ne se doit pas faire l'économie d'une planification et d'une vision plus stratégique. C'est le rôle des cadres des bibliothèques que d'amener cette vision plus générale. La direction a un vrai rôle à jouer en s'assurant que tous les membres du personnel comprennent :

- à quoi correspond l'advocacy de ligne de front, quel est son objectif et en quoi il est réellement important ;
- comment adapter les enjeux de cette pratique au contexte particulier de la bibliothèque ;
- comment et en quoi ils sont précieux à l'établissement ;
- comment et en quoi la bibliothèque est précieuse à la ville et à ses habitants;
- en quoi une succession de petites actions positives réalisées par le personnel amène un impact essentiel sur les usagers de la bibliothèque et les membres de la communauté.

Au delà de ces aspects de management, créer un plan d'advocacy de ligne de front implique que l'on ait défini des objectifs et une stratégie pour les atteindre, que l'on ait réfléchi au message à délivrer, à la manière de coordonner les efforts de chacun. L'ALA

met à disposition un document⁶⁷ préétabli pour aider les cadres des bibliothèques à adopter directement les bons réflexes. Il se compose d'une série de questions qu'il convient de se poser avant de lancer la démarche :

- quel est le but de l'entreprise, quels sont les objectifs poursuivis ? ;
- quels sont les moyens que l'on se donne pour les atteindre ? ;
- Quel est le message ? Il doit être particulièrement concis et percutant (quinze mots maximum) ;
- Sur quelles bases concrètes s'appuie ce message : informations spécifiques sur la bibliothèque, histoires vraies tirées du quotidien, anecdotes... ;
- Quel est la cible du message : usagers, non usagers, adolescents, adultes... ;
- Qu'est-ce qui fait que le message pourrait concerner et donc intéresser directement ces différentes cibles ? ;
- Quels seront les mediums qui véhiculeront le message ? En d'autres termes, quelles seront les occasions préétablies d'établir un contact privilégié avec les usagers ?

Formaliser une stratégie dans un document permet de prendre le temps de réfléchir au lieu de s'éparpiller dans toutes les directions. Ce temps de préparation aide à déterminer quels sont les meilleurs éléments dans l'équipe pour orienter et coordonner la démarche, quelle sera la méthode et les outils employés. Il constitue également l'occasion de détailler les opportunités pour chaque employé, à tous les niveaux de l'organigramme, de participer à cette démarche d'advocacy. Enfin, c'est l'occasion de prendre du recul et de replacer la bibliothèque dans son contexte : un simple tableau SWOT⁶⁸ permet de dégager ses forces, ses faiblesses, ses opportunités et ses menaces. Cette analyse aidera à intégrer l'advocacy de ligne de front dans un cadre directeur indispensable à son efficacité.

Cette efficacité a d'ailleurs attiré l'attention de la Canadian Library Association puisqu'elle propose elle aussi une boîte à outils d'advocacy similaire à celle lancée par Camila Alire lorsqu'elle était présidente de l'ALA.

L'exemple canadien

La boîte à outil d'advocacy de la Canadian Library Association est une version quelque peu édulcorée de sa grande sœur américaine. Baptisée LAN !⁶⁹, elle se présente sous la forme d'une page de présentation et d'un portail de ressources encore en chantier puisque certaines rubriques restent vides. La page d'introduction présente brièvement en quoi consiste la démarche d'advocacy, en quoi elle a besoin du soutien actif de chaque professionnel des bibliothèques. Sur le plan de la formation, elle marque une évolution intéressante et logique en s'ouvrant à tous : les ressources du programme, avant dispensées sous formes de conférences où les bibliothécaires devaient faire l'effort de se déplacer, sont désormais en accès libre via le portail. Elles se composent de trois rubriques :

1. un argumentaire général à propos des bibliothèques canadiennes qui rassemble des faits remarquables sous forme de chiffres et de phrases-choc : *quotable*

⁶⁷ *Frontline advocacy plan*, American Library Association, [En ligne] <http://www.ala.org/ala/issuesadvocacy/advocacy/advocacyuniversity/frontline_advocacy/worksheets/worksheet_plan.doc> Consulté le 24 septembre 2011.

⁶⁸ *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*, American Library Association. [en ligne] <http://www.ala.org/ala/issuesadvocacy/advocacy/advocacyuniversity/frontline_advocacy/worksheets/worksheet_swot.doc> Consulté le 24 septembre.

⁶⁹ *Library Advocacy Now !*. Canadian Library Association. [en ligne] <<http://www.cla.ca/divisions/capl/advocacy/>> Consulté le 1er octobre 2011.

*quotes*⁷⁰. Par exemple : « il y a trois fois plus de bibliothèques publiques que de restaurants McDonald's au Canada. » ; « 100% des bibliothèques publiques offrent désormais un accès à Internet » ; « Statistiquement, les Canadiens qui fréquentent la bibliothèque sont plus nombreux que tous ceux qui jouent au golf, au hockey sur glace, au baseball et font de la natation cumulés ! » ;

2. Sur le mode du *Storytelling*, une page nommée *Success Stories* : encore en chantier, elle devrait néanmoins rassembler des anecdotes que feraient remonter les professionnels des bibliothèques. Ces histoires seraient des exemples concrets sur le rôle important des établissements de lecture publique dans l'épanouissement personnel et professionnel des usagers ;
3. Une page de ressources pratiques qui renvoie sur des programmes extérieurs comme la version canadienne de @yourlibrary, Library Lovers' Month et de sites de goodies (pin's, badges et tee-shirts). Il est néanmoins regrettable que la plupart des liens soient brisés ou obsolètes, et conduisent le visiteur vers des erreurs 404 ;
4. Une liste de personnes ressources rompues aux techniques de l'advocacy : là encore, il est dommage qu'elle ne s'accompagne pas de leurs coordonnées téléphoniques ou mail.

Mais la ressource essentielle du programme LAN ! est son *training book*, autrement dit son guide pratique⁷¹. Censé constituer une aide précieuse pour planifier et adapter des plans d'advocacy dans sa bibliothèque, il est depuis très récemment accessible en ligne.

L'exemple australien

Dans une forme sans doute plus aboutie que dans la version canadienne, l'Australian Library and Information Association propose une rubrique *advocacy* sur son site internet. Son grand mérite est de proposer directement une palette de ressources facilement accessibles et organisées par thèmes. Par exemple l'association édite annuellement un dossier de presse⁷² qui regroupe un aperçu des meilleures pratiques, des événements ou des initiatives innovantes du monde des bibliothèques australiennes. Avec soixante exemples, ce dossier vise à mettre en valeur l'excellence dans le secteur de la lecture publique, à inspirer les professionnels, à les encourager dans leur prise d'initiative et enfin à générer des partenariats avec les différents acteurs dans la société. Les études de cas regroupées dans le dossier se rapportent pour la plupart à quatre grands thèmes éthiques de l'advocacy des bibliothèques :

- L'apprentissage et le développement de la lecture chez les enfants ;
- La promotion de l'économie et de la citoyenneté numérique ;
- La santé et le vieillissement ;
- La lutte contre l'exclusion sociale.

Le reste des études concernent la protection de l'environnement, les anecdotes provenant de familles d'usagers et le lancement de services innovants. Il est à noter qu'à l'instar des Etats-Unis, la démarche est participative : chaque membre de la profession est un avocat de la cause des bibliothèques, il est donc invité à partager et à faire remonter les bonnes pratiques via une adresse mail : advocacy@alia.org.au.

⁷⁰ *Quotable quotes* Canadian Library Association. [en ligne] <<http://www.cla.ca/divisions/capl/advocacy/quotes.htm>> Consulté le 1er octobre 2011

⁷¹ *Library Advocacy Now! A Training Program for Public Library Staff and Trustees*. Canadian Library Association. [En ligne] <<http://www.cla.ca/divisions/capl/advocacy/lanworkbook.pdf>> Consulté le 12 octobre 2011.

⁷² *Public Librarians : a surprise on every page*, Australian Library and Information Association, [En ligne] <http://www.alia.org.au/advocacy/ALIA_InnovationCaseStudiesNovember2010.pdf> Consulté le 12 octobre 2011.

L'exemple de Seattle : susciter le consensus autour de la construction d'une nouvelle bibliothèque

Après avoir abordé une série d'outils pratiques, il paraît intéressant d'aborder l'advocacy des bibliothèques à travers une étude de cas, et de privilégier l'angle de l'exécution à travers le cas de la construction de la bibliothèque centrale de Seattle, de 1998 à 2004. A la fin des années 1990, l'ancienne bibliothèque centrale, malgré ses 19.000 m² commençait à étouffer dans ses locaux : les deux-tiers de ses collections étaient stockées dans des magasins inaccessibles aux usagers. Ce manque de place et les préoccupations d'élus autour de la fragilité du bâtiment vis-à-vis des risques sismiques ont conduit au lancement du chantier d'une nouvelle centrale. C'est Deborah Jacobs, la conservateur de la bibliothèque de Seattle, qui a supervisé le projet de construction. Pour mener à bien la transition, qui génère beaucoup de bouleversements et donc d'insécurité tant au niveau des personnels que des usagers, elle a choisi de mettre en œuvre une démarche d'advocacy.

Cette démarche d'advocacy vise l'accompagnement du changement et cible la communauté au sens large : non seulement les habitants mais également les instances représentatives de tout ordre (comités de quartiers, associations, les décideurs politiques (maire et City Council). Elle s'inscrit dans l'échelon local et national au moyen d'une campagne de presse coordonnée. L'objectif de l'advocacy dans ce cas précis est d'impliquer tous les acteurs de la société civile à partager une vision commune de ce que doit être la nouvelle bibliothèque et le service de lecture public qu'elle rend possible. En juin 2005, Deborah Jacobs a partagé son expérience de gestionnaire de projet devant la *Canadian Library Association*⁷³, il convient d'analyser son témoignage pour en tirer tous les enseignements.

En amont : les clés du succès

L'essentiel du travail a consisté à bâtir une relation de confiance entre les différents acteurs : entre Deborah Jacobs et les élus, entre les politiques et le personnel, entre le conseil d'administration et l'association des amis de la bibliothèque Cette confiance était rompue à chaque niveau et il a donc fallu la restaurer. Ensuite, le deuxième axe s'est porté sur l'écoute et le dialogue : en direction des publics d'abord, avec plus de cent rencontres organisées avant, pendant et après la réalisation du nouveau bâtiment. L'objectif était véritablement de savoir ce que les gens attendent de leur bibliothèque, quels services répondent réellement à leurs besoins. Le processus de consultation s'est révélé être un outil majeur du redéploiement du réseau de lecture publique de Seattle : il a abouti à un compromis dans la sélection du site central et des vingt-six annexes (dont quatre s'implantaient dans des quartiers auparavant démunis de bibliothèques. Deborah Jacobs et l'équipe de direction ont également rencontré régulièrement les personnels à tous les échelons : entretiens individuels, d'équipes, de services... En écoutant le public et le personnel, on génère une forme de légitimité et de

⁷³ Jacobs, Deborah. *Building community support for a new library : the Seattle experience*. Juin 2005. [en ligne] <http://www.cla.ca/resources/cla2005/handouts/deborah_jacobs_speaking_notes_cla2005.pdf> Consulté le 28 novembre 2011.

représentativité tout à fait déterminante pour convaincre le maire et le City Council d'accorder plus de fonds à la lecture publique.

La question de l'argent a évidemment été centrale : le projet de nouvelle centrale ne s'est pas réalisé sans que la direction garde toujours un œil sur le contexte fiscal et financier local. Elle a su ainsi proposer aux décideurs des estimations adaptées et fiables sur le coût en investissement et en fonctionnement de tel ou tel service, de la construction d'un nouveau bâtiment. Ensuite, Deborah Jacobs s'est engagée à compléter le financement de la ville grâce à une levée de fonds déterminante auprès du secteur privé et public. Ce programme de fondation, baptisé *Libraries for all*, a été approuvé par le vote⁷⁴ des habitants de Seattle à 70%.

Le rôle et la place de la bibliothèque publique étant essentiel aux yeux des Américains, le programme *Libraries for all* a ainsi permis de lever quarante millions de dollars auprès du secteur privé (la directrice de la fondation Bill & Melinda Gates, Patty Stonecypher, a contribué à hauteur de vingt millions de dollars au projet). Plus impressionnant encore, la fondation de la bibliothèque a recueilli plus de 83 millions de dollars auprès de 22.000 foyers de Seattle ; pas seulement pour la phase de construction, mais aussi pour s'assurer qu'un équipement technologique récent soit prévu, pour générer des revenus réguliers aptes à financer des programmes pour la jeunesse, les collections, le secteur des sciences humaines et sociales mis à mal aux Etats-Unis.

La méthode « Deborah Jacobs »

Cette méthode consiste à écouter attentivement et régulièrement sa communauté afin de la laisser guider sa politique. Cette écoute ne se focalise pas uniquement sur les niveaux de détail, mais sur les « espoirs », les « rêves » des groupes d'utilisateurs. Son rôle ainsi que ceux des bibliothécaires est de mettre en œuvre de manière concrète ces attentes.

Par ailleurs, elle met en avant l'importance de l'honnêteté dans la consultation. En terme d'image, il est catastrophique de « faire semblant ». Si l'on s'engage dans ce processus, il faut être prêt à écouter plus qu'entendre : décoder ce qui se cache derrière les mots, et puis mettre en œuvre concrètement des actions audacieuses, assorties d'une très bonne communication et d'un sens du calendrier. A l'époque des consultations, une plaisanterie circulait à Seattle et explique à elle seule ce sentiment d'écoute véritable qui a réussi à émerger : « un an après l'arrivée de Jacobs à Seattle, la moitié de la ville se sentait personnellement liée à elle.⁷⁵ »

L'implication du public

Des recrutements ont été réalisés pour mettre en œuvre le programme *Libraries for all*. Il est intéressant de noter que ces recrutements ont retenu des personnels sur la base de leur capacité à appliquer la doctrine d'advocacy de Deborah Jacobs, c'est à dire celle de la visibilité. Cela implique le travail en lien étroit avec les groupes de quartiers et les bibliothécaires, le fait de rendre régulièrement des comptes sur le contenu de ce travail. Pour Deborah Jacobs, rester visible est un travail lourd qui ne peut aboutir que si l'on tient régulièrement les résidents informés lors des réunions publiques, si l'on produit des supports de communication clairs et attractifs avec un usage intensif du web. Cela

⁷⁴ *Libraries for all*. Seattle Public Library. [en ligne] <<http://www.spl.org/about-the-library/libraries-for-all-building-program>> Consulté le 08 novembre 2011.

⁷⁵ « *one year after arriving, 1/2 of Seattle felt they were personally related to Jacobs* »

demande aussi de mettre en place un modèle de communication circulaire qui consiste à demander systématiquement des retours, mais aussi à répondre à toutes les sollicitations. Dans un contexte de méfiance envers la dépense publique, cette communication intensive vise à établir la plus grande transparence possible sur les actions de la bibliothèque, et donc d'en renforcer la légitimité auprès des contribuables.

Par exemple, en ce qui concerne un projet d'annexe, sa mise en œuvre est déclinée en plusieurs étapes clairement identifiées et présentées au public :

1. Sélection du site
2. Sélection de l'architecte
3. « Espoirs & rêves » : consultation des groupes
4. Planification
5. Dessin des plans
6. Ouverture

De même, des schémas simplifiés ont été communiqués aux habitants de Seattle pour qu'ils puissent se rendre compte de l'architecture, réagir au design de ce lieu public qu'est la bibliothèque.

L'implication des décideurs et des médias

Du côté des responsables politiques, l'équipe de Deborah Jacobs écoute les conseils et les attentes du maire et du City Council, quitte à marquer respectueusement son désaccord. L'objectif est de garder la main sur les objectifs finaux du bâtiment et de déléguer le design, c'est à dire la traduction dans l'espace, à celui qui maîtrise ce savoir-faire : l'architecte. L'important est de bien délimiter le domaine de compétence de chacun.

Dans un autre ordre d'idée, l'équipe de direction a fait très attention à tenir informés le maire, le City Council à chaque étape du développement, surtout lorsque des problèmes survenaient.

La même démarche d'information transparente a été adoptée envers les journalistes : une campagne de relations presse a été lancée pour faire apparaître le projet de bibliothèque dans les médias locaux et nationaux.

L'implication du personnel et des syndicats

On l'a vu, l'advocacy ne peut se concevoir qu'à travers l'implication de toutes les parties prenantes d'un projet. Après les consultations d'usagers, le volet externe de l'advocacy, il a donc fallu intégrer au processus de conception le personnel et les syndicats ainsi que le *Library Board*. Un voyage a été organisé avec l'architecte en charge du projet, Rem Koolhaas, pour visiter les bibliothèques de la côte Ouest des Etats-Unis. Le but du voyage est de développer les relations personnelles entre les membres de groupes cloisonnés et qui ne se parlent pas beaucoup. Il s'agit ici de voir ce que chacun aime, développer un vocabulaire commun nécessaire pour partager une vision et la développer sur les années à venir, qui sont des années pendant lesquelles s'exacerbent les tensions. Par ailleurs, les syndicats ont invité les membres du *library board*, de l'équipe de direction, et du bureau de l'architecte à un meeting commun regroupant les leaders syndicaux d'autres bibliothèques ayant récemment construit un bâtiment central pour voir ce qui avait fonctionné ou dysfonctionné, comment chacun s'était engagé dans la réalisation du projet afin que tout se déroule le plus harmonieusement possible. Pendant la phase de construction, chaque employé s'est vu proposer la possibilité de visiter le chantier, de rencontrer l'architecte.

L'apport de cette démarche a été déterminant dans la prise de décision et l'économie d'erreurs importantes. Elle a aussi permis de mieux comprendre comment aborder les réunions avec le personnel et les syndicats. Elle a aussi été l'occasion d'aborder des sujets aussi prosaïques qu'essentiels, comme le design des zones de travail, le test du mobilier et des fournitures... Enfin, deux à trois semaines ont été consacrées à l'adaptation du personnel aux nouveaux locaux avant l'ouverture. Cela a donné un bâtiment beau et fonctionnel, dans lequel chacun prend plaisir à travailler : la qualité du service s'en trouve grandement amélioré, ce qui en renforce la légitimité auprès des usagers et des contribuables. C'est là l'objectif final de l'advocacy des bibliothèques : susciter l'approbation par les actes.

Au final, la bibliothèque centrale de Seattle est l'une des plus belles réussites architecturales de la décennie, une bibliothèque reconnue comme l'endroit incontournable pour rechercher de l'information à Seattle, un stimulateur de l'économie locale et un développeur de créativité pour les citoyens qui la fréquentent. La presse n'a pas tari d'éloges. Paul Goldberger, écrit dans le *New Yorker* que la Seattle Central Library est la « bibliothèque la plus marquante, la plus exaltante que l'on ait bâtie en une génération »⁷⁶. Le critique du *New York Times*, Herbert Muschamp a qualifié la bibliothèque de « bâtiment le plus enthousiasmant qu'il m'ait été donné de juger en trente ans de métier »⁷⁷.

Enfin, le prestige et l'excellence de la nouvelle centrale ont rejailli sur l'ensemble du réseau : les statistiques de fréquentation ont explosé : de 10% à 20% pour les hausses les plus modestes, de 300% à 450% pour les plus spectaculaires⁷⁸.

Ce bilan permet d'attester de la grande efficacité qu'une démarche d'advocacy peut amener dans l'accompagnement d'une construction de bibliothèque. Au-delà de la « gestion » du manager, Deborah Jacobs propose une véritable vision : impliquer toutes les parties prenantes d'une communauté autour d'un projet fédérateur de lecture publique est le meilleur moyen d'en faire un succès.

⁷⁶ Goldberger, Paul. « The result is the most important new library to be built in a generation, and the most exhilarating » *High-Tech bibliophilia*. The New Yorker. [en ligne], <http://www.newyorker.com/archive/2004/05/24/040524crsk_skyline> Consulté le 08 novembre 2011.

⁷⁷ Muschamp, Herbert. « In more than 30 years of writing about architecture, this is the most exciting new building it has been my honor to review ». *The Library That Puts on Fishnets and Hits the Disco*. The New York Times [en ligne] <<http://www.nytimes.com/2004/05/16/arts/architecture-the-library-that-puts-on-fishnets-and-hits-the-disco.html?scp=2&sq=seattle+public+library&st=nyt>> Consulté le 8 novembre 2011.

⁷⁸ Jacobs, Deborah. « some libraries seen circ increase of 300 – 450%! Others a more humble 10 – 20% ». *Building community support for a new library : the Seattle experience*. Juin 2005. [en ligne] <http://www.cla.ca/resources/cla2005/handouts/deborah_jacobs_speaking_notes_cla2005.pdf> Consulté le 28 novembre 2011.

Vers une culture de l'advocacy en France

La culture de l'advocacy s'est développée au sein d'un contexte politique et sociétal propre aux pays anglo-saxons. La situation en France diffère tellement qu'une telle démarche n'a jamais été ressentie comme nécessaire ; depuis les lumières et Condorcet en particulier, la présence des bibliothèques de lecture publique dans les communes semble aller de soi. Elles ne sont jamais remises en cause comme aux Etats-Unis ou en Angleterre : elles risquent dans le pire des cas un désintéressement des élus et un gel budgétaire mais quasiment jamais de coupe brutale ou d'amputation du service. Dans ces conditions, on peut légitimement se demander en quoi la mise en œuvre des méthodes d'advocacy en France est pertinente.

Pourquoi faire de l'advocacy des bibliothèques en France

Eviter le scénario britannique

En Angleterre comme aux Etats-Unis, les fermetures de bibliothèques sont légion. Outre-Manche par exemple, entre six-cent et mille de ces établissements publics si chers aux yeux des britanniques sont menacés d'ici 2012. Certaines, victimes de coupes budgétaires, se débattent pour conserver leurs usagers avec des collections appauvries et des horaires d'ouvertures de plus en plus étriés. A l'image de la bibliothèque de Kensal Rise⁷⁹, dans le district de Brent à Londres, ce déclin débouche sur un cercle vicieux : moins la bibliothèque est attirante, moins ses statistiques de fréquentation seront bonnes et plus elle sera vulnérable à une fermeture sans autre forme de procès. Pourtant, d'autres établissements beaucoup plus fréquentés sont aussi menacés : c'est le cas de la bibliothèque de Preston⁸⁰, également dans le district de Brent à Londres. Malgré son utilité sociale incontestable (mise à disposition gratuite d'un accès aux livres, à la presse et à Internet aux personnes âgées ainsi qu'aux plus démunis), elle a été fermée au motif que son coût par visiteur est trop élevé.

Selon Tim Coates, ancien dirigeant de la chaîne de librairies Waterstone et spécialiste des questions de lecture publique, l'argent, ou plutôt l'utilisation qui en est faite, constitue bien le point central du phénomène des fermetures de bibliothèques. Le rapport qu'il a publié en 2004⁸¹ fait référence, mais ne semble pas avoir convaincu la classe politique. Il y démontre qu'en moyenne, c'est moins de 7 % des sommes dédiées aux bibliothèques qui profitent réellement aux collections elles-mêmes, c'est-à-dire à leur renouvellement et à leur amélioration. Un pourcentage devenu dérisoire à force d'être rongé. Anémiées, manquant de livres récents et adaptés aux besoins de leurs publics, les bibliothèques publiques anglaises sont devenues des proies faciles.

Une mobilisation nationale massive s'est dressée en réaction à ce phénomène de fermetures massives. Son ampleur est véritablement inédite et rassemble depuis plusieurs mois, du Kent au Lancashire, de Londres à Liverpool, usagers anonymes et célébrités du monde de la littérature, parmi lesquelles Joanna Trollope, Alan Gibbons, Zadie Smith ou Alan Bennet. "Jamais on n'avait vu ça dans l'histoire du Royaume-Uni",

⁷⁹ Simon, Catherine. *SOS bibliothèques anglaises*. Le Monde des Livres. 08 août 2011.

⁸⁰ Simon, Catherine. op cit.

⁸¹ Coates, Tim. *The good library guide*. [en ligne] <www.goodlibraryguide.com> Consulté le 20 septembre 2011.

assure Tim Coates⁸². Cette situation est très représentative de la situation des bibliothèques anglo-saxonnes : menacées sur le plan politique par des coupes de budget, elles bénéficient en revanche d'un soutien très large au sein de la société civile. Ce soutien procède souvent de démarches conscientes ou inconscientes d'advocacy qui aboutissent parfois (plus souvent aux Etats-Unis) à des changements de politique : les élus sont forcés de revoir leur copie en matière de lecture publique. Est-ce qu'un tel schéma pourrait s'appliquer en France, pour conjurer la morosité du climat qui menace les bibliothèques?

L'advocacy est-il soluble dans la culture française ?

Un modèle politique particulier

La France se réclame d'une tradition toute différente et d'un modèle politique singulier. L'idée d'un Etat providence, rationnel, centralisé et quasi-omnipotent a résisté aux vagues successives de décentralisation et les citoyens font confiance à la puissance publique pour organiser la permanence des services d'intérêt général. Or, les bibliothèques répondent comme l'école laïque à l'exigence des Lumières, celle de promouvoir le citoyen par l'éducation et l'information, celle de « rendre la raison populaire » selon la formule de Condorcet. Il s'agit d'une exigence profondément liée au fonctionnement de l'idée démocratique, c'est à dire à la mise en œuvre d'un véritable pouvoir du peuple qui implique la capacité de chaque individu à participer à la vie politique, à définir ses choix conformément à la raison.

Dans l'ombre des écoles, les bibliothèques semblent néanmoins appartenir à ce paysage républicain immuable qui tend à fournir au peuple tous les moyens d'accéder aux moyens de son autonomie intellectuelle. Dans l'esprit collectif, leur existence est garantie de facto par les pouvoirs publics. C'est de cette manière que l'on explique le manque d'implication générale de la population envers le service public de la lecture : la majorité des citoyens ne se sent pas investie d'une mission de promotion et de défense des bibliothèques car elle considère qu'il revient exclusivement à l'Etat et aux collectivités territoriales de développer et d'enrichir ce service de base afin de le faire correspondre au mieux aux besoins de ses publics.

A cette vision pessimiste on peut opposer celle de Pierre Rosanvallon qui insiste à juste titre sur le dynamisme de la société civile en France. Dans son *Modèle politique français*⁸³, il développe une étude de la réalité utile pour les bibliothèques car elle invite à dépasser le discours caricatural autour d'une société apathique, bloquée par le centralisme étouffant d'un Etat omniprésent. Depuis la Révolution française, des syndicats se sont constitués et le tissu associatif s'est considérablement développé, rendant fautive l'analyse d'un vide sidéral entre l'Etat et les individus. Il n'est donc pas juste de considérer que les citoyens ne pourraient pas se mobiliser pour la défense d'un service public aussi important pour la démocratie que celui de la lecture, d'autant qu'ils ont maintes fois prouvé leur attachement au statut public d'autres services plus visibles, tels que La Poste, ou la SNCF. C'est justement la tâche majeure de l'advocacy des bibliothèques en France que de présenter les enjeux de l'accès à la culture et à l'information à l'ensemble de la société, afin de susciter chez elle l'envie et les moyens de s'impliquer. Ce processus nécessite de prendre appui sur la tradition militante qui perdure dans les couches de la société française pour inventer une nouvelle façon de

⁸² Simon, Catherine. op cit.

⁸³ Rosanvallon, Pierre. *Le modèle politique français*. Le Seuil.

démontrer l'utilité des bibliothèques : plus discrète que les manifestations, mais beaucoup plus efficace sur le long terme. C'est essentiellement par les actes au quotidien que se fonde la légitimité, c'est par l'intégration de la bibliothèque au cœur de la vie de la cité, une prise en compte toujours plus optimale des évolutions des besoins des publics. Cette légitimité génère à son tour de la participation citoyenne autour du service public, dans un cercle vertueux qu'il faut en permanence entretenir.

L'adaptation nécessaire au paysage institutionnel et professionnel

Cependant, la mise en place d'une démarche d'advocacy des bibliothèques en France doit prendre en compte les spécificités de la culture professionnelle et institutionnelle du pays. Si l'on prend l'exemple de l'advocacy aux Etats-Unis, ce sont souvent les bibliothécaires qui prennent à témoin les usagers pour pointer les points négatifs dans les politiques publiques, afin que les hommes politiques, sous la pression, reviennent sur leurs décisions. Mais en France, les professionnels des bibliothèques sont des fonctionnaires au statut encadré par des droits et des devoirs : ils ont un rôle d'ingénierie des politiques publiques, mais il ne leur appartient pas de contester les choix des élus. Ce système induit mécaniquement une grande proximité des fonctionnaires avec les décideurs, mais aussi une distance plus grande avec les usagers qui sont finalement peu associés aux décisions. En revanche, aux Etats-Unis, les bibliothèques sont traditionnellement considérées comme un contre-pouvoir, au même titre que la presse et les médias : ainsi, les professionnels du secteur adoptent souvent une attitude distanciée vis-à-vis des élus, voire parfois de défiance. Ces derniers n'interviennent dans le fonctionnement de la bibliothèque qu'à deux occasions : le vote du budget et la nomination des membres du library board, une sorte de conseil d'administration à vocation représentative, qui joue un rôle d'advocacy essentiel. Anne Marie Bertrand montre dans *Bibliothèque publique et public library : essai de généalogie comparée* à quel point cet instance n'a de représentative que le nom : les membres qui la composent sont très majoritairement des WASP (*White Anglo Saxon Protestant*) issus des classes aisées et éduquées de la société américaine. Si la fonction de représentativité du Library Board laisse à désirer, son rôle de représentation est lui tout à fait essentiel : ses membres sont choisis parmi les notables de la communauté et leur parole est écoutée. Ils savent communiquer, plaider, débattre et argumenter pour convaincre la population comme les élus : « ils sont les porte-parole des intérêts de la bibliothèque »⁸⁴. Cela évite aux bibliothécaires d'être en ligne de front directe avec la classe politique. Les Public Libraries sont administrées par les Library Boards, ce qui signifie que la gestion du personnel, du budget et des collections échappe en grande partie au pouvoir local.

Le contexte est radicalement différent en France, où aucune instance de ce type ne vient s'interposer entre professionnels et élus. Les représentants du peuple, élus au suffrage universel, à savoir le conseil municipal et le maire décident des tarifs d'inscription, des créations ou des suppressions de postes, de la physionomie du réseau et de la politique générale en matière de lecture publique : les fonctionnaires proposent et mettent en œuvre. Il reste donc à inventer et à généraliser un espace intermédiaire entre la sphère politique et la sphère professionnelle, sur le modèle des associations d'amis de la bibliothèque. Ces instances ne peuvent faire l'économie d'une meilleure représentativité qui manque actuellement au modèle américain. Sur le modèle des conseils de quartier, l'idée serait d'associer des membres choisis de la société civile et de les associer aux débats entre les parties prenantes actuelles : élus, adjoints, directeurs de l'action culturelle et directeurs des services. Il ne s'agit pas d'interférer avec la légitimité du

⁸⁴ BERTRAND, Anne-Marie. *Bibliothèques publiques et public library : essai de généalogie comparée*. 2010, p.113.

suffrage universel et de la représentation directe car l'instance en question pourrait uniquement se voir doté d'un pouvoir consultatif. Mais l'objectif est d'aérer le dialogue clos entre sphères technique et politique et d'introduire le point de vue direct de citoyens-usagers sur le fonctionnement de leur service public de lecture, de mieux impliquer la bibliothèque dans la *res publica*, en un mot de la placer au cœur de la cité.

Un contexte national qui plaide pour l'introduction de l'advocacy

La pertinence d'une démarche d'advocacy est d'autant plus essentielle en période de crise économique, synonyme d'un contexte de finances publiques dégradées. Les collectivités territoriales sont directement menacées au travers du gel de la Dotation Générale de Fonctionnement (DGF) et la suppression possible d'autres concours de l'Etat⁸⁵. Or, les bibliothèques restent les premiers équipements culturels dans les villes : elles font travailler des équipes nombreuses tout en affichant des tendances de fréquentation plutôt orientées à la baisse. Si ces équipements fonctionnent de plus en plus à budget constant malgré les difficultés qu'implique une progression régulière de l'inflation, elles ne sont pas non plus à l'abri d'un raboutage budgétaire. Une telle situation serait catastrophique car elle conduirait à l'appauvrissement des collections, à la réduction d'horaires d'ouverture et conséquemment à des statistiques de fréquentation orientées à la baisse. Les élus doivent rester convaincus de la nécessité absolue de maintenir une qualité de service de lecture publique qui apporte à leurs administrés une valeur ajoutée dans leur vie quotidienne. Le danger serait que les bibliothèques, amputées d'une part substantielle de leurs ressources, se replient sur elles-mêmes, deviennent des équipements « dormants » selon la formule de Marie Le Calonec, directrice de la communication de la ville de Douarnenez, Finistère⁸⁶. C'est au contraire une démarche d'advocacy qui permet l'intégration de l'équipement dans la vie des citoyens, remède à l'autarcie qui débouche sur les réductions budgétaires.

Il faut également rappeler le contexte d'insécurité législative dans lesquelles évoluent les bibliothèques de lecture publique. Seules les BDP, les Bibliothèques Départementales de Prêts, sont mentionnées par la loi du 23 juillet 1983 qui prévoit leur transfert aux départements. En revanche, il n'existe actuellement aucune loi d'orientation relative aux bibliothèques. Une telle situation est déplorée par la profession depuis des décennies entières même si personne ne saurait définir exactement quels seraient les contours d'une telle loi⁸⁷. Si cette situation présente les avantages de ne pas figer le paysage des bibliothèques alors que son contexte évolue toujours rapidement, elle est aussi la source d'une insécurité profonde. Rien n'oblige une municipalité à ouvrir une bibliothèque, à garantir un accès démocratique à la culture et à l'information, offrir un espace intellectuellement ouvert, libéré des influences politiques et idéologiques en ouvrant une bibliothèque. En définitive, un soutien durable et visible de la part des citoyens constitue la meilleure protection qui soit contre la tentation politique de faire l'économie d'un service public de la lecture.

⁸⁵ Vovard, A. *Budget 2012 : le détail de la ponction sur les collectivités*. La gazette des communes. [En ligne] <<http://www.lagazettedescommunes.com/80533/budget-2012-le-detail-de-la-ponction-sur-les-collectivites/>> Consulté le 30 octobre 2011.

⁸⁶ Girard, Hélène. *Savoir communiquer pour affirmer sa légitimité*, La Gazette des communes, N°25/2083, 20 juin 2011.

⁸⁷ « Loi. On dit « la loi » sans préciser laquelle ni rappeler qu'elle n'existe pas. C'est la loi sur les bibliothèques que nous appelons de nos vœux depuis plus d'un demi-siècle. Elle nous permet, dans les assemblées générales ou face à un représentant des « tutelles », de prendre soudain un air grave. Tel l'horizon, elle recule à mesure que nous avançons. N'est-ce pas très bien comme ça ? » Dominique Lahary, « L'ABF de A à Z », BIBLIOTHÈQUES, N°2, avril 2002.

La filière des bibliothèques en France n'a pas encore adopté de démarche d'advocacy dans son ensemble, mais on peut néanmoins identifier ça et là des initiatives encore isolées qu'il est nécessaire de recenser avant d'aller plus loin.

État des lieux des pratiques d'advocacy en France

L'objectif n'est pas ici de viser à l'exhaustivité, mais de prendre appui sur quelques exemples emblématiques et d'introduire des pratiques remarquables dans la réflexion afin de proposer plus loin des pistes d'action complémentaires.

L'exemple de l'Association Française des Bibliothécaires

Anne-Marie Bertrand établit un parallèle entre l'American Library Association et l'ABF dans leur rôle d'advocacy⁸⁸ : elles ont toute deux à cœur de « promouvoir la profession afin d'améliorer les compétences, le niveau de recrutement et l'image générale du métier. ». Traditionnellement, la formation a toujours été au cœur de cette problématique. Au niveau de l'ALA, elle remonte à la première école de bibliothécaire créée par Melvil Dewey en 1887 : l'enjeu devient de plus en plus essentiel à mesure que l'offre de formation en sciences de l'information décline dans les universités.

Pour l'ABF également, la formation est un axe central de l'activité d'advocacy : l'association mène un travail de fond pour améliorer la reconnaissance des diplômes, pour l'élaboration de manuels de référence. On peut citer *Le métier de bibliothécaire*, qui fait figure de *summa scientia* pour tant pour la profession que les candidats aux concours. Ce manuel s'enrichit d'ailleurs d'année en année, intègre les enjeux les plus récents et contribue donc à donner au métier une image dynamique : il en récapitule les meilleures pratiques tout en le réinventant. Mais au delà de cet axe central de la formation, on peut relever deux autres pivots de l'action de l'ABF qui relèvent de l'advocacy des bibliothèques : le combat pour obtenir une loi cadre sur les bibliothèques et la défense de l'accès à l'information.

Cette loi sur les bibliothèques fait figure d'arlésienne depuis des temps immémoriaux. La première trace de demande remonte à 1910. A la libération, l'ABF et les administrations centrales se font écho de cette revendication car on estime alors que seule la voie législative pourra obliger les communes à financer un service public de la lecture⁸⁹. Le souci est clairement d'appliquer le principe d'égalité du service public à l'ensemble du territoire. Mais la question reste en suspend jusqu'en 1968 où les assises des bibliothèques organisées par l'ABF voient le lancement d'une grande enquête nationale sur la situation des bibliothèques. C'est la première étape qui vise à définir les efforts prioritaires à fournir et définit une base de travail pour l'élaboration d'une future loi qui fixe les devoirs des collectivités nationale et locales. L'ABF renouvelle ce vœu d'une loi en 1972 par l'intermédiaire d'une motion. Ce n'est que quelques années plus tard que cette les dividendes de cet engagement de long terme tombent : le mercredi 8 janvier 1979 reconnaît le développement des bibliothèques comme un « objectif prioritaire de l'action culturelle ». L'exécutif semble disposé à répondre aux revendications de l'ABF puisqu'il charge la Direction du Livre et de la Lecture de l'élaboration d'un projet de loi pour « définir les missions et les obligations respectives de l'Etat et des collectivités locales en matière de lecture publique ». Le projet de texte

⁸⁸ BERTRAND, Anne-Marie. *Bibliothèques publiques et public library : essai de généalogie comparée*. 2010, P134.

⁸⁹ *La lecture publique en France*. La Documentation française. (Notes et études, N°918).

est validé au conseil des ministres du 20 juillet 1979. L'initiative est activement encouragée par la section de bibliothèques publiques au congrès ABF de la Rochelle : « cette loi devrait stipuler que la création de conditions d'accès égales, libres et gratuites pour tous les habitants du pays à la totalité des fonds documentaires sans discrimination entre les divers types de documents est une obligation commune de l'Etat et des collectivités locales »⁹⁰. Mais si proche du but, ce projet trop tardif s'évanouit dans le processus de décentralisation à l'œuvre, qui enterre l'ancienne logique d'aménagement du territoire par l'Etat. L'idée d'une loi survit à cet échec : en 1981, le rapport Vandervoerde, directeur du Livre, préconise une loi programme qui étale sur cinq ans la construction de nouveaux établissements et une loi sur les bibliothèques. Cette dernière aurait pu prendre soit la forme d'une loi d'orientation fixant les principes et les conditions de développement des bibliothèques dans les communes, soit une loi d'obligation qui leur impose certaines obligations dans l'organisation du service public de la lecture. La principale d'entre elle serait l'exigence pour les communes de plus de dix mille habitants de se doter d'une bibliothèque répondant à certains critères définis. Si certains s'interrogent sur la pertinence de la démarche⁹¹ qui semble vouée à l'échec et n'empêche pas pour autant le développement des bibliothèques dans les territoires, on peut justifier la nécessité d'une loi par le contexte économique tendu ou les pratiques autoritaires de certains élus en matière de diversités et de neutralité des collections. Les tenants de la démarche ne doutent pas de la pertinence ni de son efficacité, malgré les décennies d'échecs répétés. Peu importe le contexte de développement des BM qui s'est réalisé en dehors de tout cadre contraignant. Finalement, « n'est-ce pas très bien comme ça ? » D'autant que l'Etat, engagé dans un processus de décentralisation accéléré, n'est plus réellement en mesure d'empiéter sur la libre administration des collectivités territoriales. La justification d'un encadrement législatif, viendrait plus des pratiques des municipalités Front National (Orange, Marignane, Vitrolles) en matière de bibliothèques.

L'autre combat symbolique mené par l'ABF est celui de la liberté d'information, combat qui se rapporte au socle éthique de l'advocacy des bibliothèques. La défense de l'accès à l'information est un thème fédérateur dans la profession des bibliothécaires, mais elle prend des formes différentes selon les pays. En France, ce n'était pas un sujet dont s'était véritablement emparé l'ABF jusqu'à l'affaire des municipalités du Front National. Anne-Marie Bertrand rappelle⁹² qu'un ouvrage paru en 1989, *Censure et bibliothèques au XXème siècle*⁹³ ne fait quasiment pas parler de lui. A cette époque, la désaffection pour la défense de la liberté de l'information transparait également dans l'absence de groupe spécialisé dans l'ABF, de textes de référence français, de mobilisation. Il faut attendre le rapport⁹⁴ de l'Inspection Générale des Bibliothèques sur l'exercice abusif du pouvoir par les tutelles FN sur leurs établissements de lecture publique paraisse pour que l'affaire bénéficie d'une couverture médiatique⁹⁵. Malgré cela, l'ABF, à son niveau national, tarde à s'emparer du sujet et sa réaction manque de vigueur. Anne-Marie Bertrand relève que dans les éditoriaux du BBF, « les mots de *censure*, *Front National* et le nom des villes concernées n'apparaissent pas. Même

⁹⁰ Bulletin d'informations de l'ABF, N° 105, 1979.

⁹¹ Lahary, Dominique. Op. cit.

⁹² BERTRAND, Anne-Marie. Op. cit. p 151.

⁹³ Kulhmann, Marie. et Kuntzmann, Nelly. et Bellour. Hélène. *Censure et bibliothèques au XXème siècle*. Editions du cercle de la librairie. Paris.

⁹⁴ Inspection de la bibliothèque municipale d'Orange par Denis Pallier, mai 1996 ; inspection de la bibliothèque municipale de Marignane par Denis Pallier et Jean-Luc Gautier-Gentès, avril 1997. Les rapports de ces deux inspections ont été rendus publics par décision des ministres de la Culture destinataires. Cet article bénéficie en outre de l'analyse des interventions de la municipalité Front national de Vitrolles sur les acquisitions de la bibliothèque de cette ville.

⁹⁵ *Libération* 11 juillet 1996. *Le Monde* 12 juillet 1996. *New York Times* 20 août 1996.

constat pour la pétition introduite par l'ABF à l'automne 1996 et dans la *Lettre ouverte aux élus de la République et aux élus locaux* »⁹⁶.

En fait, la réaction vient plus précisément de la section des bibliothèques publiques qui rattrape la pusillanimité générale de l'ABF. Elle organise une journée d'étude en mars 1997 où elle dénonce clairement les attaques faites au principe de liberté d'accès à l'information par les élus Front National. Elle se propose même de se charger d'une veille nationale sur les agissements du parti.

Les instances nationales de l'ABF peinent à dissimuler leur gêne : elles trouvent une voie médiane en traitant le problème de la censure sous l'angle général des « acquisitions dans les bibliothèques publiques », avec la création d'une commission éponyme en 1997.

Comment expliquer le fossé culturel entre l'ABF et l'ALA qui fait de la liberté de l'information un combat vital ? Anne-Marie Bertrand l'attribue au manque d'expérience et d'outils pour mener ce genre de lutte, une répartition confuse des compétences entre un échelon national asthénique et régional très actif. Sans compter que l'association connaît des divisions importantes : en 1997, le groupe Paris proteste contre le dernier congrès en publiant dans le *Bulletin d'information de l'ABF* une lettre ouverte⁹⁷ : « il est souhaitable qu'à l'avenir, les présidents de séance aient une meilleure maîtrise des débats, qu'ils assurent un équilibre entre les courants et les tendances, qu'ils privilégient l'expression des problèmes professionnels et techniques plutôt que celle d'opinions à coloration corporatiste ou syndicale, voire politique. Il existe d'autres lieux pour débattre de ces problèmes en dehors de l'association. ».

Si l'ABF n'a pas encore investi un rôle de fer de lance dans l'advocacy des bibliothèques, elle s'est rapprochée de cette thématique au cours du congrès 2011 à Lille. « Les bibliothèques au défi de la communication » atteste de l'effervescence qui règne dans la profession autour du thème de la promotion des services et des richesses nouvelles que déploient les bibliothèques aujourd'hui. Au delà de l'ABF, il existe en France d'autres exemples d'advocacy tout à fait édifiants, qui font la démonstration que cette démarche, plus totalisante que la simple communication, est une occasion de parvenir plus efficacement à cette fin de défense et de promotion de la lecture publique.

Les usagers-advocates : l'exemple d'une mobilisation populaire autour de la défense d'une bibliothèque de quartier

Le cas de la « Maison bleue » et de « Carrefour 18 » à Rennes est tout à fait représentatif de ce que l'exemplarité d'un service peut générer comme implication citoyenne, comme mobilisation autour de la défense d'une bibliothèque.

Un schéma type se dégage : la mairie prend une décision unilatérale de fermeture d'une annexe de quartier, cela génère une incompréhension totale de la part des habitants : « Dès qu'il y a quelque chose de bien, il faut le supprimer. Elle marche bien, cette bibliothèque, je l'adore. »⁹⁸. Ils se sentent trahis et court-circuités : « Je trouve étrange d'apprendre la fermeture de la bibliothèque par le journal, on aurait dû être informés ici ! Ce n'est pas une façon de faire... ». Le sentiment d'abandon par les pouvoirs publics est fort : c'est le cas de Claire et de Marie-Thérèse, deux usagères qui redoutent que les personnes âgées ou à mobilité réduite ne puissent aller ailleurs. D'une manière générale,

⁹⁶ BERTRAND, Anne-Marie. Op. cit. p 152.

⁹⁷ *Bulletin d'information de l'ABF*, N° 176, 1997.

⁹⁸ Saverat-Guillard, Brigitte. *À Carrefour 18, on tient à la bibliothèque*. Ouest-France. 26 novembre 2009 [en ligne] < http://www.rennes.maville.com/actu/forum_-a-Carrefour-18-on-tient-a-la-bibliotheque_-1168190_actu.Htm > Consulté le 10 novembre 2011.

les citoyens déplorent la disparition annoncée d'un lieu de convivialité, de conseil et de vie culturelle : « Ici, je trouve ce que je veux, et quand on a besoin de renseignements, on est toujours bien reçu. » « J'apprécie particulièrement les conseils de lecture qui me sont donnés ici, je ne me vois pas aller ailleurs. »⁹⁹. Ils craignent une détérioration de la vie du quartier, du lien social qui se tissait au travers de ce service public de proximité : « Pourquoi fermer un site important pour la vie du quartier, permettant à des personnes de tous les horizons et tous âges de s'y croiser. Pourquoi ne pas préserver un lien de proximité avec le savoir, la culture, la connaissance, un lien de proximité géographique aussi ? Et puis, cette bibliothèque travaille depuis des années avec l'école Joseph-Lotte. Les petits qui s'y rendent à pied ont accès à une première découverte de la lecture. »¹⁰⁰ Pour faire face à la levée de boucliers, les élus instaurent une concertation pour justifier a posteriori leur politique mais il arrive trop tardivement et le journaliste d'Ouest-France parle de dialogue de sourds. La municipalité fait classiquement valoir la baisse des statistiques de fréquentation, la volonté de réfléchir à d'autres solutions tournées vers les habitants du quartier dont la mobilité est restreinte. Mais les usagers font valoir qu'ils « n'ont rien demandé ! Ils veulent garder l'existant en le rendant plus attractif, en fermant sur les heures de fréquentation basse et en ouvrant en soirée. » La satisfaction autour du service a mobilisé une soixantaine de personnes qui sont représentatives de la population du quartier : des parents accompagnés de leurs enfants, des assistantes maternelles d'une crèche voisine, des enseignants d'écoles primaires du quartier, des étudiants, tous venus défendre leur bibliothèque de quartier¹⁰¹.

Devant cette mobilisation populaire spontanée, la municipalité retire son projet : lors d'un point presse, il est annoncé que « la bibliothèque¹⁰² ne fermera pas. Elle restera sur le site actuel sans diminution de moyens en terme de personnel ou de budget. Elle est seulement appelée à devenir un « quartier lecture » et à rendre un meilleur service. » Ce cas illustre très bien le sens de la démarche d'advocacy : susciter le soutien par l'excellence du service permet de générer une situation où les bénéficiaires, c'est à dire les usagers se sentent profondément impliqués dans la défense d'un lien de proximité avec le savoir, la culture et l'information.

L'exemple Anzinois de communication

Anzin est une petite ville du nord de la France (15.000 habitants) qui a construit une bibliothèque publique très moderne en novembre 2010. L'équipe de l'établissement a adopté une ligne de communication novatrice et incisive pendant toute la durée de la construction et après l'ouverture de l'équipement. Le résultat donne des taux d'inscription tout à fait exceptionnels par rapport à la moyenne nationale : rien que le jour de l'ouverture, 2500 visiteurs se sont présentés, 650 inscriptions ont été enregistrées et 1500 documents prêtés. Si ces chiffres records se sont normalisés depuis, il reste très élevés et invitent à revenir plus longuement sur ce qui fait la spécificité de la méthode d'Anzin.

D'abord, tout un travail a été mené autour de l'identité de la bibliothèque. C'est un bâtiment d'architecture contemporaine un peu froid, mais la communication a insisté sur le « lieu chaleureux ». D'ailleurs, cet aspect se retrouve dans la charte graphique qui donne dans les tons chauds, orange à rouge. La médiathèque d'Anzin a confié les illustrations qui composent la base de cette charte graphique à Christian Woltz, un

⁹⁹ Saverat-Guillard, Brigitte. Op. cit.

¹⁰⁰ Saverat-Guillard, Brigitte. Op. cit.

¹⁰¹ Une association de défense s'est aussi montée : *Hé Lecteurs* à Saint-Martin pour défendre la maison bleue qui a finalement fermé : <http://nefermezpassaintmartin.unblog.fr/>

¹⁰² en l'occurrence, *Carrefour 18*

auteur de livres pour enfants à l'univers singulier. Enfin, il faut noter un fait rarissime : le site internet de la ville a été mis aux couleurs de la médiathèque avant son ouverture, afin de générer l'attente, la curiosité et l'intérêt des Anzinois. Ces choix ont véritablement doté l'établissement d'une idiosyncrasie et d'une visibilité qui font que de toutes les médiathèques, celle d'Anzin est identifiable entre toutes.

Ensuite, Anzin a adopté des méthodes de communication qui évoquent plus la grande distribution que la lecture publique. 30.000 euros ont été dépensés pour la communication, du guide du lecteur aux affiches tous formats. C'est un budget conséquent qui a dégagé des marges de manœuvres et permis d'expérimenter de nouvelles voies. Par exemple des espaces publicitaires ont été achetés dans *La Voix du Nord* sur des radios locales de grande écoute, comme RFM : la forme de la publicité se rapproche du ton et de l'argumentaire employés par les supermarchés. A côté de la publicité, une véritable campagne de relations presse a pu être menée afin que l'ouverture de la médiathèque bénéficie de la meilleure couverture médiatique possible. A cette période, des banderoles ont également été déployées sur les axes routiers afin de capter l'attention du public local. Pour compléter le dispositif, un cabas aux couleurs de la médiathèque a été distribué à chaque usager de la médiathèque.

Au final, il faut retenir que la recette de ce succès réside dans un travail mené en collaboration resserrée avec la direction de la communication de la ville à toutes les étapes du projet de construction. L'équipe a su piloter le projet dans un contexte politique tendu (toute la municipalité n'y était pas favorable). La communication a été exemplaire car elle a su d'adapter aux retards, parfois dus au temps politique, parfois dus à des problèmes d'ordre simplement technique : elle a su être réactive et monter en puissance à partir du moment où le calendrier s'est éclairci.

Advocacy des bibliothèques en France : les outils à développer

A la manière des boîtes à outils d'advocacy développées par les associations des bibliothécaires aux Etats-Unis, au Canada et en Australie, cette partie se veut être une introduction pratique à l'advocacy des bibliothèques en France. La plupart des outils existent déjà, mais sont pratiqués de manière disparate et cloisonnée. L'idée est de les rassembler en une démarche cohérente qui tienne compte des spécificités de la culture française. Il est certain que le service public de la lecture ne jouit pas de la même aura aux Etats-Unis et en France : on peut considérer que c'est à la fois une conséquence et une cause de cette absence de culture intégrée de l'advocacy dans notre pays. Il est évident qu'elle ne s'implantera pas du jour au lendemain dans les habitudes professionnelles des bibliothécaires français ; mais c'est justement l'objet de cette partie que de proposer des pistes de réflexion pour susciter des expériences applicables au plus grand nombre d'établissements possibles.

Savoir communiquer avec les médias

Le premier point à intégrer dans sa démarche d'advocacy, c'est la visibilité et l'implication au premier échelon. Les Français sont des grands consommateurs de presse et de télévision locale/régionale dont la situation financière est bien meilleure que celle

des quotidiens nationaux. La palme du plus grand tirage revient d'ailleurs à un quotidien régional, Ouest-France.

Il convient donc de s'engager dans une démarche active de relations-presse afin de valoriser l'équipement local au sein de son public naturel. Yves Portelli, chef de la section lensoise de la Voix du Nord, donne le point de vue d'un journaliste sur ce que doit être cette relation¹⁰³.

Le référent

Ainsi, la première des choses à faire en matière de relations-presse : c'est d'avoir un référent dans le média local, qu'il soit radio, presse ou télévision. L'idée est de tisser un lien avec un rédacteur. On peut par exemple profiter d'une expo pour faire connaissance. Ensuite, dès que l'on a la connaissance et la visibilité nécessaire sur un événement en préparation, on contacte le référent. On lui joint des premières infos pratiques. Cette étape préalable est capitale car ces informations seront intégrées dans un agenda partagé dans le média, ce qui augmente considérablement les chances d'un traitement ultérieur. Dix jours avant l'événement, il convient de contacter le référent : l'objectif est de formaliser un rendez-vous afin de le faire venir à la bibliothèque : cette entrevue est l'occasion de lui donner tous les éléments intéressants liés à l'événement. C'est aussi à ce moment là que l'on doit lui transmettre toutes les infos relatives au service, résumées sur une fiche.

Enfin, le jour J, il est utile de rappeler le journaliste, pour éviter la déconvenue d'un oubli ou d'une incompatibilité d'agenda. Ainsi, même si l'événement n'est pas au centre de l'info, le journaliste le connaîtra car il aura travaillé dessus et si d'aventure il ne peut pas le traiter personnellement, il le délèguera à un collègue.

Comment retenir l'attention d'un journaliste

Il faut d'abord resituer le contexte au journaliste, c'est capital. Il ne doit surtout pas avoir l'impression que l'événement sorte du néant. Ensuite, il ne faut pas hésiter à donner tous les détails pratiques, même ceux qui semblent négligeables et redondants. Souvent, notre point de vue de professionnel des bibliothèques est faussé : parce que nous travaillons sur le projet depuis longtemps, nous tenons certaines choses comme évidentes, mais ce n'est probablement pas le cas du correspondant.

Ce point étant établi, il est absolument essentiel d'offrir un angle de reportage au journaliste. C'est particulièrement important si c'est la première fois que ce dernier travaille sur un sujet en rapport avec la bibliothèque.

Pour finir, il faut souligner l'importance de la co-construction du reportage ou de l'article. Il ne s'agit pas de dicter au journaliste ce qu'il doit écrire ou filmer, mais bien de nouer un dialogue.

Les bons réflexes à adopter

Comme avec les élus, il existe un langage spécifique à adopter avec les journalistes : il doit éviter les longueurs, aller droit au but et évacuer tout le reste. Cet effort permet également de ne pas créer inutilement de la distance : au lieu d'être dans le cadre très formel du rapport professionnel obligé entre bibliothécaire et journaliste, on est dans

¹⁰³ Intervention d'Yves Portelli. Congrès ABF 2011. Atelier « presse et médias ». samedi 25 juin.

plus simplement dans la situation d'un dialogue entre deux personnes sur un pied d'égalité.

Il existe par contre une série de comportements maladroits qu'il convient de proscrire : comparer le traitement d'une rédaction avec celui d'autres médias¹⁰⁴, jouer sur la concurrence¹⁰⁵. Les effets d'une telle démarche sont dévastateurs et contre-productifs.

Pendant longtemps, la profession s'organisait autour d'une diffusion verticale de l'information, aujourd'hui la donne a changé et le modèle est horizontal. Dans une société où chacun est devenu producteur de messages, on ne peut plus se contenter des journalistes pour diffuser l'information. Sans déprécier la valeur que représente une stratégie de relations presse menée sur le long terme, il s'agit aussi de s'adapter à la nouvelle donne de l'information.

S'adapter à la nouvelle donne de l'information

Ce nouveau paysage diffère radicalement de celui qui avait cours avant le développement d'Internet. L'information transitait par des canaux officiels, bien identifiés, et de manière descendante. Par exemple, lorsqu'on avait besoin d'information sur l'actualité du jour, on achetait le journal. Lorsque l'on devait se documenter sur un sujet bien particulier, on allait à la bibliothèque. Désormais, le schéma est différent : l'information est éclatée, produite et consommée par d'innombrables acteurs plus ou moins bien identifiés.

Lionel Dujol, bibliothécaire à Romans-Sur-Isère, explique¹⁰⁶ que dans un contexte de saturation de l'information, il est plus pertinent pour une bibliothèque de se concentrer sur la médiation numérique. Trop souvent, on met uniquement en œuvre des politiques de communication qui insistent sur l'identité de la bibliothèque. C'est le travers de la communication institutionnelle, trop limitée dans son potentiel. Elle s'attache à faire évoluer la présence classique de l'équipement sur le web et les réseaux sociaux. Elle se concentre parfois aussi sur l'identité de service : faire exister l'établissement au travers d'un service particulier, comme le Guichet du Savoir à la BmL. Enfin, la communication institutionnelle peut aussi valoriser une identité thématique, à l'instar d'un portail santé, musique, etc.

Aujourd'hui, il s'agit beaucoup plus de résonner en termes de communautés : il faut mettre en avant les personnes-ressources, à savoir la communauté des bibliothécaires. On peut citer l'exemple classique des gimmicks, mais aussi celui plus intéressant de la Bibliothèque municipale de Toulouse, qui met en avant ses personnels dans des publicités. L'avantage du résonnement par communautés consiste à cibler de manière plus claire les publics à la portée de tout établissement de lecture publique. Là où la démarche classique de communication se concentre uniquement sur la communauté d'usagers et d'usagers potentiels, la démarche de médiation numérique ouvre le champ illimité de la communauté d'intérêts. A l'inverse de la communication institutionnelle, la médiation part des centres d'intérêt des usagers et s'adapte à la nouvelle donne de l'information. D'abord les usagers cherchent de l'information. Ils partent de ce besoin pour faire la recherche, pas de l'outil, et donc pas de la médiathèque. L'objectif est qu'ils soient naturellement dirigés vers les ressources de la bibliothèque et qu'ils l'identifient donc comme lieu incontournable.

¹⁰⁴ Portelli, Yves. Op. cit. « c'était super ce que vos collègues ont fait à la TV ! ».

¹⁰⁵ Portelli, Yves. Op. cit. « si tu nous fais pas le sujet, on va le donner à quelqu'un d'autre ».

¹⁰⁶ Intervention de Lionel Dujol. Congrès ABF Lille 2011. Atelier « Communiquer avec les décideurs » Vendredi 24 juin 2011.

La médiation numérique est un pilier fondamental de la présence des bibliothèques sur Internet car elle est la mieux à même de mettre en valeur ses ressources et ses collections. C'est une démarche ambitieuse que celle du portail classique : quand ce dernier permet uniquement de toucher les abonnés, la médiation numérique vise à dépasser très largement cette communauté naturelle en apportant des contenus qualifiés sur tel ou tel thème.

Lionel Dujol développe une parabole intéressante sur le changement de paradigme que le web introduit dans la recherche et la consommation de l'information. Ainsi, le modèle ancien serait celui du « restaurant » : pour profiter de son menu et de ses plats, il faut encore en connaître l'adresse. De même, si en tant que citoyen dans une collectivité je ne connais pas la bibliothèque, je n'y penserai pas, elle sera absente de mon champ de vision et je ne profiterai pas des services de cette structure, par simple ignorance. La médiation numérique permet de basculer du modèle du « restaurant » à celui de la « canne à pêche ». Quand une personne a besoin d'information (de poisson), elle jette sa ligne dans l'océan (requête Google) et remonte celle qui l'intéresse. Ainsi, à Romans-sur-Isère, une analyse rapide des sources de trafic de la bibliothèque montre que sur les cent requêtes les plus saisies, à aucun moment le mot de bibliothèque n'apparaît ! En revanche, il s'agit plutôt de tel auteur, de tel disque...

Sur les réseaux sociaux, il s'agit donc de développer une proximité thématique avec les internautes plutôt que de reproduire les vieux schémas de communication. Personne ne souhaite être ami avec sa bibliothèque sur Facebook pour obtenir uniquement les horaires d'ouvertures. La logique qui prévaut ressemble plutôt à cela : j'aime le surf, je trouve des vidéos de surf sur Youtube, donc j'aime Youtube. A la bibliothèque d'adapter ce schéma à ses ressources propres : le polar, la rentrée littéraire, le manga...

Pour conclure, la médiation numérique a toute sa place dans une démarche d'advocacy car elle vise à s'inscrire durablement aux yeux des utilisateurs comme des intermédiaires potentiels auxquels ils peuvent s'adresser.

Développer le mécénat

Aux Etats-Unis, les exemples de mécénat dirigé vers les bibliothèques sont nombreux : on a évoqué précédemment le don d'Andrew Carnegie à la New York Public Library en 1901, celui de la fondation Bill & Melinda Gates pour la nouvelle Seattle Public Library, mais on peut également citer en exemple le don d'1.1 million de dollars fait par la fondation Xerox à la Bibliothèque du Congrès. Ce geste visait à faciliter la réalisation de l'exposition permanente *Treasures of the library of Congress* qui présente deux-cent documents marquants de l'Histoire des Etats-Unis à l'occasion du 200^{ème} anniversaire de l'ouverture de l'institution¹⁰⁷.

Si l'importation en France de la tradition d'évergétisme culturel américain est d'ores et déjà un fait : elle prend de plus en plus d'ampleur depuis 2003, date où la loi du 1^{er} août 2003 relative au mécénats, associations et fondations a été votée. Elle favorise activement le soutien des particuliers comme des entreprises au financement des projets culturels grâce à des incitations fiscales. La loi fixe un cadre : le don doit rester un acte de philanthropie, c'est à dire que son montant doit rester significativement au dessus des retombées générées en termes de relations publiques et d'image. Il peut prendre la forme d'une aide financière, en nature, ou de mise à disposition de compétences. Les pouvoirs publics cherchent à favoriser la généralisation de cette pratique : le ministère de la culture a nommé un correspondant mécénat dans chacune de ses DRAC, des actions de sensibilisation ont été relayées au travers du réseau de Chambres de Commerce et

¹⁰⁷ *Treasures of the Library of Congress*, Library of Congress Information Bulletin, [en ligne] <<http://www.loc.gov/loc/lcib/9509/xerox.html>> Consulté le 20 novembre 2011.

d'Industrie, du Conseil Supérieur du Notariat. L'objectif est de faire connaître aux particuliers comme aux entreprises les opportunités de défiscalisation qui sont en jeu. Le bilan est particulièrement positif : l'Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial (ADMICAL) estime que le mécénat en France se porte bien : avec plus de 2,5 milliards d'euros engagés, il n'est pas la chasse gardée des grands groupes puisque 73% des actions menées le sont par des entreprises de moins de cent salariés¹⁰⁸. L'association fait également ressortir un fait important : les entreprises sont attachées au mécénat de proximité, puisque les actions engagées le sont souvent dans la région où elles sont établies.

En revanche, elle reste à étendre et à généraliser au domaine de la lecture publique, autour, par exemple, du thème fédérateur du patrimoine local. C'est un enjeu majeur d'advocacy car le mécénat est souvent une affaire de rencontres, entre un porteur de projet culturel et une entreprise qui se retrouve dans les valeurs qui sont en jeu. Dans ce type de démarches, la défiscalisation est rarement le moteur essentiel. Il est donc du ressort des professionnels de mieux exposer les enjeux, de savoir communiquer leur enthousiasme. Car si le mécénat existe déjà pour les grandes bibliothèques, elle concerne trop spécifiquement les « trésors nationaux », comme par exemple l'acquisition en 2008 par la BnF de 26 épreuves d'affiches de Toulouse-Lautrec. Enfin, il faudrait alléger le dispositif légal, l'adapter aux collectivités territoriales. Il est encore trop lourd comme l'explique Isabelle Suchel-Mercier: « bien souvent, l'opération de mécénat est montée en dehors, comme ce fut le cas à Grenoble pour l'acquisition du journal de Stendhal en 2006. »¹⁰⁹

L'objectif serait plutôt d'étendre le mécénat aux établissements de lecture publique de taille moyenne, de lier le patrimoine local au tissu économique des PME-PMI de la région : cela ferait la preuve que les bibliothèques sont des institutions intégrées au cœur de leur territoire. Il faut pour cela que les professionnels s'appuient sur le rôle d'interface des CCI afin d'apparaître comme un partenaire visible pour les actions de mécénats. Cela suppose de savoir intégrer en amont la part de financement venant du mécénat (aléatoire) à des projets qui sont en général soutenus par les collectivités territoriales et l'Etat avec une participation claire et budgétisable. Autre voie possible, celle du recours à des associations proches des structures culturelles, comme l'association des Amis du musée et des bibliothèques de Besançon qui examine si le projet présente bien un intérêt général auprès des citoyens avant de promouvoir et fédérer les dons individuels.

Au final, le mécénat peut-être l'occasion de susciter un lien affectif fort entre les ressources de la bibliothèque et le reste de la société. En outre, il reste complètement adaptable aux besoins spécifiques de l'institution (opération de restauration, de valorisation, d'acquisition) et du mécène. C'est pourquoi il a tout à fait sa place au sein d'une démarche générale d'advocacy.

C'est également une autre question en rapport avec l'économie de la lecture publique qu'il convient d'aborder pour clore cette partie sur l'advocacy des bibliothèques en France : l'évaluation de la rentabilité économique des établissements de lecture publique, qu'il s'agit de démystifier.

¹⁰⁸ Suchel-Mercier, Isabelle. « Mécénat culturel et patrimoine écrit », BBF, 2009, n° 2, p. 113-114 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 20 novembre 2011.

¹⁰⁹ op-cit

Investir la notion de rentabilité économique des bibliothèques de lecture publique

Au début des années 2000, les bibliothèques aux Etats-Unis ont tenté de démontrer leur impact économique sans vraiment amener d'études sérieuses à grande échelle. Les raisonnements assez limités fonctionnaient sur le mode de l'extrapolation : « si les usagers achetaient tous les livres qui sont sortis en prêt, ou s'ils avaient payé pour obtenir des informations de référence, cela aurait coûté dix fois le prix d'une bibliothèque ». La démonstration se suffisait à elle-même et tournait en rond. Deborah Jacobs souligne avec humour que si ce genre de raisonnement a eu pour effet d'autosatisfaire la profession, ça n'a pas eu vraiment l'air d'impressionner les décideurs politiques¹¹⁰. Sous l'effet de la crise économique, la pratique s'est développée avec incomparablement plus de rigueur dans les pays anglo-saxons : elle constitue aujourd'hui un formidable réservoir d'arguments scientifiques à la disposition de la profession.

En France, cette démarche n'a pas encore été entreprise de façon significative. Mais le contexte économique actuel implique que les bibliothèques puissent trouver le fond théorique et pratique pour justifier leur activité sous un angle économique afin de continuer à obtenir des fonds publics. Ce positionnement utilitariste détonne avec une culture du service public à la française, qui envisage traditionnellement ses principes indépendamment des questions de moyens. De fait, il serait sans doute mal perçu par les professionnels d'examiner la valeur de leur travail au quotidien sous l'angle économique : ce serait contradictoire avec l'esprit du service public. On a d'ailleurs plutôt tendance à mettre en avant les missions sociales des bibliothèques, missions à priori difficilement quantifiables du point de vue économique.

Mais comme le montre Manon Louche¹¹¹, il est pertinent de dépasser ces réticences et d'engager une démarche fondée d'évaluation de la valeur ajoutée que génèrent les bibliothèques en France. Car ce sont précisément les missions sociales des bibliothèques qui fondent leur rentabilité : par exemple, déterminer combien de personnes se sont appuyées sur les ressources de leur médiathèque pour trouver un emploi est essentiel car cela permet d'affirmer qu'elles ne dépendent plus de l'aide sociale, qu'elles créent de la valeur ajoutée taxée par les pouvoirs publics, qu'elles consomment à nouveau... Le service public de la lecture devient alors un investissement rentable pour la collectivité, locale et nationale. Il n'y a donc rien à perdre à définir un montant précis en euros à la richesse que crée la bibliothèque en remplissant ses missions sociales, et à le comparer aux dépenses de fonctionnement qu'elle génère.

Les bibliothèques animent le territoire, diffusent des capacités de réflexion, de création et de projet qui excèdent le seul secteur de la lecture publique pour profiter à l'ensemble des activités du quartier et de la ville, et il appartient à l'ABF de développer des indicateurs quantitatifs et qualitatifs qui permette de mieux évaluer ces valeurs ajoutées, de leur attribuer un montant précis. Ce n'est qu'en généralisant cette démarche d'évaluation que l'on pourra faire valoir l'immense atout que représente la présence de la bibliothèque pour son territoire.

¹¹⁰ Deborah Jacobs Op. cit. « *Unfortunately – this made us feel good – but didn't seem to impress public officials a whit* ».

¹¹¹ Louche, Manon. *L'évaluation de la valeur économique des bibliothèques : de la rentabilité aux valeurs ajoutées*. Mémoire d'étude - diplôme de conservateur des bibliothèques. ENSSIB. 2011.

Conclusion

L'advocacy, l'acte de se faire avocat, implique que l'on accepte d'accepter le jugement porté sur soi. Il est donc essentiel de conscientiser le regard de la société sur la lecture publique, non pour en préparer la défense, mais pour en faire valoir l'exemplarité. Car l'actualité du début de la décennie montre que les bibliothèques ne vont plus de soi et qu'elles sont effectivement jugées sur leur capacité à mettre en œuvre des actions tangibles, dont les effets positifs sont immédiatement perceptibles par la communauté. Là où le réflexe pourrait être d'adopter une position défensive de repli, l'advocacy permet d'adopter une démarche éthique bien plus ambitieuse : s'impliquer au maximum dans son environnement, dans sa collectivité afin de faire la preuve de sa propre légitimité.

Cette démarche d'intégration dans la communauté vise à instaurer une confiance mutuelle dans la durée avec les multiples acteurs de cette communauté. Les bibliothèques aux usagers bien sûr, mais aussi aux instances représentatives de tout ordre (associations, conseils de quartier), aux décideurs politiques (maire et conseil municipal), aux écoles, aux médias locaux et nationaux. Il ne s'agit donc pas d'adopter une posture corporatiste qui viserait à influencer sur les décideurs politiques afin de sécuriser sa place via la législation et les budgets, mais défendre ses intérêts en servant de manière édifiante l'intérêt général.

Dans cette perspective, les piliers éthiques de l'advocacy des bibliothèques sont un atout essentiel. Ils doivent être l'occasion d'une prise de conscience renouvelée : le travail des bibliothécaires est exemplaire car il favorise un accès égalitaire à l'information et à la culture, il anime le territoire, diffuse des capacités de réflexion, de création et de projet qui excèdent le seul secteur de la lecture publique pour profiter à l'ensemble des activités de la communauté.

La culture française du service public est tout à fait en mesure d'absorber le modèle de l'advocacy, mais il reste à en transposer les outils et les méthodes. Si l'implication dans la vie de la cité semble un axe fort à privilégier, au travers de partenariats renforcés avec tous les acteurs institutionnels comme associatifs, les bibliothèques doivent avant tout définir clairement ce qu'elles sont, ce qu'elles veulent porter en matière de projet d'établissement. Comme aux Etats-Unis, la profession a beaucoup à gagner en confiant à son association nationale un rôle pilote en matière de création d'outils pratiques d'advocacy, de centralisation des expériences et de promotion de la démarche. On peut considérer que l'édition 2011 du congrès de l'ABF « Les bibliothèques au défi de la communication » est un premier pas vers la prise de conscience de la nécessité de doter la profession de leviers pour mieux valoriser son rôle dans la société. Mais il ne faudrait pas que ce souci de visibilité se fige dans une communication institutionnelle aujourd'hui insuffisante et dont l'efficacité est parfois justement mise en doute : la communication ne doit pas éclipser l'advocacy, elle doit se fondre à l'intérieur en ne perdant jamais de vue que ce qui fait la force des bibliothèques ne sont pas les mots et les images, mais bien les actes et la reconnaissance des usagers.

Bibliographie

Les fondements de l'advocacy

Lobbying et Advocacy : définitions légales

Registre de l'*Internal Revenue Service*. 56.4911-2(b)(1)(ii)

Une pratique culturelle ancrée géographiquement

YOUNG Lisa, EVERITT Joanna. *Advocacy Groups*. Vancouver : UBC Press. 2005.

L'advocacy de bibliothèques, fruit d'un contexte

SAURUGGER, Sabine. *Les groupes d'intérêts entre démocratie associative et mécanismes de contrôle*, Raisons politiques 2/2003 (N° 10), p. 151-169.

HABERMAS, Jürgen. *Après l'État-nation, une nouvelle constellation politique*, Paris : Fayard. 2000.

ALIX, Yves (sous la direction de). *Le métier du bibliothécaire*, Paris : Editions du Cercle de la Librairie. 2010.

GIRARD, Hélène. *Savoir communiquer pour affirmer sa légitimité*, La Gazette des communes, N°25/2083, 20 juin 2011.

Bibliothèques municipales, bibliothèques départementales de prêt : données 1999, Paris : Ministère de la Culture et de la Communication, 2001.

Bibliothèques municipales, bibliothèques départementales de prêt : données 2000, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 2002.

DONNAT, Olivier. 2009. *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*. Paris : La Découverte/Ministère de la Culture et de la Communication.

POISSENOT, Claude. « La fréquentation en questions », BBF, 2010, n° 5, p. 67-72 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 30 novembre 2011.

REPAIRE, Virginie. TOUITOU, Cécile. 2010. *Les 11-18 ans et les bibliothèques municipales*. Paris : BPI/Centre Pompidou.

BUTLER, Patrick. *How have the cuts affected libraries, swimming pools and parks ?*. The Guardian. [en ligne] < <http://www.guardian.co.uk/society/2011/mar/30/public-spending-cuts> > Consulté le 29 août 2011

ANSTICE, Ian. *Carte des fermetures de bibliothèques publiques au Royaume-Uni* [en ligne] <<http://libraries.fromconcentrate.net/>> Consulté le 29 août 2011

Carte des censures et des pressions exercées sur des livres de 2007 à 2011 [en ligne] <<http://g.co/maps/4c7e>> Consulté le 18 septembre 2011.

De l'éthique dans l'advocacy des bibliothèques

LOR, Johan Peter. 2007. *Ethics and advocacy, IFLA/FAIFE in the context of IFLA's international advocacy*. [en ligne] <<http://books.google.com/books?hl=fr&lr=&id=XFAsAAvJYncC&oi=fnd&pg=PA41#v=onepage&q&f=false>> Consulté le 30 août 2011.

KOEHLER, Wallace, HURYCH Jitka, DOLE Wanda. WALL, Joanna. "Ethical Values of Information and Library Professionals – An Expanded Analysis." *International Information & Library Review*. N° 32. 2000.

RANGANATHAN, S.R. *The five laws of library science*. Madras : Madras Library Association. 1931.

Préambule de la Constitution de la Ve République Française.

RUBIN, Richard E. *Foundations of Library and Information Science*. 2^{ème} édition, New York, Neal-Schuman Publishers. 2004.

L'advocacy à l'échelle internationale

CHAPARRO-UNIVAZO, Sergio. *Where Social Justice Meets Librarianship. Truth Commissions as Information Spaces for Work and Activism in International Librarianship*. 2007. [en ligne] <<http://libr.org/isc/issues/ISC25/articles/WHERE%20SOCIAL%20JUSTICE%20MEET%20LIBRARIANSHIP.pdf>> Consulté le 30 août 2011.

Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel. UNESCO. Paris. 1972. [en ligne] <<http://whc.unesco.org/archive/convention-fr.pdf>> Consulté le 31 août 2011.

Déclaration de Melbourne. UNESCO. Melbourne. 1998. [en ligne] <http://universidadpatrimonio.net/fra/red_forum_unesco/resoluciones/doc/1998Melbourne_fra.pdf> Consultée le 31 août 2011.

Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. UNESCO. Paris. 2003 [en ligne] <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540f.pdf>> Consulté le 31 août 2011.

BYRNE, Alex. 2002. *The sounds of silence: Copyright and human rights*. Australian Academic and Research Libraries, p. 275-83.

BRITZ, J. LOR, P. 2004. *A moral reflection on the digitization of Africa's documentary heritage*. *IFLA Journal*, 30(3), pp. 216-223.

From Awareness to Funding : A study of library support in America. 2008. Online Computer Library Center [en ligne] <<http://www.oclc.org/fr/fr/reports/funding/fullreport.pdf>> Consulté le 23 septembre 2011.

Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats, American Library Association. [en ligne] <http://www.ala.org/ala/issuesadvocacy/advocacy/advocacyuniversity/frontline_advocacy/worksheets/worksheet_swot.doc> Consulté le 24 septembre.

La lecture publique en France. La Documentation française. (Notes et études, N°918).

L'advocacy des bibliothèques : une démarche pratique

Les formes pratiques de l'advocacy des bibliothèques

Advocacy University, American Library Association [en ligne] <<http://www.ala.org/ala/issuesadvocacy/advocacy/advocacyuniversity/index.cfm>> Consulté le 31 août 2011.

Media/Press Center. American Library Association [en ligne] <<http://www.ala.org/ala/newspresscenter/mediapresscenter/index.cfm>> Consulté le 05 décembre 2011.

Slow economy fuels surge in library visits. American Library Association [en ligne] <<http://www.ala.org/ala/newspresscenter/news/pressreleases2008/august2008/RettigEconomy.cfm>> Consulté le 10 septembre 2011.

Libraries Helping America Get Back to Work. American Library Association. [en ligne] <<http://www.ala.org/ala/aboutala/offices/wo/libraryjobs.pdf>> Consulté le 10 septembre 2011.

As Government Goes Online, Libraries Feel Impact. American Library Association. [en ligne] <<http://www.ala.org/ala/research/initiatives/plftas/issuesbriefs/IssuesBriefEgov.pdf>> Consulté le 10 septembre 2011.

BENNETT, William J. « Let's have a national campaign...every child should obtain a library card - and use it. » [en ligne] <<http://www.ala.org/ala/aboutala/offices/pio/mediarelationsa/factsheets/librarycardsign.cfm>> consulté le 10 septembre 2011.

COOPER, Harris. *More Than a Hunch: Kids Lose Learning Skills Over the Summer Months* [en ligne] <http://www.summerlearning.org/resource/collection/CB94AEC5-9C97-496F-B230-1BECDFC2DF8B/Research_Brief_04_-_Cooper.pdf> Consulté le 10 septembre 2011.

RIPKEN, Cal. COWHERD, Kevin. *Hothead: a novel.* Disney Hyperion. New York, 2011.

Everyone reads with Public Libraries. Canadian Library Association. [en ligne] <http://www.cla.ca/Content/NavigationMenu/Resources/Feliciter/PastIssues/2010/Vol56No4/Issue4_Vol_56.pdf> p.172 . Consulté le 20 septembre 2011.

Mois des bibliothèques au Canada 2008. Canadian Library Association. [En ligne] <http://www.cla.ca/clm08/index_f.htm>, consulté le 18 septembre 2011.

Feuillet d'information du mois de bibliothèques au Canada. Canadian Library Association. [en ligne] < http://www.cla.ca/clm08/documents/Backgrounder_08_fr_final.pdf> Consulté le 18 septembre 2011.

Boîte à outils de l'édition 2008 du Mois des bibliothèques canadiennes. Canadian Library Association. [en ligne] < http://www.cla.ca/clm08/tools_f.htm> Consulté le 18 septembre 2011.

Gateway to Knowledge. Library of Congress. [en ligne] <<http://www.loc.gov/gateway/>> Consulté le 18 septembre 2011.

The James Madison Council. Library of Congress. < <http://www.loc.gov/philanthropy/madison.php>> [en ligne] Consulté le 18 septembre 2011.

Constitution des Etats-Unis d'Amérique.

Banned Books Week [en ligne] < <http://bannedbooksweek.org/node/1>> Consulté le 18 septembre 2011.

Page Facebook officielle du *Banned Books Week*. [en ligne] <<http://www.facebook.com/bannedbooksweek>> Consulté le 18 septembre 2011.

Banned Books Week Banner. Annexe est de la Dayton Metro Library [en ligne] < <http://www.flickr.com/photos/dmleatbranch/374945272/>> Consulté le 18 septembre

Di Mento, Maria. Financier Pledges \$100-Million to New York Public Library. Philanthropy. [en ligne] <<http://philanthropy.com/article/Financier-Pledges-100-Million/62792/>> Consulté le 19 septembre 2011.

Communiqué de presse de la NYPL du 6 mai 2010. New York Public Library. [en ligne] < <http://www.nypl.org/press/press-release/2010/05/06/new-york-public-library-statement-re-mayor-bloombergs-executive-budge>> Consulté le 19 septembre 2011.

Site officiel de biblioclip. [en ligne] < <http://biblioclip.com/>> Consulté le 21 septembre 2011.

ROCQUE, Felix-Etienne. 2008. *Chacun a le sien*. [en ligne] < <http://www.youtube.com/watch?v=sQ0A8kmMCns>> Consulté le 23 septembre 2011.

ALLARD, Emilie et CORREA, Felipe. 2010. *Tout ça et bien plus*. [en ligne] < <http://www.vimeo.com/18020482>> Consulté le 23 septembre 2011.

Foundation and OCLC Will Develop Community-Based Awareness Campaign to Increase Support for Libraries. Fondation Bill et Melinda Gates. [en ligne] <<http://www.gatesfoundation.org/press-releases/Pages/support-for-struggling-local-libraries-090414.aspx>> Consulté le 23 septembre 2011.

Geek the Library: A Community Awareness Campaign, Online Computer Library Center, [en ligne] < <http://www.oclc.org/fr/fr/reports/geekthelibrary.htm> > Consulté le 24 septembre 2011.

Les boîtes à outils d'advocacy

Frontline advocacy plan, American Library Association, [En ligne] <http://www.ala.org/ala/issuesadvocacy/advocacy/advocacyuniversity/frontline_advocacy/worksheets/worksheet_plan.doc> Consulté le 24 septembre 2011.

Library Advocacy Now !. Canadian Library Association. [en ligne] < <http://www.cla.ca/divisions/capl/advocacy/> > Consulté le 1er octobre 2011.

Quotable quotes. Canadian Library Association. [en ligne] <<http://www.cla.ca/divisions/capl/advocacy/quotes.htm>> Consulté le 1er octobre 2011.

Library Advocacy Now! A Training Program for Public Library Staff and Trustees. Canadian Library Association. [En ligne] < <http://www.cla.ca/divisions/capl/advocacy/lanworkbook.pdf> > Consulté le 12 octobre 2011.

Public Libraires : a surprise on every page, Australian Library and Information Association, [En ligne] <http://www.alia.org.au/advocacy/ALIA_InnovationCaseStudiesNovember2010.pdf> Consulté le 12 octobre 2011.

L'exemple de Seattle : susciter le consensus autour de la construction d'une nouvelle bibliothèque

JACOBS, Deborah. *Building community support for a new library: the Seattle experience*. Juin 2005. [en ligne] <http://www.cla.ca/resources/cla2005/handouts/deborah_jacobs_speaking_notes_cla2005.pdf> Consulté le 28 novembre 2011.

Libraries for all. Seattle Public Library. [en ligne] <<http://www.spl.org/about-the-library/libraries-for-all-building-program>> Consulté le 08 novembre 2011.

GOLDBERGER, Paul. 24 mai 2004. *High-Tech bibliophilia*. The New Yorker. [en ligne] <http://www.newyorker.com/archive/2004/05/24/040524crsk_skyline> Consulté le 08 novembre 2011.

MUSCHAMP, Herbert. 16 mai 2004. *The Library That Puts on Fishnets and Hits the Disco*. The New York Times [en ligne] < <http://www.nytimes.com/2004/05/16/arts/architecture-the-library-that-puts-on-fishnets-and-hits-the-disco.html> > Consulté le 8 novembre 2011.

Vers une culture de l'advocacy en France

Pourquoi faire de l'advocacy des bibliothèques en France

SIMON, Catherine. *SOS bibliothèques anglaises*. Le Monde des Livres. 08 août 2011.

COATES, Tim. *The good library guide*. [en ligne] <www.goodlibraryguide.com> Consulté le 20 septembre 2011.

ROSANVALLON, Pierre. *Le modèle politique français*. Paris : Le Seuil. 2004.

État des lieux des pratiques d'advocacy en France

BERTRAND, Anne-Marie. *Bibliothèques publiques et public library : essai de généalogie comparée*. Villeurbanne : Presses de l'Esssib. 2010.

VOVARD, A. *Budget 2012 : le détail de la ponction sur les collectivités*. La gazette des communes. [en ligne] <<http://www.lagazettedescommunes.com/80533/budget-2012-le-detail-de-la-ponction-sur-les-collectivites/>> Consulté le 30 octobre 2011.

LAHARY, Dominique. « L'ABF de A à Z », *BIBLIOTHÈQUES*, N°2, avril 2002.

Bulletin d'informations de l'ABF, N° 105, 1979.

KULHMANN, Marie. KUNTZMANN, Nelly. BELLOUR, Hélène. *Censure et bibliothèques au XXème siècle*. Paris : Editions du cercle de la librairie. 1989.

Bulletin d'information de l'ABF, N° 176, 1997.

SAVERAT-GUILLARD, Brigitte. 18 novembre 2009. *À Carrefour 18, on tient à la bibliothèque*. Ouest France. [en ligne] <http://www.rennes.maville.com/actu/forum_-a-Carrefour-18-on-tient-a-la-bibliotheque-_1168190_actu.Htm> Consulté le 10 novembre 2011.

DUJOL, Lionel. 2011. Congrès ABF. Atelier *Communiquer avec les décideurs*. Vendredi 24 juin 2011.

Advocacy des bibliothèques en France : les outils à développer

PORTELLI, Yves. 2011. Congrès ABF. Atelier *Presse et médias*. Samedi 25 juin 2011.

Treasures of the Library of Congress, Library of Congress Information Bulletin, [en ligne] <<http://www.loc.gov/loc/lcib/9509/xerox.html>> Consulté le 20 novembre 2011.

SUCHEL-MERCIER, Isabelle. « Mécénat culturel et patrimoine écrit », *BBF*, 2009, n° 2, p. 113-114 [en ligne] <<http://bbf.enssib.fr/>> Consulté le 20 novembre 2011.

LOUCHE, Manon. *L'évaluation de la valeur économique des bibliothèques : de la rentabilité aux valeurs ajoutées*. Mémoire d'étude - diplôme de conservateur des bibliothèques. ENSSIB. 2011.

Monographies

ACCART, Jean-Pierre (sous la direction de). *Communiquer! Les bibliothécaires, les décideurs et les journalistes*. Villeurbanne : Presses de l'Enssib. 2010.

KINNEY, Lisa. *Lobby for Your Library: Know What Works*. Chicago : American library Association. 1992.

Sites institutionnels

UNESCO < <http://www.unesco.org/new/fr/unesco/>>

Conseil Constitutionnel de la République Française < <http://www.conseil-constitutionnel.fr/>>

Fondation Bill et Melinda Gates < <http://www.gatesfoundation.org/>>

Constitution des Etats-Unis d'Amérique
<<http://www.archives.gov/exhibits/charters/constitution.html>>

Association des bibliothécaires français < <http://www.abf.asso.fr/>>

American Library Association <<http://www.ala.org/>>

Canadian Library Association < <http://www.cla.ca/>>

Australian Library and Information Association < <http://www.alia.org.au/>>