

Ministère de la Culture et de la Communication
Direction générale des patrimoines

Service interministériel des Archives de France
en partenariat avec le Département de la politique des publics

La politique des publics dans les services d'archives

Étude sur la politique des publics et ses partenariats fonctionnels
dans le réseau des archives municipales, départementales et régionales
en France métropolitaine



Paris, 2013



Première de couverture, de gauche à droite :

- Exposition « La cuisine de Mamie », Archives départementales de la Lozère, 2011
- Exposition « Spectaculaire ! Décors d'opéras et d'opérettes au 19^e siècle à Lyon », Archives municipales de Lyon, 2011
- Consultation d'archives numérisées, Archives départementales du Calvados / Gregory Wait

AVANT-PROPOS

En deux décennies, la politique des publics menée par les services d'archives a changé de visage. Longtemps centrée sur l'accueil en salle de lecture et marquée par le fort développement de la généalogie dans les années 1990, elle s'est depuis élargie à d'autres formes de valorisation – expositions, ateliers, spectacles –, avant de saisir les formidables potentialités offertes par le numérique et internet.

Face à ces changements, les opportunités et les contraintes administratives, tout comme les initiatives personnelles, sont autant de variables qui expliquent une situation contrastée dans les services d'archives. Aussi m'a-t-il paru nécessaire d'analyser et de comprendre cette situation, pour se donner les outils d'une réflexion prospective, en particulier vis-à-vis des technologies de l'information et de la communication.

Le présent travail, mené par la sociologue Laure Ciosi, a été réalisé sur un panel de dix services territoriaux, représentatifs du paysage archivistique. Il laisse la parole aux acteurs de cette politique – directeurs et agents, partenaires, autorités de tutelle – dont les propos ont été laissés dans leur oralité d'origine. Il est le fruit aussi d'une collaboration fructueuse avec le Département de la politique des publics de la Direction générale des patrimoines.

Pour la première fois, ce rapport donne une vision synthétique des réalités de la politique des publics dans les services territoriaux en France. La connaissance de cette politique est le premier volet d'une démarche plus ample de réflexion sur les publics, qui se poursuivra en 2013-2014 en s'adressant, par enquête, aux publics eux-mêmes : les lecteurs, les internautes et le public des activités culturelles. En cernant mieux leur profil, leurs pratiques et leurs attentes, nous pourrons ainsi mieux nous adapter à un contexte changeant et contraint, et remplir nos missions au service de l'État, des collectivités et de nos concitoyens.

Le directeur chargé des Archives de France

Hervé LEMOINE



**ETUDE SUR LA POLITIQUE DES PUBLICS
ET SES PARTENARIATS FONCTIONNELS
DANS LE RESEAU DES ARCHIVES MUNICIPALES, DEPARTEMENTALES
ET REGIONALES EN FRANCE METROPOLITAINE**

SYNTHÈSE FINALE

par

Laure CIOSI,

Directrice de Transverscité, Responsable d'étude et de recherche

laure.ciosi@gmail.com

06 74 68 18 95

SOMMAIRE

SOMMAIRE	3
INTRODUCTION	5
A. CONTEXTE ET PROBLÉMATIQUE	5
B. MÉTHODOLOGIE	6
1. UNE APPROCHE QUALITATIVE.....	6
2. LES ACTEURS INTERVIEWÉS	6
3. LE DÉROULEMENT DE L'ÉTUDE.....	8
C. PRÉSENTATION DE LA SYNTHÈSE.....	9
REMERCIEMENTS.....	10
SIGLES	10
<u>I. LES POSITIONNEMENTS : CONTRASTES ET DIVERSITÉ EN MATIÈRE DE</u>	
<u>« POLITIQUE DES PUBLICS »</u>	11
A. DES PHILOSOPHIES D'ACTION ANIMANT LES POLITIQUES DES PUBLICS.....	11
1. DES OBJECTIFS PLUS OU MOINS EXIGEANTS.....	11
2. LE RÔLE DES ACTIONS DE VALORISATION.....	12
B. DES STRATÉGIES D'ACTION POUR ÉLARGIR LES PUBLICS.....	14
1. MONTRER LES ARCHIVES SOUS TOUTES LEURS FORMES ET EN TOUS LIEUX : LA POLITIQUE D'ANIMATION CULTURELLE ET PATRIMONIALE	14
2. S'INSCRIRE SUR LE TERRITOIRE : LA POLITIQUE PARTENARIALE.....	16
3. PROMOUVOIR L'OFFRE ET LES USAGES MULTIMÉDIAS : LA POLITIQUE NUMÉRIQUE.....	21
C. DEUX POSITIONNEMENTS DISTINCTS: PROMOUVOIR LA VISIBILITÉ OU PROMOUVOIR LA RÉUTILISATION DES ARCHIVES	24
<u>II. LES VARIABLES JOUANT SUR LES CONDITIONS D'EXERCICE : DES</u>	
<u>OPPORTUNITÉS ET DES CONTRAINTES EN FONCTION DES SITUATIONS.....</u>	26
A. LE CONTEXTE TERRITORIAL.....	26
1. TERRITOIRE ET POPULATION	26
2. LA POLITIQUE CULTURELLE DE LA COLLECTIVITÉ : LA PLACE ET LE RÔLE DU SERVICE D'ARCHIVES	26
B. LES LOCAUX ET LEURS CONDITIONS D'ACCUEIL	28
C. LES MOYENS HUMAINS	30
1. L'ORGANISATION DU SERVICE	30
2. EFFECTIFS ET COMPÉTENCES	31
<u>III. DE L'UTILITÉ DE CONSTRUIRE UNE POLITIQUE DE VALORISATION : LE</u>	
<u>MOTEUR D'UNE DYNAMIQUE VERTUEUSE.....</u>	32
A. LES EFFETS DE LA VALORISATION SUR LE TERRITOIRE ET LES PARTENAIRES	32
1. UN CHANGEMENT D'IMAGE : DÉPLACER LES CADRES DE RÉFÉRENCE DES ARCHIVES ET TOUCHER UN NOUVEAU PUBLIC	32

2. L'EFFET DU BOUCHE-À-OREILLE : UN PALLIATIF À L'INEXPÉRIENCE, DÉCLENCHÉUR DE COLLABORATION ET DE FRÉQUENTATION	33
3. L'EFFET « BOULE DE NEIGE » SUR LES PARTENARIATS : ÉLARGISSEMENT DES RÉSEAUX ET DES CHAMPS D'ACTION.....	34
 B. VERS UNE NOUVELLE SEGMENTATION DES PUBLICS DES ARCHIVES : LA NÉCESSAIRE PRISE EN COMPTE DES « NOUVEAUX PUBLICS »	36
1. L'ÉLARGISSEMENT DES PUBLICS GRÂCE À UNE OFFRE DIVERSIFIÉE.....	36
2. SEGMENTATION(S) DES PUBLICS DES SERVICES D'ARCHIVES.....	37
C. LE CERCLE VERTUEUX ENGENDRÉ PAR LA VALORISATION AU SEIN DES SERVICES : LA COMPLÉMENTARITÉ DES MISSIONS	40
1. UN IMPACT SUR LA COLLECTE ET LE CLASSEMENT.....	40
2. UN IMPACT SUR LE MANAGEMENT	42
3. UN IMPACT SUR LA PLACE DU SERVICE AU SEIN DE LA COLLECTIVITÉ	43
 <u>CONCLUSION.....</u>	<u>45</u>
 <u>BIBLIOGRAPHIE</u>	<u>47</u>
<u>OUVRAGES</u>	<u>47</u>
<u>ARTICLES ET ÉTUDES DISPONIBLES EN LIGNE.....</u>	<u>48</u>
 <u>ANNEXES.....</u>	<u>49</u>

INTRODUCTION

A. CONTEXTE ET PROBLEMATIQUE

Dans un contexte en pleine mutation, le Service interministériel des Archives de France s'interroge aujourd'hui sur le sens et le contenu donnés aux politiques des publics élaborées sur le territoire. Cette volonté d'étude est née d'un constat : les salles de lecture des services d'archives n'attirent plus le même public qu'auparavant, particulièrement depuis la numérisation et la mise en ligne des documents qui constituent la matière première de la passion généalogique. Devenus généalogistes, les lecteurs ne sont pas moins nombreux, loin de là, mais leur absence physique n'a pas toujours été comblée. À ce phénomène s'ajoute une transformation des enseignements à l'université, notamment en histoire, transformation imputable, au moins pour partie, à la mise aux normes européennes des diplômes français : le nombre de recherches menées en master et en doctorat diminue, s'écourte ; les étudiants fréquentent moins les salles d'archives. Ils travaillent eux aussi de plus en plus sur Internet.

Dès lors, comment les services envisagent-ils d'agir ? Quelles actions mènent-ils et souhaitent-ils développer envers les publics ? D'ailleurs, de quels publics s'agit-il ? Quelles sont les autres catégories de publics – ou bien leurs relais que sont les grandes catégories d'acteurs sociaux – intéressées, mobilisées, par les archives ? Pourquoi, du reste, le sont-elles ? Qu'est-ce que les archives peuvent leur apporter ? Et comment interviennent-elles dans la socialisation à la culture et l'individualisation de la culture ?

Pour répondre à cet ensemble de questions, nous avons d'abord cherché à connaître l'offre proposée en direction des publics et à comprendre la manière dont elle est élaborée par différents services d'archives, notamment au travers de la mise en œuvre de partenariats.

Plus spécifiquement, l'étude est centrée sur des actions circonscrites par l'action de valorisation. Par valorisation, nous entendons « l'action de faire connaître, de mettre en valeur, de transmettre ou de rendre accessibles une ou des informations contenues dans des documents d'archives à des utilisateurs (personnes ou organismes) connus ou potentiels pour répondre à leurs besoins spécifiques »¹. Ce concept peut associer l'action éducative et pédagogique à l'action culturelle. Parmi l'ensemble des actions relatives à la valorisation, nous ciblons précisément dans cette étude celles qui rendent accessibles les documents d'archives aux personnes qui ne fréquentent pas la salle de lecture. Ceci ne nous empêchera pas d'aborder la question du public qui la fréquente, puisqu'il s'agit non seulement de connaître finement les spécificités et les innovations des services d'archives en matière de politique des publics, mais également de pouvoir dresser une segmentation révélant l'ensemble des publics des services d'archives.

Cependant, contrairement à d'autres services patrimoniaux comme les musées, les monuments historiques ou les bibliothèques, les archives n'ont pas uniquement une finalité culturelle puisqu'elles sont services administratifs autant que services culturels. Ainsi la valorisation ne fait pas partie intégrante des missions dévolues aux archives au titre de la loi mais s'impose plutôt comme un impératif au sein de la mission de communication. Dernier maillon de la chaîne des « 5 C » – contrôler, collecter, conserver, classer, communiquer –, la valorisation, bien qu'étant une activité partagée par l'ensemble de la profession archivistique, ne s'entend pas partout de la même oreille et ne se concrétise pas non plus au travers des mêmes pratiques. C'est la mise en lumière de ces deux points (le sens donné aux actions de valorisation et la manière dont elles sont mises en œuvre) que nous visons dans cette synthèse qui s'appuie sur la description ethnographique et l'analyse compréhensive et stratégique.

¹ Charbonneau, 1999, p. 374.

B. METHODOLOGIE

Cette étude, qui s'est déroulée de juin 2012 à janvier 2013, a été encadrée par un comité de pilotage composé de membres de la direction générale des patrimoines (SIAF et département de la politique des publics), et de quelques directeurs de services d'archives².

1. Une approche qualitative

Le parti pris heuristique et la méthode de l'étude procèdent de ce qu'en sociologie nous appelons *l'approche compréhensive de la situation*, c'est-à-dire laisser parler les acteurs du terrain dans leurs termes et avec leurs problématiques.

Ici la situation est plurielle. C'est même cette pluralité qui a conduit le comité de pilotage qui a encadré cette étude à décider de la réalisation d'une dizaine de monographies de centres d'archives³ dont les profils sont contrastés afin de collecter un éventail large d'éléments matériels et, dans le même temps, de faire varier les points de vue, d'analyser les différentes échelles d'action et les idéaux-types de fonctionnement en relation avec les particularités de chaque service, son emplacement, la taille de ses équipes, ses locaux, ses ressources mais également le contexte local et territorial.

Notre démarche de « sociologie qualitative » a ici consisté en la réalisation d'entretiens individuels avec les acteurs impliqués dans la politique des publics des services d'archives étudiés (les directeurs du service, les responsables de différents services ou pôles et les partenaires⁴) afin de recueillir leurs témoignages et observations de manière libre et non pas formelle comme dans le cadre d'un questionnaire quantitatif. Notons que cette approche a été très bien accueillie par la plupart des acteurs interviewés qui sont le plus souvent questionnés sur des aspects purement quantitatifs, certes révélateurs, mais ne reflétant qu'une partie de leur activité professionnelle.

2. Les acteurs interviewés

Au total, 69 personnes ont été entretenues. Majoritairement menés en face à face, ces entretiens ont duré de 20 minutes (auprès de certains partenaires) à plus de 3 heures (auprès de certains directeurs). Les contraintes logistiques (durée de réalisation du terrain et budget limités), nous ont involontairement conduits à réaliser certains entretiens par téléphone car tous les services n'ont pu être visités (7 services ont été visités sur les 10), et lors de nos déplacements sur le terrain, tous les acteurs que nous souhaitions interrogés n'étaient pas forcément accessibles (en particulier du côté des partenaires : absences estivales, trop grande distance entre le service et les locaux des partenaires).

Ainsi, plus précisément, avons-nous mené 40 entretiens auprès d'archivistes, dont 32 en face à face et 8 par téléphone, et 29 entretiens auprès des partenaires, dont 9 en face à face et 20 par téléphone.

² Cf. Annexe 1 : Liste des membres du comité de pilotage.

³ Le panel a été réalisé en combinant différents critères tels que : population, ratio public accueilli/métrage linéaire, territoires urbains/ruraux, projets innovants. Cf. Annexe 2 : Services d'archives ayant fait l'objet du terrain d'étude.

⁴ Cf. Annexe 3 : Liste indicative des partenaires des services d'archives.

Au sein des services, nous avons interrogé de manière systématique la direction, puis tous les professionnels investis dans les actions de valorisation et les responsables des services impliqués dans ces actions. Les titres et les organigrammes variant d'un service à l'autre, le nombre de personnes interrogées au sein des services a également été varié : entre 1 et 7 agents ont été interviewés en plus de la direction (sauf pour les archives régionales où seule la direction a été entretenue). Il s'agit des responsables des services éducatifs et/ou culturels, du service des publics (ou du pôle publics), de la salle de lecture, du site Web, du pôle technologies, du pôle ressources, des recherches administratives, de l'unité archives et territoire ou encore des chargés de mission valorisation.

Du côté des partenaires, nous avons interviewé des directeurs et des responsables :

- De structures culturelles de proximité :
 - ⇒ Musées :
 - Musée des beaux-arts
 - Musée du vivant
 - ⇒ Bibliothèques
 - Bibliothèque départementale
 - Bibliothèque municipale (fonds anciens)
 - Bibliothèque de l'École nationale supérieure du paysage
 - ⇒ service de l'architecture et du patrimoine
 - Service de l'architecture et du patrimoine de la Ville
 - ⇒ Villes et pays d'art et d'histoire
 - Service « Ville d'art et d'histoire »
 - ⇒ Monuments historiques
 - Agent de conservation
- De services déconcentrés de la culture :
 - ⇒ Services territoriaux de l'architecture et du patrimoine, conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement
- D'agences culturelles régionales
 - ⇒ Agence régionale dédiée à l'écrit, le cinéma, le livre et l'audiovisuel
 - ⇒ Agence de coopération entre les bibliothèques, les services d'archives et les centres de documentation
- D'associations de généalogie et/ou sociétés savantes
- De centres régionaux et départementaux de documentation pédagogique
- D'instituts universitaires et des centres de recherche en :
 - ⇒ Histoire
 - Professeur d'histoire
 - ⇒ Ethnologie

- Ethnologue (centre de documentation, de recherche et d'animation ethnographique)
- ⇒ Beaux-arts
 - Professeur en scénographie
 - Professeur d'études théâtrales
- ⇒ Informatique
 - Chercheur informaticien INSA (Institut national de sciences appliquées)
- De collectivités territoriales :
 - ⇒ Élu à la culture
 - ⇒ Chargée de mission culture et patrimoine, communauté de communes
 - ⇒ Directeur de la culture au CG
 - ⇒ Responsable du service des collèges au CG
 - ⇒ Chargé de mission jeunesse et sport au CG
 - ⇒ Directrice du service de l'action sociale au CG
- De structures sociales :
 - ⇒ Directeur d'une association dédiée à l'oralité
 - ⇒ Directeur d'une association dédiée à la bande dessinée
 - ⇒ Responsable d'une FOL (fédération des œuvres laïques) en région
- D'un parc national :
 - ⇒ Responsable de la mission culture et éducation d'un parc national.

3. Le déroulement de l'étude

Juin 2012 : lancement de l'étude et sélection des services à étudier par le comité de pilotage

Juin – Septembre 2012 : réalisation des entretiens

Octobre 2012 : analyse et restitution intermédiaire auprès du comité de pilotage

Novembre 2012 : présentation des premiers résultats au séminaire annuel des directeurs d'archives à Sorèze (Tarn)

Décembre 2012 – Janvier 2013 : rédaction finale

C. PRESENTATION DE LA SYNTHÈSE

Cette synthèse présente l'analyse transversale de dix monographies et rend compte d'un paysage contrasté en matière de politique des publics des services d'archives à l'échelle nationale. Pour élaborer des actions de valorisation, les possibilités semblent infinies, tant les outils mobilisables et les usages contiennent des potentialités difficiles à délimiter. Les nouvelles technologies aujourd'hui mobilisées par les archivistes étant elles-mêmes en perpétuelle évolution, les perspectives d'usages de l'environnement numérique n'en finissent plus de s'allonger, et ce, à un rythme toujours plus rapide.

C'est en effet cette diversité qui étonne en premier lieu un sociologue (spécialiste dans les domaines de la culture et du patrimoine mais novice dans le monde des archives) qui cherche à comprendre et connaître les actions de valorisation menées par les services. La diversité des pratiques menées et des champs couverts, celle des positionnements choisis et des partenariats élaborés apparaissent aussi grandes que conditionnées. C'est pourquoi, nous avons cherché à mettre en lumière, tout au long de cette synthèse, les logiques qui sous-tendent la mise en œuvre des actions de valorisation. Sans prétendre à une présentation exhaustive de ces actions, nous espérons rendre compte, à travers cette analyse, des réalités vécues par les archivistes, de leurs motivations et de leurs contraintes mais également des capacités des archives à répondre à de multiples besoins et à endosser des fonctions sociales qui dépassent largement les fonctions scientifique et administrative.

Dans un premier temps, nous nous intéresserons aux positionnements choisis par les directions et leurs équipes. Quels objectifs, quelles motivations et quelles philosophies d'action animent les archivistes en matière de valorisation ? Quelles fonctions donnent-ils à la mission de valorisation et quelle place cette mission prend-elle au sein de leur politique globale ? De plus, comment ces actions sont-elles mises en œuvre ? Quelles stratégies d'action les archivistes mettent-ils en place pour atteindre leurs objectifs ? Qui sont les partenaires mobilisés dans le cadre de ces actions ? Et, plus globalement, qui sont les acteurs impliqués, pourquoi et comment le sont-ils ? Que nous apprend cette analyse sur les processus de patrimonialisation ? Qui fait patrimoine ? Et quelle place occupent les différents acteurs mobilisés, et en particulier les archivistes, dans cette construction ? Quels types de patrimoines sont produits ? Comment le sont-ils ? Et que deviennent-ils ?

La synthèse se poursuit par l'analyse des différentes variables qui peuvent jouer sur la mise en œuvre des actions de valorisation. Cette analyse nous permet de comprendre un peu mieux la diversité des positionnements décrits précédemment en mettant en lumière l'inégalité des situations dans lesquelles se trouvent les archivistes. Quelles sont les conditions d'exercice des archivistes ? Quelles sont les opportunités dont ils peuvent bénéficier ? Et *a contrario*, quelles sont les contraintes auxquelles ils doivent faire face ? Et quels leviers mobilisent-ils pour les dépasser ?

Enfin, nous terminerons ce rapport par la présentation des effets des actions de valorisation reconnus par les acteurs interrogés. Cette analyse nous amènera à promouvoir l'élaboration d'une politique de valorisation, tant les impacts de ce type d'action sont conséquents, non seulement sur les publics et le territoire, mais également en interne, sur le service lui-même.

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier le Service interministériel des archives de France et le Département de la politique des publics, au sein de la Direction générale des patrimoines, qui m'ont confié cette mission, le comité de pilotage et en particulier Brigitte Guigueno et Jacqueline Eidelman, qui m'ont accompagnée tout au long de l'étude.

La découverte du monde des archives s'est avérée aussi riche qu'agréable grâce à toutes les personnes qui m'ont accueillie avec intérêt et se sont rendues disponibles pour répondre à toutes mes questions. Merci donc à tous les interviewés pour leur aimable collaboration.

SIGLES

AC : Archives communales

AD : Archives départementales

AR : Archives régionales

CG : Conseil général

CR : Conseil régional

CAUE : Conseil d'architecture, d'urbanisme et de l'environnement

CDDP : Centre départemental de documentation pédagogique

CRDP : Centre régional de documentation pédagogique

SIAF : Service interministériel des archives de France

I. LES POSITIONNEMENTS : CONTRASTES ET DIVERSITE EN MATIERE DE « POLITIQUE DES PUBLICS »

Les positionnements des services d'archives en matière de politique des publics sont analysés ici au travers des objectifs, des philosophies d'action et des stratégies mises en œuvre.

A. DES PHILOSOPHIES D'ACTION ANIMANT LES POLITIQUES DES PUBLICS

1. Des objectifs plus ou moins exigeants

Il apparaît difficile de convoquer la terminologie de « politique des publics » pour qualifier la manière dont est construite l'offre en direction des publics dans tous les services d'archives rencontrés. Cette notion sous-entend l'élaboration d'une offre permettant d'atteindre des objectifs définis alors que, dans certains services, l'offre n'est pas pensée en amont mais en réaction aux sollicitations. Dans ce cadre, il n'y a pas à proprement parler de politique des publics. Ainsi, nous avons pu constater que la construction de l'offre en direction des publics se situe sur un continuum dont les deux extrémités seraient, d'un côté, la réponse aux sollicitations et, de l'autre, la mise en œuvre d'une politique des publics mobilisant des objectifs (en direction des publics) et des stratégies d'action.

a. Répondre aux sollicitations : une offre pour les chercheurs

« On n'a jamais eu vraiment de politique si ce n'est celle de satisfaire une demande qui était très présente, qui s'exprimait facilement et qui nous laissait un petit peu en réserve » (Directeur AD).

Répondre aux sollicitations des acteurs du territoire constitue le premier degré d'action en direction des publics. Ces demandes sont celles des érudits locaux (sociétés savantes), des historiens, des généalogistes amateurs et professionnels ou des chercheurs (universités). Cette offre se décline en plusieurs actions : des conférences sur des thématiques historiques et locales qui se déroulent dans les communes (locaux de la mairie, ceux des sociétés savantes), des cours de paléographie hebdomadaires ou mensuels dans les locaux du service, des colloques dans des universités d'histoire et des publications : *« (...) ce n'est pas une programmation, mais une action de réponse à une demande, essentiellement à des conférences historiques. (...) Les conférences, c'est en général pour des associations locales ... soit dans des petites villes, soit dans des campagnes peu profondes, et qui sont demandeurs de conférences grand public sur des thèmes historiques, qui ne sont pas des thèmes généraux, qui sont en général des thèmes localement adaptés ; par exemple l'histoire de la commune ou du canton » (Directeur AD).*

Sans être animés par la volonté d'élargir leurs publics (*« on ne s'est jamais soucié par exemple d'aller chercher des nouveaux publics, parce que l'on était assez occupé avec les anciens, et on avait l'impression que si on arrivait à les satisfaire, ce serait bien »* Directeur AD), ces services œuvrent pour *« deux publics, les historiens et les autres. Les historiens, il y a les généalogistes amateurs, etc., et il y a les généalogistes qualifiés. En gros, ce sont des gens qui savent travailler, qui savent s'entraider et qui n'ont pas besoin de nous. (...) Les non-historiens, ce sont des gens qui viennent pour faire des demandes administratives. Et*

c'est extrêmement important. C'est au moins 40 % de la communication quand même. (...) Avec un nombre de cas extrêmement compliqués tout à fait important » (Directeur AD).

Par manque de moyens (pas d'ordinateur, un téléphone tout juste acquis deux ans après son arrivée, un professeur présent deux heures par semaine et seul pour porter les actions éducatives), le service éducatif ne peut être très efficace. Ceci reflète par ailleurs la faible attente de la direction en matière de valorisation. L'action du service pédagogique ne permet pas d'atteindre les scolaires, qui devraient pourtant constituer une catégorie de public classique. Les raisons de non-fréquentation du service par les scolaires sont liées, d'après les agents interviewés, aux coûts de déplacement. D'après eux, développer des ateliers éducatifs numériques serait une solution en cours d'exploitation pour remédier à ce problème de fréquentation.

b. Construire une politique des publics pour les élargir : un objectif plus largement partagé

Si, pour ceux qui ne mènent pas de politique d'élargissement des publics, la cible reste les chercheurs, pour les autres, *« l'objectif est d'avoir toujours deux fers au feu. Avoir un fer grand public et un fer public spécialisé »* (Directeur AD). Élargir les publics est en effet la position prise par la plupart des services. Leur objectif consiste à *« faire connaître les archives »* car *« on s'en rend compte systématiquement, notre premier problème : les gens nous ignorent, ne savent pas que nous existons. Ce n'est même pas : ça ne m'intéresse pas. Ils ne savent pas que ça existe »* (Directeur AD) et d'*« être le plus ouvert possible au plus large public »* (Directeur AD). L'archiviste devient un médiateur culturel dont le rôle est de privilégier l'accroissement de la lisibilité et de l'intelligibilité des documents mais les philosophies et les stratégies d'action élaborées pour y arriver sont très diverses.

2. Le rôle des actions de valorisation

Trois philosophies d'action distinctes semblent animer les archivistes qui souhaitent élargir leurs publics. Si les unes n'excluent pas les autres, l'intérêt d'une telle présentation est la mise en lumière de trois manières d'envisager le rôle des actions de valorisation par les archivistes.

a. Changer l'image des archives

D'après les archivistes et les partenaires interrogés, *« les services d'archives pâtissent quand même de leur image »* souvent réduite à de *« vieux papiers »* qui n'intéressent que des *« spécialistes »* ; le bâti où elles sont conservées est perçu quant à lui comme un *« lieu fermé »* et *« réservé à un certain public »*. C'est pourquoi, non seulement le grand public ne sait pas toujours qu'il a le droit d'y pénétrer, mais en plus *« les gens ne savent pas ce qu'ils pourraient venir faire aux archives »* (Directeur AD) et ne se doutent pas qu'ils pourraient y trouver un intérêt.

L'accessibilité symbolique serait dès lors le premier frein à lever pour élargir la fréquentation qualitativement et quantitativement. Faire évoluer les représentations sociales liées aux archives constitue l'un des enjeux des actions de valorisation, et l'enjeu principal de certains services. Via leurs actions, ces services s'attellent à faire sortir les archives de leur carcan purement historique et scientifique, en dévoilant *« la diversité des facettes des archives »*, tant du point de vue des domaines que des périodes historiques qu'elles touchent, aux personnes qui ne connaissent ni ne fréquentent ces services.

b. Améliorer la visibilité du service et des archives

Les actions de valorisation peuvent également répondre à la volonté d'améliorer la visibilité du service et des archives qu'il conserve sur le territoire où il est inscrit et/ou sur Internet. Si changer l'image des archives participe à l'évolution de cette visibilité, ce n'est plus tant l'amélioration de cette image qui est visée par la mise en place d'actions de valorisation, que le fait d'arriver à se positionner et à se distinguer au sein de l'offre culturelle et patrimoniale existante.

Il s'agira dès lors de prendre une place au sein de la dynamique territoriale dans l'objectif de devenir un acteur reconnu et mobilisé dans des actions pédagogiques, culturelles, scientifiques et artistiques territoriales. Le positionnement choisi sera issu d'une analyse préalable (plus ou moins élaborée) du contexte d'exercice et des contraintes et opportunités qu'il engendre. En fonction des constats tirés, le service se positionnera en complémentarité de l'offre existante afin d'éviter la concurrence et d'amoindrir les inégalités territoriales en matière d'offre culturelle et patrimoniale. Pour ce faire, des échelles d'action, des domaines et des publics spécifiques sont ciblés.

Notons également que se positionner en complémentarité de l'offre existante et rester dans son cœur de métier amènent certains services à refuser de mener des actions de valorisation qui s'approcheraient du domaine de l'animation culturelle : *« On en est rendu à faire de l'animation culturelle avec des expos, des concerts, des machins, au sein des archives pour justement attirer ce public, qui est habitué à une consommation culturelle, qui n'est pas le cœur du métier des archives, et qui n'est même pas la manière d'utiliser les archives. Quelqu'un qui viendra voir ou écouter une lecture d'archives, ne viendra pas forcément travailler parce que, ce qu'il est venu chercher en écoutant les archives lues par un acteur par exemple, ce n'est pas du tout un travail... (...) ce n'est peut-être pas forcément un intérêt historique. Donc c'est vrai que de ce point de vue-là, on va avoir beaucoup de mal dans la conception actuelle du plaisir culturel à se caler à cela, et à changer notre image parce que, sur le fond on ne colle pas. Donc c'est vrai que moi, je suis très réticent à faire beaucoup d'animation culturelle ; on en fait peu, même très peu. J'ai recentré le service sur des fonctions un peu plus de métier »*. (Directeur AD). L'amélioration de la visibilité du service et de ses fonds se fera dès lors au travers du développement d'une politique numérique. Dans ce cas, c'est l'élargissement de l'usage direct des archives par des publics qui est visé, leur utilisation, et non pas leur exposition.

c. Être un acteur socialement responsable

Au cœur de la philosophie d'action de certains directeurs, se trouve la mission de service public. Répondre aux besoins de la population, satisfaire l'intérêt général, nourrir le débat collectif et la vie sociale, participer à l'éducation citoyenne de chaque individu et, plus précisément, en tant que service public faisant partie d'un réseau animé par le ministère de la Culture et de la Communication, promouvoir l'accès de tous à la culture et rappeler l'héritage d'un patrimoine commun constituent les motivations de ces directeurs. Ce sont les valeurs éducatives et patrimoniales des archives qui animent la mise en place d'actions de valorisation.

Changer l'image des archives et améliorer la visibilité du service sont dès lors des outils permettant aux archives d'être un acteur de la démocratie et de promotion de ses valeurs. C'est pourquoi, afin de réduire les inégalités en matière d'accessibilité – pour des raisons éducatives, économiques ou physiques –, les services ont à cœur d'amener la culture vers ceux qui n'y accèdent pas (*« éduquer, c'est faire sortir de... c'est conduire vers »*), disent

certaines directeurs), et cherchent à mener plus spécifiquement leurs actions « *sur des territoires effectivement moins favorisés* » (Directeur AD).

Par le biais des actions éducatives et culturelles, ces services participent à la socialisation des citoyens et à la construction identitaire (individuelle et collective) des habitants d'un même territoire. Les actions visent dès lors à construire « *un socle de références communes aux habitants d'un territoire* » (Directeur AD), permettre aux « *habitants de se réapproprier l'histoire locale* » et, dans un même temps, « *valoriser les habitants et leur territoire* ».

La responsabilité sociale du service résumerait cette philosophie d'action. Si pour certains services « *la valorisation serait la cerise sur le gâteau* », elle est pour ceux-là « *le levain dans la pâte* » (Directeur AD).

Parmi eux, certains reprochent au SIAF de sous-évaluer et donc de sous-estimer cette dimension dans le rapport annuel : « *Sur la construction du rapport en lui-même, je trouve que tout ce qui concerne la valorisation est très largement sous-évalué... Enfin cela ressemble un peu à la cinquième roue du carrosse* » (Directeur AD).

Ce serait plus précisément la valeur patrimoniale des archives historiques qui ne serait pas suffisamment reconnue : « *La transmission du patrimoine ; pour moi c'est un enjeu majeur. Et d'ailleurs j'aimerais beaucoup que l'on reconnaisse beaucoup mieux la valeur patrimoniale des archives historiques, que ce soit beaucoup plus formalisé dans les politiques publiques (...) Pour moi le SIAF devrait travailler sur la notion d'archives comme patrimoine historique, partie intégrante du patrimoine historique. Et ça devrait se traduire en terme d'organisation (...), que l'on formalise l'existence de services d'archives historiques, à côté des services d'archives administratives (...), détenteurs d'un patrimoine au profit d'une collectivité* » (Directeur AD).

Individuellement, les archives administratives servent d'outil aux citoyens pour faire valoir leurs droits ; collectivement, les archives historiques, en participant à la construction d'un patrimoine commun, en sensibilisant et en éduquant la population à ce patrimoine, deviennent un vecteur de changement social et un outil de développement.

B. DES STRATEGIES D'ACTION POUR ELARGIR LES PUBLICS

Pour diversifier leurs publics, les services visent tous à élargir les cadres de référence des archives. Cependant, deux orientations distinctes semblent se dessiner au travers de l'analyse des actions de valorisation menées par les services d'archives rencontrés. Certains développent une politique d'animation culturelle et patrimoniale dans laquelle l'archiviste reste le médiateur entre le document, les partenaires et les publics, et se fait le concepteur du patrimoine qu'il s'agira d'élaborer, de transmettre et de partager, alors que d'autres développent une culture de la co-construction et visent un nouveau mode de diffusion et d'usages, en particulier grâce à l'outil numérique.

Si la politique d'animation culturelle et patrimoniale ou la politique numérique est plus parlante pour un service que pour un autre, la stratégie centrale et menée par tous est celle relevant d'une politique partenariale.

1. Montrer les archives sous toutes leurs formes et en tous lieux : la politique d'animation culturelle et patrimoniale

a. Cibler les publics profanes en diversifiant l'offre et les thématiques abordées

Élargir les cadres de référence des archives est une stratégie d'action mise en place par tous les services souhaitant toucher des publics qui ne font pas usage des fonds d'archives et

qui ignorent pour la plupart d'entre eux leur intérêt. Afin de faire sortir les archives de leur cadre, ces services s'attellent à surprendre le grand public en dévoilant la diversité des domaines, des usages, des périodes historiques auxquels les archives sont attachées.

En terme d'outils, ce sont principalement les expositions « grand public », les publications, les conférences et les actions éducatives envers les scolaires qui sont utilisées. Le but est de faire découvrir le monde des archives à un public large et ainsi de proposer une animation culturelle largement gratuite.

Ces actions rendent attractifs des documents qui pourraient sembler difficiles d'accès ou *a priori* peu aptes à susciter l'intérêt d'un public non avisé, en inscrivant les archives dans le présent (de par leur utilisation présente) et en mobilisant des thématiques nombreuses (et illimitées) : l'histoire locale, le sport, le paysage, l'environnement, l'urbanisme, l'architecture, le design, l'école, les arts vivants, la peinture, les médias, les célébrités du territoire... Leur choix est motivé par l'actualité locale, nationale (commémorations, événements publics), celle du service (acquisition de nouveaux fonds, fin d'un classement), les programmes scolaires ou encore les sollicitations extérieures.

b. Utiliser la part émotive des archives

Parfois évoquée par les archivistes interviewés, les archives contiennent une part émotionnelle qui n'est pas seulement engendrée par le contact direct avec un document authentique mais également par la capacité d'évocation que les documents recèlent : « *On avait mis des milliers de photos sur un mur. Et vous ne pouvez pas savoir tous les gens qui étaient en larmes devant ... pourtant ce ne sont pas des gens qui sont morts, ce n'est pas un camp d'extermination... je vais dire le camp de réfugiés de [N.], mais c'étaient leurs parents. Ils cherchaient leurs parents. Ils retrouvaient leurs parents... En fait on regardait et on retrouvait la photo, ce n'était pas du tout leurs parents mais bon (...) là c'était vraiment un public dans l'émotion et le sensible* » (Directeur AD). Dès lors, les archives ont la capacité non seulement de prouver, de témoigner et d'informer, mais aussi d'émouvoir.

En rappelant à la mémoire des faits issus de la grande Histoire et parallèlement des événements issus des histoires personnelles, l'émotion participe d'ailleurs aux processus de partage et d'élaboration d'une mémoire et de construction d'une identité collective et individuelle. Considérer la dimension émotionnelle des archives apparaît important puisqu'elle peut être un vecteur utile pour transmettre des connaissances (certains services éducatifs utilisent des correspondances amoureuses entre des poilus et leur belle pour aborder la Première Guerre mondiale), mais également pour s'approprier une histoire et un patrimoine.

c. Développer l'offre auprès des scolaires

Depuis quelques décennies déjà, les services d'archives proposent des actions culturelles en direction des scolaires. Potentiellement, ces actions pourraient être orientées des élèves de maternelle jusqu'aux étudiants mais dans le cadre de notre terrain d'enquête, elles semblent plus généralement menées auprès des primaires et des collégiens. Ces actions peuvent se dérouler au sein du service : une visite du bâtiment suivie d'un atelier (calligraphie, confection de sceaux, travail sur des thématiques diverses : l'esclavage, la guerre, le paysage agricole...); elles peuvent également être menées dans les établissements scolaires grâce aux mallettes pédagogiques virtuelles ou physiques.

Ces ateliers pédagogiques permettent d'aborder un thème autour duquel sont organisées des visites du service mais également parfois d'autres lieux patrimoniaux (monuments historiques, musées), et/ou des déambulations urbaines puis un travail à partir d'un corpus de

documents numérisés issus des fonds des archives. L'offre combinée permet de rentabiliser les frais liés aux déplacements des scolaires qui apparaissent comme un frein de plus en plus important à leur fréquentation physique du service. Profiter de l'offre numérique seulement lève complètement ce frein mais ne permet pas la rencontre des publics avec le service, ni avec les originaux.

Dans le cadre de ces actions éducatives, les archives apportent un contenu éducatif et pédagogique particulièrement riche d'après les personnes interviewées : *« Je travaille au conseil général, à la Direction de l'éducation, de la jeunesse et des sports, comme chargé de mission en particulier sur les outils éducatifs que l'on peut mettre à disposition des collèves. Donc à ce titre, pour moi, les archives qui sont une direction du conseil général, différente de la nôtre, c'est à la fois la référence historique qui permet de garder effectivement un certain nombre de choses, et en particulier des archives [du département]. Et, d'autre part, un outil effectivement fabuleux en direction des collèves pour amener du contenu ou amener des éléments qui permettent de travailler sur tel ou tel domaine »* (CG Direction Jeunesse et Sport).

De leur côté, les archives élargissent leurs publics et sensibilisent les jeunes générations à leur patrimoine, à la culture et à l'histoire.

Des professeurs d'université utilisent également les archives pour mener des ateliers – professeurs en architecture, en photographie, en urbanisme, en paysage, en agriculture... Dans ce cadre, les archivistes sélectionnent en amont de l'atelier des documents en étant accompagnés du professeur.

Mobiliser des partenaires afin d'avoir des relais en matière de diffusion et d'accès aux publics est une modalité qui est souvent nécessaire à la mise en œuvre de cette stratégie et à son développement. Hormis quelques expositions et conférences menées de manière autonome par les services, la plupart des actions mobilisent en effet d'autres acteurs sociaux. Tout se passe comme si la politique de valorisation ne pouvait se faire sans partenaires et donc, sans le développement d'une culture collaborative. Ainsi, la politique d'animation culturelle que nous venons de décrire s'appuie largement sur la politique partenariale que nous allons à présent analyser.

2. S'inscrire sur le territoire : la politique partenariale

Si la commande de cette étude portait sur l'analyse des partenariats, c'est bien parce que cette stratégie d'action est utile pour développer l'action pédagogique et culturelle des services d'archives. C'est même la stratégie d'action principale mobilisée dans le cadre d'une politique de valorisation. Ainsi, nombreux sont les directeurs qui partagent le point de vue de l'archiviste Xavier de La Selle⁵ : « L'intérêt du partenariat est bien d'impliquer une attitude d'humilité : nous connaissons nos archives mais nous avons besoin d'autres compétences » (pour les valoriser). D'ailleurs, quelles sont les compétences apportées par les partenaires ? Et, inversement, quels sont les bénéfices de ces actions pour les partenaires ?

a. Avoir des relais vers d'autres publics

Comme nous l'avons signalé plus haut, montrer les archives sous toutes leurs formes et dans tous les lieux est une stratégie qui nécessite régulièrement l'appui d'un partenaire. Afin

⁵ Xavier de La Selle, « Archives et création : Archives et arts plastiques », in *Archives et Transdisciplinarité, quelles relations au bénéfice de la construction des savoirs ?*, Séminaire du PNR Patrimoine-Archives, IUFM de Paris, 2004, p.18, disponible sur : <http://www.archivesdefrance.culture.gouv.fr/static/723>

d'accéder à d'autres publics, les services d'archives cherchent donc à élargir leurs réseaux et mettent en place plusieurs types de partenariat.

Le premier degré de partenariat est le prêt de document. Il est issu d'une réponse aux sollicitations des établissements culturels et patrimoniaux qui souhaitent emprunter des documents aux services d'archives pour mener leurs actions, le plus souvent des expositions. Il s'agit des musées, des bibliothèques, des médiathèques mais également, sur des territoires où les archives sont reconnues pour leurs compétences en matière de valorisation, des parcs naturels, des communes, des monuments historiques, des écoles d'architecture, du paysage, des CAUE, des CRDP et des CDDP. La politique menée vise à élargir les partenaires dont le cœur de métier est de proposer des actions culturelles aux publics et de les utiliser comme relais. C'est alors grâce à eux que la visibilité du service et celle des archives qu'il conserve seront améliorées : *« Moi, ma politique, c'était d'utiliser les relais, que sont d'ailleurs la bibliothèque ; ils ont un nombre d'inscrits et de visites qui n'a rien à voir avec le nôtre, qui sera toujours infiniment supérieur. Dans les archives, les gens ne viennent pas, alors on va monter un truc à la bibliothèque, que le simple public de passage qui vient emprunter un bouquin verra... alors même qu'il n'a peut-être aucune idée que les archives existent. Donc c'est comme Internet. Les sites sont plus fréquentés que nous. La bibliothèque est plus fréquentée que nous. C'est pour ça que le parc national... j'aimerais bien parce qu'ils ont un relais sur le public de passage en montagne l'été. Ils ont des points un peu partout ... au sein du parc, avec des maisons qui permettent de mettre de petites expos, etc. On n'est encore jamais allé jusque-là mais... je pense que cela serait bien d'utiliser ces relais-là. Et là on touche une population externe »* (Directeur AD).

La thématique est choisie par le partenaire ou en collaboration avec les archivistes qui sélectionnent des documents pouvant l'illustrer. D'un côté, l'établissement partenaire bénéficie d'un contenu et, de l'autre, l'archiviste bénéficie d'un outil de médiation permettant de rendre visible des documents d'archives aux publics de l'établissement. Dans ce cas, le partenaire est un relais entre les archives et les publics.

D'autres acteurs sociaux sollicitent également les archives pour mener des colloques et des conférences, parfois agrémentés d'expositions sur des thématiques souvent liées à l'histoire locale. Ce sont là les habitants, souvent les érudits locaux, qui bénéficient de cette offre commandée par les communes et les sociétés savantes.

Tous ces relais sont également utilisés pour amener hors les murs les expositions élaborées par les archives de manière autonome. Dans ce cadre-là, c'est en fonction de la thématique de l'exposition que le partenaire sera choisi par le service ou que le partenaire sollicitera le service. D'ailleurs, les services conservent des expositions à des fins d'itinérance. Au fur et à mesure, un panel d'expositions de plus en plus variées s'étoffe et agrandit l'offre. En face, le public s'élargit également. L'objectif est d'amener des archives vers les personnes qui n'y accèdent pas pour des raisons symboliques et/ou physiques. C'est pourquoi, au-delà des relais qui sont communément impliqués, ces expositions sont présentées dans des prisons, des maisons de retraite et des services sociaux.

Grâce à ces actions hors les murs, au-delà des historiens, des scolaires et des érudits locaux, les archives touchent des étudiants de disciplines diverses, des habitants, des touristes, des retraités, des prisonniers, des amateurs et des professionnels variés. La mise en place de partenariats permet donc de concrétiser la stratégie d'action visant à montrer les archives sous un maximum de facettes.

b. Être un lieu ouvert et propice à l'expérimentation pédagogique et professionnelle

D'autres types d'actions, qui n'utilisent pas le contenu des documents, sont également menées par les enseignants au sein des services d'archives. C'est dans un contexte réel que les

étudiants ou les élèves s'exercent à la discipline en question, voire à leur métier lorsqu'ils sont en fin de cursus universitaire.

Nous avons en effet repéré des professeurs de mathématiques et de chimie qui utilisent les archives comme terrain d'expérimentation « grandeur nature ». En mathématiques, les élèves vont chercher à calculer les mètres linéaires du service, sa superficie, ceux de physique-chimie vont s'intéresser à la conservation des documents d'archives. *« On a eu un prof de sciences physiques puisque en fait ils ont travaillé sur les encres. Et en classe de chimie ils ont fabriqué leur propre encre à base d'artichaut, de grenade. Il y a des profs qui ont de l'imagination. (...) C'est les profs qui ont ces idées-là de venir... Nous, on dit que c'est une base, et après on est prêts à faire... ce que vous voulez... S'ils arrivent avec un projet, nous, on s'adapte au projet. On a fait mieux avec cette prof de physique-chimie et la prof de maths. On a fait une visite des archives. Mais ça, on a monté le projet avec elle. Maintenant on la connaît très bien, etc. Ça veut dire que l'on a passé plus de deux demi-journées, je crois, à visiter les archives vraiment. C'est-à-dire qu'au lieu [d'étudier] les documents, on a fait de... la conservation des documents. La résistance à l'eau. Est-ce que c'est antistatique ? Est-ce que les tresses que l'on utilise, est-ce que le papier est neutre ? (...) Au lieu d'avoir de la ficelle, c'est de la tresse de coton non blanchie et non... brute. (...) Ils [les étudiants] avaient des échantillons de tout ça, qu'ils ont testé chez eux dans leurs cours. Ensuite on leur a montré (...) ce qui peut attaquer l'homme, c'est-à-dire d'une façon pulmonaire, les moisissures, etc. Qu'est-ce que l'on a vu encore ? Avec le prof de maths, on a calculé sachant que... vous avez vu des portes tournantes dans les archives... sachant que ça fait 16 centimètres... pour montrer (...) qu'une visite d'archives peut aussi se tourner vers des professeurs de physiques ou de maths. Enfin ça, pour nous, c'est très bien »* (Responsable d'un service culturel AD).

Si cette expérience constitue un apport pédagogique bénéfique du côté des élèves et des enseignants, elle permet au service d'archives d'accueillir de nouveaux professeurs et élèves en leur sein, de leur faire connaître le service, les archives et d'agrandir les chances de les compter parmi les publics d'autres actions.

Ce type d'expérimentation « grandeur nature » est également mené par des professeurs en scénographie qui font travailler leurs étudiants sur des expositions proposées au sein du service d'archives et hors les murs : *« Si vous voulez, on a tenté d'avoir deux projets d'établissement qui se retrouvent... enfin chaque établissement a un projet. Les archives ont un projet. L'école d'art a un projet... avec ses enseignants. Et là, éventuellement, on se réunit. On associe nos compétences pour un objectif, qui est de servir quelque chose qui se passe aux archives, mais qui sert aussi à la pédagogie supérieure, à l'améliorer ou à l'école d'art »* (Professeur scénographe). Dans ce cas, le professeur accède à un nouvel outil pédagogique, et les étudiants acquièrent une expérience de terrain qui complète l'apport théorique reçu dans le cadre des cours et qui peut également agrémenter leur *curriculum vitae*. Ce scénographe est ravi de cette relation qu'il *« trouve extrêmement positive et extrêmement pédagogique »*.

En agissant de la sorte, les archives participent à la formation et à la professionnalisation de futurs acteurs professionnels. Par ailleurs, le service bénéficie des compétences et qualifications de personnes pratiquement diplômées dans les domaines du design et de la scénographie ; un atout de taille pour réaliser des expositions de qualité. Enfin, le service s'ouvre sur un nouveau public qui ne fréquentait pas les archives jusqu'alors : des étudiants en art, section design.

En menant un partenariat, le service d'archives entre dans un processus d'échange, de don et de contre don, qui l'inscrit sur son territoire et le rend acteur dans de nombreux champs : éducatif, culturel, patrimonial, social, artistique et touristique.

c. Co-construire : la démarche collaborative

Pour mener des partenariats, les services appliquent une démarche largement partagée, celle de la collaboration et plus particulièrement de la co-construction. Ici le partenaire n'est plus seulement un relais : il est acteur dans la conception du projet.

Cette démarche implique dans un premier temps un échange entre les deux acteurs portant sur les objectifs de chacun afin d'évaluer la pertinence de monter un projet commun : « *On s'est rencontrés pour voir ce qu'il y avait un peu derrière tous ces mots. Et on s'est rendu compte que l'on avait donc des objectifs pour une bonne part communs* » (Professeur d'études théâtrales). Chacun des partenaires doit en effet avoir intérêt à mener à bien le projet. La première étape est donc la convergence de vues sur les finalités d'un projet. Dans un deuxième temps doit se co-élaborer une stratégie. La troisième étape est la définition des modes et des degrés d'implication ; et la dernière étape avant l'aboutissement du projet est de partager les tâches en fonction des compétences de chacun et en visant la complémentarité des moyens.

Tout au long du projet, les acteurs œuvrent de concert, tout en gardant leurs spécificités. Il faut donc que chacun fasse preuve de tolérance « *pour que chacun, dans son espace vital, dans la représentation qu'il a du monde, laisse la place à l'autre avec un autre point de vue* » (Professeur scénographe). Ce professeur d'université partenaire a d'ailleurs apprécié la collaboration menée avec un service d'archives car son directeur a su justement « *laisser la place à l'autre* ». C'est également le sentiment d'un responsable d'association spécialisée dans la bande dessinée avec qui un service d'archives a élaboré un projet : une exposition qui lie l'histoire et la bande dessinée. Cette exposition a été dans un premier temps présentée lors d'un festival de BD organisé par le partenaire, et sera dans un second temps installée dans la salle d'exposition du service d'archives : « *On a ensemble été voir l'auteur. On a sélectionné les planches. Celles qui pouvaient avoir un attrait historique. Et puis avec le directeur et son bras droit, on a sélectionné les originaux. Et eux, ils ont aussi sélectionné les archives qu'ils avaient de leur côté* » (Responsable d'une association spécialisée dans la bande dessinée).

Pour le service, la première exposition est l'occasion de rencontrer les festivaliers et de montrer les archives sous un jour plus ludique, tout en transmettant des connaissances et de l'information. Pour les associations, travailler avec un service d'archives est bénéfique car les archives sont une institution publique reconnue. Travailler avec cette institution est donc une expérience valorisante, en particulier auprès des institutions qui subventionnent ces associations. Par ailleurs, en s'investissant sur des projets locaux, les associations répondent à l'une des attentes des collectivités territoriales qui les subventionnent : « *Le département, la région et la ville de N. sont nos partenaires. Donc ça permet aussi de rendre compte, ce n'est pas vraiment le terme mais en tout cas de montrer aussi qu'on s'implique localement, que l'on traite la bande dessinée et l'histoire locale. Et ça permet aussi de toucher un public local* » (Responsable d'une association spécialisée dans la bande dessinée).

d. Se positionner et développer une nouvelle fonction des archives

Si le service se démarque, en se positionnant de manière claire sur un champ spécifique, ou en menant une action surprenante et en abordant une thématique *a priori* éloignée du monde des archives, de nouveaux partenaires apparaissent dans le réseau du service.

C'est par exemple le cas d'un service d'archives qui souhaite se positionner spécifiquement sur les archives des arts vivants. Au regard des fonds présents et de l'activité territoriale dans ce domaine (et donc des fonds potentiels à collecter), le directeur, par ailleurs animé d'une passion pour les arts vivants, a créé un « pôle spectacle » au sein de son service. C'est en entendant parler de ce projet que des professeurs de l'université se sont rapprochés

du service d'archives : « *Moi, en fait, j'ai été nommée à la fac il y a deux ans et c'était à peu près le moment où le directeur réfléchissait à la création d'un pôle dédié au spectacle vivant. Donc j'avais eu cette information-là. Et cela m'intéressait évidemment tout à fait de voir que quelqu'un qui s'intéressait, qui est directeur des archives départementales, mettait une priorité sur le spectacle. Donc on s'est rencontrés pour voir ce qu'il y avait un peu derrière tous ces mots* » (Professeur d'études théâtrales).

Dans ce cas, c'est la complémentarité des compétences qui anime le partenariat : « *évidemment l'idée d'un pôle qui soit dédié au spectacle vivant [dans la région] était complètement en concordance avec nous, ce que l'on fabriquait dans le cadre du laboratoire de recherches ; et les questions que l'on se pose sur : quoi sélectionner ? Qu'est-ce que c'est que l'archive ? Qu'est-ce que c'est qu'un document ? Par exemple, qu'est-ce que c'est une trace ? Et quand j'ai rencontré le directeur, il s'intéresse à la même question... et il nous a demandé par exemple de pouvoir créer avec lui un comité d'experts pour dire ce qui est important à conserver du spectacle vivant dans la région. Il a besoin, lui aussi, de savoir ce que c'est qu'un document, ce que c'est une trace. Ce qui va être important comme archives reliées au spectacle vivant. Donc le partenariat semblait presque indispensable et aller de soi* » (Professeur d'études théâtrales).

Le partenariat mené dans ce cadre ne se limite pas à la valorisation et concerne les cinq missions du service d'archives. Plusieurs phénomènes concomitants agissent en faveur de l'investissement du champ de la création par les services d'archives. D'une part, l'intérêt croissant des chercheurs pour la compréhension du processus de création puisque ce thème de recherche mobilise des documents d'archives. Et d'autre part, la nouvelle tendance des artistes à mobiliser des archives pour concevoir leur création : « *Il y a un phénomène que l'on observe surtout dans le domaine de la danse mais qui est en train de venir du côté du théâtre, c'est que les artistes prennent en fait comme source de leurs créations leurs propres archives ou d'autres archives. L'archive devient une source d'invention dans le domaine du spectacle* » (Professeur d'études théâtrales). Et la mobilisation des universitaires et des archivistes par les artistes qui souhaitent être accompagnés dans le tri de leurs archives : « *Une chose qui me paraît très importante un peu dans le même sens, c'est que les artistes nous demandent de plus en plus de venir travailler avec eux sur la question de leurs archives en tant qu'universitaires. Avant les artistes regardaient un peu les universitaires de loin comme si c'étaient des critiques de leur travail, et très loin finalement de leurs préoccupations concrètement. Et puis maintenant ils nous demandent de venir avec eux trier et évaluer leurs fonds d'archives* » (Professeur d'études théâtrales).

Enfin, la valorisation des archives par la création mobilise des artistes au sein des services. Des artistes séjournent dans le service pour y concevoir des travaux de création en lien avec les fonds qui y sont conservés et ces créations une fois achevées peuvent être présentées aux publics dans le service et/ou hors les murs (expositions, spectacles, performances). De rares expériences ont eu lieu sur le territoire français, et envisager le développement de résidences d'artistes serait certainement bénéfique à tous les services qui souhaitent s'investir dans l'art et la création. D'après Yvon Lemay, « *encourager, soutenir les artistes par le biais de résidence "archivistique" représente des avantages indéniables : une visibilité accrue du domaine des archives (dans les médias, auprès d'une nouvelle clientèle, sur la scène culturelle) et une excellente manière (...) de mettre en évidence leur "originalité"*⁶ ».

Notons que si la dimension créative des archives est mobilisée depuis longtemps dans le cadre de certains ateliers pédagogiques (confection de sceaux, enluminure, calligraphie...), elle est investie d'une autre manière et devient une nouvelle fonction dès lors que les archives

⁶ Marie-Pierre Boucher et Yvon Lemay, « La mise en scène des archives par les artistes contemporains », 39^e congrès de l'Association des archivistes du Québec : http://www.archivistes.qc.ca/congres2010/actes2010/S3_boucher_lemay.html

s'inscrivent spécifiquement dans les champs de l'art et de la création, que des artistes prennent place dans les services, que des professionnels de l'art y trouvent une source d'inspiration, une matière à réflexion et y exercent leur profession.

3. Promouvoir l'offre et les usages multimédias : la politique numérique

« En gros, la politique des publics en général est vraiment fondée sur le développement d'un outil, qui est l'outil informatique ; et plus particulièrement du site Internet » (Directeur AD).

L'offre numérique prend une place sans cesse croissante au sein des services d'archives. En effet, le Web 2.0 est entré dans les services d'archives : fil RSS, blogs, baladodiffusion, étiquetage social, etc. Dans le cadre de l'étude menée, tous les services numérisent actuellement leurs fonds et possèdent un site Internet depuis plus ou moins longtemps. Promouvoir l'accessibilité des archives est au cœur de cette stratégie d'action menée par l'ensemble des services. Cependant, notons que les services n'envisagent pas tous ce nouveau mode d'accessibilité de la même manière.

a. Internet : un outil, plusieurs visions et usages

Pour les uns, Internet est simplement un nouvel outil pour faire connaître les fonds ; l'idée est de dupliquer ce qui se passe en présence à distance. Donc Internet est un moyen supplémentaire pour *« montrer toujours la diversité »* des archives et tenter d'élargir les publics : *« C'est mettre des expositions virtuelles à chaque fois que l'on en fait ; et pourquoi pas essayer à chaque fois de montrer qu'il y a des objets, des films... »* (Directeur AD). Et également, un outil pour rendre les fonds accessibles aux historiens et généalogistes où qu'ils soient : *« Alors moi, le site Internet, ce que j'attends quand même c'est, si vous voulez, de pouvoir mettre à disposition nos inventaires, nos instruments de recherche quand même parce que ça me paraît très important ; il y a des universitaires étrangers qui me disent [sollicitent]... alors on leur envoie par mail au format Word mais ça permettra quand même de faire connaître nos fonds. Et puis mettre à disposition (...) des archives pour les historiens aussi, pas seulement pour la généalogie »* (Directeur AD).

Pour les autres, Internet permet de changer radicalement le modèle de diffusion des archives, c'est un outil qui permet une véritable révolution : *« C'est vrai que je crois beaucoup plus à l'outil Internet, non pas pour diffuser mieux ce que l'on fait, mais pour radicalement changer le modèle de diffusion des informations ; ce n'est pas faire mieux ce que l'on fait, c'est faire autre chose »* (Directeur AD). Ce nouveau mode de diffusion consiste à promouvoir l'utilisation des fonds par les internautes : *« À mon avis, il faut que l'on soit complètement réutilisé par d'autres, parce qu'on n'attirera pas une centaine de gens autres que notre public spécialisé sur notre site, mais on peut utiliser des sites relais qui, eux, nous connaissent et qui, eux, vont réutiliser et embarquer nos données sur leur propre site, et qui seront bien plus visibles que ce que l'on peut donner »* (Directeur AD).

Cette question de la réutilisation numérique en engendre plusieurs autres : celle de l'accès à l'original (*« Pour revenir sur l'original, c'est très très important comme question parce que c'est une réflexion qui vient tout de suite à l'esprit d'archiviste : oui, mais sur Internet il n'y a plus l'original. Oui mais ça concerne qui l'original ? Les archivistes, quelques universitaires, peut-être quelques érudits locaux »* Directeur AD), des droits et des devoirs des internautes et des archivistes, de la confiance et de la liberté, des potentialités informatiques et de l'interopérabilité : *« La conception du service public et de la salle de lecture, c'est ça ; c'est de dire : je vais mettre en ligne un certain nombre de données, et je*

vais autoriser les autres non seulement à les consulter, mais à les rapatrier, à faire des liens, voilà, pour les récupérer. Et ça, il va vraiment falloir se pencher sur la question de la réutilisation. Comme on est tous braqués en raison des attaques commerciales d'une certaine société dans les dernières années... il va falloir que l'on fasse sauter ce verrou à un moment ou un autre pour que l'on soit enfin visible sur d'autres sites relais, que l'on permette aux gens de récupérer nos données, et de les mettre eux-mêmes en valeur. Et je suis certain qu'ils seront bien meilleurs que nous pour ça. Évident. (...) C'est le fait que ce contenu soit interopérable avec d'autres sites Internet, et avec des moteurs de recherche. Et ce n'est pas le cas pour le moment. L'interopérabilité est largement passée au second plan. Comme les archivistes sont loin d'être idiots, on est en train de s'en rendre compte... c'est... je pense que ça va avancer de ce point de vue-là » (Directeur AD).

L'archiviste choisit ce qu'il souhaite mettre à disposition des internautes et les laisserait ensuite libres dans leurs usages : « Soit on est capable de mettre à disposition du contenu, que nous avons choisi, et de permettre aux gens de le réutiliser, et du coup d'avoir une réactivité beaucoup plus grande sur ces gens-là, sur le contenu culturel, soit on les laisse venir, et on continuera à perpétuer un tas de faits, une absence, quoi que l'on en dise, sur Internet parce que le fait d'y être ne signifie pas que l'on est présent. Il faut que l'on soit commenté (...). Il faut que notre contenu soit enrichi, quitte à ce que cela se fasse complètement en dehors de notre contrôle, et en dehors de notre site. Ma politique pour le moment, c'est de dire : OK. Ça, c'est des faits que je crois à peu près avérés. Il y a des choses que je sais faire, des choses que je ne sais pas faire ; on va pousser à fond sur le site Internet pour toucher un public plus large et accepter la déprise. Accepter que les gens en fassent ce qu'ils en veulent » (Directeur AD).

Cette liberté laissée aux internautes revêt pour certains de nombreux avantages alors que pour d'autres, elle engendre des peurs. Deux catégories d'archivistes apparaissent dès lors, les favorables et les réticents.

D'après les réticents, l'indexation participative engendre le risque de tromper l'utilisateur si elle n'est pas menée par des archivistes professionnels : « ah (les sites participatifs), je n'aime pas ça. Mais ça, mon équipe dit qu'il faudra en faire. Moi, ce que je trouve... si vous voulez, ce qui m'ennuie, c'est de cautionner des choses... où il faut beaucoup contrôler pour être sûr qu'il n'y ait pas de... que les gens n'écrivent pas n'importe quoi. Et comme ça a été validé... c'est vrai que ce n'est pas parce qu'ils vont mettre trois indexations qui seront mal faites... enfin, moi, si vous voulez, les indexations c'est ce qui me fait le plus peur. Par exemple, une indexation, normalement il faut quand même qu'elle soit très hiérarchisée, etc. parce que si quelqu'un va trouver des résultats par un nom... par exemple, admettons : il cherche "réfugié espagnol", il va trouver trois résultats. Mais si ça se trouve, il y en a qui ont mis à "immigré" d'autres résultats qui sont les mêmes, ou qui sont différents, mais si vous voulez, celui qui a trouvé "réfugié espagnol", il a trouvé trois résultats, il ne pensera pas qu'il y a d'autres choses ailleurs que la personne aura indexées à "immigré", par exemple. Je veux dire que j'ai toujours peur que l'on trompe le public... le public, il est tellement naïf... » (Directeur AD).

A contrario, pour les autres, l'indexation participative est un moyen d'enrichir l'information sur les fonds : « Donc on va plus loin que simplement permettre d'indexer les images avec le nom des personnes, la date de l'acte, les types d'actes. On va permettre en fait d'indexer toutes les données archivistiques qu'il y a sur le site, aussi bien les inventaires que les images, et plus loin que seulement avec une date ou un patronyme, un prénom, avec des fonctions de profession. On laissera aussi un champ libre, un champ « commentaire » pour permettre aux gens véritablement d'apporter un plus à une analyse archivistique ou à une image, une anecdote historique, un complément historique, enfin tout ce que l'on veut » (Responsable du web AD).

Ces différences de points de vue sont en partie liées à l'image que les archivistes ont des internautes. Pour les réticents, ce public est « naïf », alors qu'au contraire, pour les archivistes favorables, ils sont extrêmement « vigilants ». Pour les premiers, donner cet accès aux internautes engendre un surplus de travail (la vérification et la correction des informations apportées par les internautes) alors que pour les seconds, il est possible de faire confiance aux internautes et de n'intervenir que comme modérateur. Ils perçoivent alors cet usage participatif et interactif comme un moyen de co-construction qui participe à la promotion de la démocratie et de la e-citoyenneté : « *Là il y a deux avantages ; enfin il y en a trois (...) Moi, j'aime bien cette participation, cette notion de citoyen avec des droits et des devoirs. Voilà. Il s'associe, donc on lui offre cette possibilité. En même temps il y a des règles auxquelles il faut qu'il se plie, en matière de déontologie. Ça, c'est pour les devoirs. Et puis on crée une relation avec chaque internaute et entre les internautes ; bref, on crée une communauté. Voilà. Ça, c'est un avantage pour une collectivité qui veut promouvoir cette dynamique de relation à l'usager, de transparence, de réactivité, etc. De co-construction, justement. Et puis du point de vue technique, l'indexation déjà ne coûte rien : elle est faite par l'internaute... Dans le budgétaire [de] même. Ça, c'est pas mal. Et puis les internautes, il faut voir comme ils sont vigilants ; ils s'autorégulent. Donc nous, on n'aura qu'à jouer le rôle de modérateur* » (Directeur AD).

L'environnement numérique est un outil de partage et de collaboration qui revêt par ailleurs une dimension ludique et conviviale favorable aux pratiques de loisirs culturels. Associés à l'office du tourisme, les services peuvent proposer des outils de géolocalisation, des cartes interactives permettant aux touristes d'accéder à diverses informations sur le patrimoine de la région grâce à une application téléchargeable gratuitement. Lors de leurs visites, au gré de leurs envies et des propositions offertes par l'application, ils accèdent à de la réalité augmentée permettant de comparer des photographies, d'accéder à des témoignages audio et/ou vidéo d'habitants ou d'experts, à des informations sur l'histoire et la démographie de la commune, etc. : « *Mais je pense qu'il y a une autre entrée qui peut être intéressante au moins autant... Et on va en revenir au territoire... C'est justement l'idée de faire une entrée plutôt interactive, du style vraiment portail géolocalisé(...) Que vous ayez une carte [du département] par exemple pour cliquer sur des lieux. On va prendre une commune. Peu importe la commune, que pour cette commune-là vous ayez tous les registres paroissiaux et d'état civil, le dénombrement de population* » (Directeur AD).

b. Les réseaux sociaux : les pour et les contre

Quant à l'usage d'Internet dans les modes de communication envers les publics, les points de vue divergent une fois de plus.

Tous les services utilisent différents outils de communication pour informer leurs partenaires et les publics sur les activités qu'ils proposent et les manifestations qu'ils organisent. Sur le terrain ont été repérés les outils suivants : affiches, brochures, dépliants, prospectus, newsletters, sites Web, médias avec radio, télévision (souvent régionale), presse écrite (quotidiens régionaux, journal, bulletin ou revue de la collectivité et du réseau associatif).

Mais les réseaux sociaux numériques (page Facebook, compte Twitter) sont des outils que seulement certains services ont ajoutés à leur stratégie de communication. Ils permettent à ces derniers de développer de nouvelles dimensions à leurs outils de communication et à leurs actions de valorisation : l'interactivité, l'aspect ludique et convivial. « *C'est une autre pratique de l'écriture. Mais je trouve que cela apporte de la spontanéité, de la dynamique. Il y a un côté très plaisant. Et moi, je suis attaché à ça... La preuve, c'est que l'on arrive à 700 amis. Je trouve que cela commence à être intéressant. Les gens réagissent aussi assez*

librement. Il n'y a pas beaucoup de temps passé à la médiation. Cela a été évalué à une demi-journée par semaine, tout compris, je veux dire : le postage, le suivi, quand on est sollicité, etc. » (Directeur AD). L'objectif est de compter prochainement parmi ces usagers de nouveaux utilisateurs du site Internet : « *Facebook, on a une interaction, une participation du public. Si on arrive à drainer une part de Facebook vers le site Internet, moi ça m'intéresse beaucoup* » (Directeur AD).

Le point de vue des réfractaires est alimenté par la peur d'être confronté à une activité chronophage qui, en plus, n'apporte pas ou peu d'intérêt : « *C'est beaucoup de temps pour avoir quelque chose de qualité ; un temps que je ne souhaite pas passer ni moi, ni une personne de mon équipe pour un rendement qui, à mon avis, est assez faible, parce que l'on ne touche pas forcément une catégorie de population qui serait intéressée par le contenu que l'on a à donner. Je pense que cela rapporte des choses effectivement, mais je ne sais pas si cela en vaut la chandelle. Voilà. Je pense qu'il y a d'autres sites relais qui seraient peut-être plus efficaces pour nous* » (Directeur AD).

Il est intéressant de souligner également que le « secteur des arts, des spectacles, des loisirs et de l'industrie culturelle (36,5 %) » est celui qui suscite le plus d'intérêt chez les internautes québécois qui utilisent les réseaux sociaux⁷. Observer ces pratiques de ce côté de l'Atlantique serait un éclairage intéressant pour évaluer la pertinence du développement de cet outil par les services d'archives. Interroger les publics qui utilisent les pages Facebook et/ou Twitter créées par les services permettrait par ailleurs de connaître ces publics et de mesurer les impacts de cette pratique sur la fréquentation des sites Web des services d'archives et des actions qu'ils proposent.

C. DEUX POSITIONNEMENTS DISTINCTS : PROMOUVOIR LA VISIBILITE OU PROMOUVOIR LA REUTILISATION DES ARCHIVES

Que cela soit sur le territoire où ils sont inscrits ou sur le Web, les services d'archives développent actuellement une culture de la collaboration voire pour certains, une culture de la co-construction. Ces cultures se fondent sur l'exploitation de l'intelligence collective et cultivent des objectifs citoyens.

Sur le territoire, elles se concrétisent via l'élaboration de projets partenariaux tels que nous l'avons décrit plus haut. Du côté de l'exploitation des fonds sur Internet, ce sont également ces mêmes logiques qui animent les services favorables à l'indexation participative ou collaborative, la possibilité de déposer des commentaires libres et d'ajouter des documents (photos, textes, vidéos, audio), des liens vers d'autres sites ou d'autres références. Faciliter le partage et promouvoir la réutilisation des données est le *leitmotiv* de nombreux archivistes. Dès lors, ces derniers acceptent de ne plus être les seuls médiateurs en matière de mise en valeur de leurs fonds et, par conséquent, de ne plus être les seuls acteurs de la construction d'objets culturels et patrimoniaux issus de l'usage des documents d'archives. C'est essentiellement ce point qui rend les uns réticents et les autres favorables au développement des outils numériques. Pour les premiers, il apparaît difficile d'envisager de laisser prise à d'autres, alors que pour les seconds, c'est un changement inévitable et bénéfique pour élargir les publics des archives.

Il semblerait donc qu'à l'heure actuelle, deux tendances distinctes se dessinent parmi les politiques des publics. Chacune s'oriente différemment pour rendre les archives plus accessibles. La première s'appuie sur le développement d'outils provenant du domaine de l'animation culturelle : expositions, publications, actions éducatives. Elle vise à faire

⁷ CEFRIO, « L'engouement pour les médias sociaux au Québec », NETendances, vol 2, n° 1, 2011, p. 16 : http://www.cefrio.qc.ca/fileadmin/documents/Publication/NET_1-MediasSociaux_finalavecliens_.pdf

connaître les archives au plus large public possible en montrant leur richesse et diversité *in situ*, hors les murs et sur Internet. Notons que si tous les archivistes qui suivent cette tendance aimeraient voir ces nouveaux publics consulter par la suite des originaux dans les salles de lecture, certains considèrent cet espoir comme une utopie alors que d'autres le visent comme un objectif. La deuxième tendance se tourne vers un nouveau mode de diffusion et d'usages grâce aux moyens numériques d'une part, et à la co-construction patrimoniale d'autre part. Certains services s'engagent parallèlement sur ces deux voies, alors que d'autres se positionnent sur l'une ou l'autre de ces politiques de développement.

Dès lors, c'est la notion même de patrimoine qui est interrogée. En impliquant différents acteurs (des institutions, des associations, des habitants) et ce à différentes échelles (locale, nationale, européenne), les archives participent à la construction de divers processus de patrimonialisation, et engendrent différents types de savoirs, de faits et d'objets culturels. *Via* leurs actions de valorisation, les services d'archives nous interrogent par conséquent sur deux points fondamentaux du concept même de patrimoine : *qui* fait patrimoine et *qu'est-ce* qui *fait* patrimoine ? Au travers des actions qu'ils mènent, les archivistes se positionnent différemment d'une part, sur le rôle qu'ils occupent en tant qu'acteur de la patrimonialisation, et d'autre part, sur la place qu'ils donnent aux autres acteurs (partenaires et publics) dans la construction d'un objet culturel. En élaborant des objets culturels uniques, puisqu'ils sont construits au cas par cas et mobilisent des acteurs, mais aussi des documents, des supports et des outils spécifiques, les archivistes interrogent de fait, ce qui *fait* patrimoine.

Ainsi, les actions de valorisation amènent les archivistes à devoir se positionner en tant qu'acteur culturel et acteur patrimonial ; elles engendrent par ailleurs des questions sur les fonctions des services d'archives, et plus particulièrement sur la fonction culturelle et patrimoniale de ces services. Plus précisément, la mise en œuvre de cette fonction n'est ni prédéfinie, ni limitée et se trouve façonnée par le degré d'implication de l'Autre (partenaire ou public *versus* archiviste) dans le processus de construction de l'objet culturel et patrimonial. Ainsi, un large panel de savoirs, de faits et d'objets culturels et patrimoniaux naît des services d'archives mais cet ensemble n'entretient pas un rapport uniforme ni continu aux partenaires et aux publics. Ce rapport se situerait sur un continuum allant de la présentation du savoir ou de l'objet (montrer à) à la co-construction de ce savoir ou de cet objet (utiliser et élaborer avec). Entre les deux extrémités de ce continuum, différents degrés d'implication des partenaires et des publics sont possibles et ce, à toutes les étapes d'élaboration des savoirs, des faits et des objets culturels, ce qui explique que les services d'archives peuvent soit transmettre un patrimoine, soit le partager ou encore le co-construire.

La frontière (mouvante et floue) entre les deux catégories de positionnement des services d'archives serait donc fonction de la place laissée au dialogue entre les acteurs – et donc de la légitimité accordée à ces acteurs porteurs de différentes cultures –, et ce, tout au long du processus d'élaboration de ce qui fait, *in fine*, un patrimoine commun et partageable.

II. LES VARIABLES JOUANT SUR LES CONDITIONS D'EXERCICE : DES OPPORTUNITES ET DES CONTRAINTES EN FONCTION DES SITUATIONS

Si l'élaboration de l'offre envers les publics est largement fonction des positionnements choisis par les directeurs, il n'en demeure pas moins que certaines variables impactent et conditionnent leurs stratégies d'action. Les conditions d'exercice amènent les archivistes à composer leurs actions en fonction des opportunités qui s'offrent à eux et des contraintes auxquelles ils doivent faire face.

A. LE CONTEXTE TERRITORIAL

Situé sur un territoire spécifique, chaque service connaît un contexte géographique, politique, social et économique particulier offrant des conditions et des moyens plus ou moins propices à la mise en place d'actions de valorisation.

1. Territoire et population

Selon le profil économique, sociodémographique, politique et géographique du territoire dans lequel le service est inscrit, les opportunités qu'il peut saisir et les contraintes auxquelles il doit faire face seront différentes.

S'il existe autant de services que de situations spécifiques, nous pouvons distinguer les services inscrits sur un territoire connaissant une croissance économique et démographique, et ceux qui, au contraire, se trouvent dans « *un département avec des difficultés économiques réelles. (...) Au niveau démographique, on est face à une population... comment dire... décroissante, (...) donc cela a une dynamique politique et une population vieillissante également* » (Directeur AD). Il est également possible d'opposer les services qui sont sur un territoire à forte attractivité touristique et/ou étudiante à ceux qui, au contraire, ne comptent parmi leurs publics potentiels ni étudiant, ni touriste. Enfin, notons que certains services bénéficient d'une offre en matière patrimoniale et culturelle dense et structurée alors que d'autres ont du mal à trouver des occasions de partenariat.

Afin d'élaborer une politique des publics, il est opportun de dresser un état des lieux révélant les opportunités et contraintes propres à chaque territoire et à la population qui l'occupe. C'est d'ailleurs le travail mené par certains directeurs.

2. La politique culturelle de la collectivité : la place et le rôle du service d'archives

La politique culturelle menée par la collectivité à laquelle le service d'archives est rattaché (conseil régional, conseil général, commune) joue également sur les potentialités de mise en œuvre par le service d'une politique des publics.

La politique de la collectivité conditionne en premier lieu les budgets alloués aux services d'archives. Ces derniers connaissent en la matière de fortes disparités et, subséquemment, n'ont pas tous les mêmes capacités financières pour mener des actions de valorisation puisque leur budget influe non seulement sur les moyens matériels (locaux, fournitures) mais également sur les moyens humains mobilisables pour mettre en œuvre ce genre d'action (nous y reviendrons plus loin).

Plus globalement, au-delà du budget, cette politique conditionne la place occupée par le service au sein de la collectivité. Certains services sont intégrés à la collectivité et incarnent la

politique de cette dernière, alors que d'autres semblent fonctionner en marge de la collectivité territoriale qui les administre.

Certaines collectivités initient des dynamiques territoriales fortes et mènent une politique culturelle active. Les services d'archives sont considérés comme un des acteurs de la politique globale et s'y sentent clairement impliqués. Cette implication prend des formes diverses : participation aux réunions hebdomadaires des directions de la collectivité, prise de décision soutenue par la direction générale... Les services peuvent également être sollicités par leur collectivité pour :

- mettre en place des actions de valorisation, plus précisément des expositions dans le cadre de leur politique culturelle (la collectivité peut commander une exposition, la suggérer ou l'imposer ; la marge de manœuvre des services n'est pas égale dans ce domaine) ou une offre audiovisuelle et multimédia dans le cadre de leur politique numérique ;
- collaborer avec les autres services de la collectivité afin de faire converger les moyens et les finalités dans le cadre d'actions transversales conjointement élaborées. C'est dans ce cas que l'on a pu voir des services d'archives impliqués dans des politiques sociale, éducative, touristique et numérique des collectivités :
 - o *« Et le but, c'est que nous, on développe nos propres projets, que l'on essaie ensuite de les inclure dans des commandes passées à d'autres services... Des services sociaux en gros. Voilà. Sociaux et jeunesse »* (Directeur AD) ;
 - o *« Dans le cadre du partenariat et de la transversalité qui doit s'instaurer entre les directions, pour créer une culture d'entreprise du conseil général, en schématisant,... nous avons eu l'idée de faire profiter les populations qui se rendent dans les services sociaux - puisqu'il y a à peu près 220 000 familles qui passent - ... des expositions qui étaient organisées par les archives départementales. Donc il y a un groupe de travail qui s'est monté entre les agents de la direction des archives et ceux de la direction des actions sociales, pour voir comment, qui, à quel rythme... bâtir un petit questionnaire de satisfaction de la part des populations. Cela est en place depuis une petite année. Et sur les anciens bâtiments qui accueillent des populations massivement, ces expos... alors toutes thématiques confondues... sont installées pour que le public, qui vient certes dans un service social, puisse aussi mieux s'approprier le fait qu'il vient au conseil général, que les archives départementales, c'est le conseil général aussi, etc. On n'a pas encore de réels retours puisque c'est trop nouveau pour que le conseil de suivi d'évaluation ait déjà pu rendre un retour probant sur cette nouvelle façon de travailler ensemble »* (Direction action sociale CG) ;
- cibler des publics et, généralement, les « publics empêchés » : *« La commande passée à cette direction et donc à ma direction qui est rattachée à celle-ci, c'était d'élargir les publics, et plus particulièrement de travailler en direction des publics empêchés au sens le plus large »* (Directeur AD).

Dans tous ces cas, les services d'archives incarnent la politique culturelle de leur collectivité (certains sont même considérés comme « la vitrine culturelle du CG ») et inversement, la collectivité est moteur de la politique de valorisation des services.

Certains directeurs se sentent soutenus par une collectivité solide et active mais déplorent la politique culturelle et patrimoniale menée. Leurs demandes sont entendues et les financements sont présents (par exemple, le budget nécessaire à la construction d'un nouveau bâtiment est alloué) : *« C'est quand même pas mal du tout en termes d'environnement ; sachant que je n'ai pas encore été touché par la morosité du budget coupé. Sachant que le*

soutien de l'élu est réel ; il peut même être très fort y compris vis-à-vis des autres élus, ce qui est le cas notamment aux archives par rapport au projet du nouveau bâtiment » (Directeur AD). Mais les acteurs du patrimoine regrettent le manque de pertinence de la politique qui anime globalement leur champ professionnel : *« On n'a pas de politique en direction du patrimoine qui soit construite, qui soit pensée, et qui soit intelligente, on va dire. (...) Ces décisions ne sont pas prises parce que, au lieu d'être des décisions stratégiques portées par des techniciens, on se retrouve avec une décision politique qui est toujours, quelque part, à ménager la chèvre et le chou pour ne pas couper les subventions des associations »* (Directeur AD).

Sur d'autres territoires, *« il y a une relative absence de politique culturelle départementale au niveau de la collectivité dont dépendent les archives départementales »* (Directeur AD). Les services dans ce cas souffrent d'un manque de reconnaissance et se sentent souvent délaissés. Le service des archives est une direction plutôt parallèle qu'intégrée à l'ensemble des directions composant la collectivité. Loin de pouvoir mener des actions de valorisation, les services dans ce cas doivent avant tout sensibiliser leur hiérarchie administrative à la collecte et à la conservation des archives : *« Une des difficultés, c'est aussi ... dans la collectivité, le manque de reconnaissance des archives... donc là, c'est la question du rattachement du service des archives départementales à la direction générale adjointe »* (Directeur AD).

Le service des archives agit dès lors de manière « parallèle » aux autres. Il n'est pas entendu comme un service actif au sein d'une politique culturelle mais simplement comme celui qui reçoit les archives administratives de la collectivité : *« L'aspect patrimonial... on n'a pas de politique d'archives à ce niveau-là. Le service est vraiment considéré comme un service logistique... pour les directions. C'est-à-dire que je gère du stockage. Je fais du stockage »* (Directeur AD).

Ainsi, le contexte politique territorial stimule ou freine la politique des publics des services d'archives. Sur les territoires où la politique culturelle est dynamique, les services d'archives sont reconnus comme acteur, souvent central, de cette politique ; leurs actions incarnent l'action publique de la collectivité. Et *a contrario*, l'absence de volonté politique globale en matière culturelle sur le territoire semble aller de paire avec l'absence de reconnaissance du potentiel politique, patrimonial et social du service.

B. LES LOCAUX ET LEURS CONDITIONS D'ACCUEIL

Le service est plus ou moins accessible physiquement en fonction des commodités offertes par son emplacement (en centre-ville ou en périphérie, atteignable à pied ou en transport en commun, à proximité d'une gare) et des services qu'il met à disposition du public (parking, accès handicapé). Certains bâtiments ne sont pas adaptés à l'accueil des personnes handicapées alors que d'autres mènent déjà des actions auprès de ces publics. Quant aux horaires d'ouverture, certains services, en vue de s'adapter aux besoins des publics, ont fait le choix de rester ouvert tout au long de la journée (alors que d'autres ferment entre 12 et 14 heures) ; quelques-uns proposent également une ouverture nocturne et le samedi matin. S'ils sont de plus en plus nombreux à proposer cette ouverture continue durant la journée, ce qui est notamment utile aux personnes qui viennent de loin pour consulter les fonds, notons qu'aucun service ne propose une offre de restauration interne. Dès lors se pose la question du déjeuner pour les usagers, d'autant plus que les services ne sont pas tous situés à proximité d'un lieu de restauration (en particulier les bâtiments neufs souvent éloignés du centre-ville). Afin de répondre à cette nouvelle attente, un espace muni de tables et de fauteuils est mis à disposition des visiteurs. Ils sont invités à s'y installer pour consommer le pique-nique qu'ils auraient apporté. Des machines à café sont également présentes dans certains cas. Mais aucun

service ne propose une offre de restauration. Cette attente a d'ailleurs été révélée lors d'entretiens informels menés auprès de généalogistes usagers des salles de lecture.

L'état des locaux abritant les services révèle également une disparité très forte. En effet, la vétusté des uns fait face à la nouveauté des autres. Parmi les premiers, certains sont défraîchis mais bénéficient d'une salle de lecture suffisante et d'une salle dédiée aux actions de valorisation (expositions, conférences, ateliers, etc.). D'autres cumulent de mauvaises conditions pour, d'une part, conserver les fonds (manque d'espace, problème d'humidité) et, d'autre part, accueillir les publics (manque d'espace pour mener des actions de valorisation, image du lieu défraîchie) : *« Ici vous êtes dans un bâtiment qui date en partie des années 65, qui a été étendu dans les années 89, qui est plein, qui est saturé, qui pose des problèmes de conservation énormes, qui pose des problèmes d'accueil du public, qui commence vraiment à être difficile à gérer. (...) Nous n'avons pas de quoi mettre de grandes tables à disposition. Nous avons à peine des ordinateurs pour consulter nos instruments de recherche en ligne. C'est extrêmement tassé. Et les jours où il y a beaucoup de monde, comme c'était le cas aujourd'hui, la chaleur monte très vite dans une salle qui n'est pas bien ventilée. Les gens ont du mal à bouger dans des espaces qui sont vraiment confinés. Bref, le confort du lecteur est quand même très faible »* (Directeur AD). Pour eux, l'urgence de construire un nouveau bâtiment (ou de faire des travaux conséquents) est donc double. Elle a d'ailleurs été entendue par certaines collectivités qui sont déjà engagées dans cette démarche. De nouveaux bâtiments vont voir le jour ces prochaines années.

La seconde catégorie regroupe des services qui bénéficient au contraire d'un bâti neuf. Au-delà de l'intérêt architectural dont ces derniers sont pourvus et qui amène d'ailleurs les curieux et intéressés à s'y déplacer, les nouveaux bâtiments offrent des capacités d'accueil adéquates pour mener des actions de valorisation auprès de différents publics. Prévus dès la conception du projet architectural, des espaces dédiés aux différentes actions de valorisation sont présents : salle d'exposition, auditorium ou salle de conférences, espaces ateliers (pour enfants et/ou adultes). Certains directeurs ont fait le choix d'opter pour des espaces modulables permettant de s'adapter à différentes situations.

Notons également que les qualités de l'espace consacré aux nouvelles salles de lecture amènent certaines personnes qui ne font aucun usage des archives à venir y lire ou y travailler. Nommés « les séjournateurs » par les archivistes, ils sont considérés, dans les cas rencontrés, comme les bienvenus dans une salle de lecture souvent sous-exploitée : *« Nous, on a maintenant un public qui est assez surprenant ; des lycéens qui viennent bûcher leurs cours dans notre salle. Ils ne consultent pas mais ... après tout pourquoi pas. Elle est calme. Ils s'y trouvent bien. Et donc ils viennent nous demander : est-ce que l'on peut ? Alors je leur demande de remplir la carte de lecteur s'ils veulent consulter un ouvrage, ils peuvent de toute manière ; mais en fait ils viennent là pour bûcher leurs cours parce que c'est calme, et que c'est agréable. La salle de lecture est très très agréable. Et c'est assez amusant parce que c'est un public que l'on n'avait pas... et qui est intéressant parce que, après tout, ça peut après... on fait un peu office de bibliothèque, si vous voulez »* (Directeur AD).

Les qualités architecturales des lieux amènent donc les curieux, les amateurs d'architecture et les travailleurs à la recherche de calme à fréquenter les services d'archives.

Pour autant, le frein de ne pas avoir d'espace de valorisation peut être exceptionnellement levé en utilisant la salle de lecture comme lieu d'action de valorisation ou, inversement, des salles d'exposition disponibles peuvent rester inutilisées durant plus de vingt ans : *« Il y a la salle d'expo, vous avez pu l'apercevoir, qui est la grande salle... qui n'est pas utilisée pour le public, mais qui pourrait l'être... qui l'est pour des cours de paléo par exemple, qui l'est pour des réunions de service. On la prête au conseil général aussi. Mais les lecteurs n'ont pas accès, puisque forcément il n'y a rien à présenter »* (Directeur AD). Avoir ou non une salle d'exposition ne détermine pas tout. D'ailleurs, certains ont même été motivés par ce frein

pour innover. L'action Monumérique-archimérique en est un exemple : *« Pour accueillir une classe ou même un groupe quel qu'il soit, c'est compliqué. Donc cette contrainte, on a essayé de la retourner et d'en faire un avantage, et surtout de nous orienter vers des formes d'orientation pédagogique innovantes qui intègrent le numérique, pas le site Internet, mais le numérique. Voilà. Donc on a été pionniers, pilotes en fait d'un dispositif régional qui s'appelle les ateliers Monumérique-Archimérique. Donc on n'a pas un service éducatif, je le précise, ça a été dit, on n'a pas d'enseignant, on n'a rien. Et quand je suis arrivée ici il n'y avait rien ; il n'y avait jamais eu une classe qui était venue aux archives »* (Directeur AM).

Remarquons par ailleurs que certains services d'archives bénéficient de la mise à disposition, par leur collectivité, d'une annexe pour présenter des expositions en centre-ville. Pour ceux qui ne bénéficient pas d'un emplacement favorable à la fréquentation de publics variés (locaux situés dans les zones administratives ou périphériques), exposer en centre-ville peut aider à palier ce frein, et pour tous, cela permet d'élargir les publics qualitativement et quantitativement : *« On essaie aussi d'être présent enfin d'avoir un pied dans le centre et pour cela on organise des expositions que l'on présente à la vitrine du conseil général. C'est une sorte de galerie d'exposition, qui renouvelle tous les mois ces présentations. Donc là on en a une, actuellement sur les trésors des abbayes dans [le département]. Et c'est vrai que cela permet de démultiplier notre fréquentation, parce que sinon... elle est assez réduite. On est à quelques centaines de personnes, alors qu'à la vitrine du conseil général, tout de suite... on en a plusieurs milliers »* (Directeur AD).

C. LES MOYENS HUMAINS

1. L'organisation du service

L'organisation du service est fonction de la volonté de son directeur mais également des moyens que lui attribue sa collectivité et des mises à disposition de professeurs détachés par l'Inspection académique. En fonction donc de sa volonté et de ses moyens, le directeur va organiser son service en laissant une place plus ou moins grande aux actions culturelles et éducatives : *« Depuis la réorganisation de notre service en 2009, on avait donc créé un pôle dédié au public et à l'action culturelle, dont elle est responsable depuis trois ans maintenant... et voilà, c'était vraiment un souhait de ma part ... de pouvoir déjà aussi uniformiser un peu ... en interne, le fonctionnement de notre salle de lecture, l'accueil du public. Et puis coordonner l'action culturelle, pour en faire vraiment une vitrine aussi de notre service »* (Directeur AD).

Certains ont un service éducatif réduit à la présence d'un professeur détaché deux heures par semaine qui travaille sans ordinateur alors que d'autres bénéficient de plusieurs enseignants détachés et emploient plusieurs professionnels pour mener les actions de valorisation. Certains ont fait le choix de fusionner le service éducatif et culturel en un « service des publics » ou un « pôle public ». Certains ont même, en plus, un « service des ressources » qui va être en charge de toutes les actions menées auprès des publics numériques : *« Il y a un service des publics qui s'occupe des archives communales, de tout ce que l'on a dit sur les territoires : les archives communales, l'accueil des enfants, les expos et la salle de lecture... C'est l'accueil vraiment physique si vous voulez. Et on a l'accueil numérique. Mais il y en a un qui s'appelle le service des publics, et l'autre le service ressources »* (Directeur AD). Enfin, donnons également l'exemple d'un service qui a créé un poste spécifique pour l'accueil du public qui recherche un document dans un but administratif. Ainsi, l'organisation de chaque service est spécifique et le nombre de professionnels impliqués dans les actions de valorisation varie énormément d'un service à l'autre.

2. Effectifs et compétences

Le nombre d'agents diffère d'un service à l'autre, ce qui logiquement entraîne des moyens d'action différents. Le niveau de qualification (catégories A, B ou C) des agents constituant l'équipe et, subséquemment, les compétences mobilisables par la direction sont elles aussi variées : *« On a une petite équipe qui n'est pas très qualifiée. Les progrès en qualification que l'on pourrait faire, et en nombre éventuellement, en nombre d'agents, et pas seulement en nombre d'agents... je veux dire en nombre d'agents qualifiés, ça nous rendrait plus capables d'être opérationnels, d'avoir la réserve de l'initiative, etc. »* (Directeur AD). Certains sentent clairement un manque de compétences dans leur service : *« il y a beaucoup de choses que je fais et que je ne devrais pas faire, sur une structure où les cadres ... seraient montés en compétence »* (Directeur AD).

Plus spécifiquement, ce sont les compétences liées aux nouvelles technologies qui semblent faire défaut : *« je pense qu'il y a à la fois un problème désormais générationnel en partie, mais surtout un problème de compétences »* (Directeur AD). Les nouveaux recrutements visés et espérés concernent *« des gens qui soient à la fois archivistes et informaticiens ; la double compétence, c'est ce que l'on recherche »* (Directeur AD). Les nouvelles technologies n'ont pas encore investi les *habitus* de tous les professionnels.

Les sites Internet ont permis de remettre en activité, de diversifier et de moderniser l'approche traditionnelle de la publication et de l'édition des textes dans les services d'archives. Portails, instruments de recherche, etc., ouvrent le e-chercheur à des thésaurus, des répertoires ou des bibliographies. Mais tous les archivistes ne sont pas encore prêts à utiliser ces outils : *« Je butte sur quelque chose qui est extrêmement frustrant, c'est que en salle de lecture mes propres agents ne se servent pas du moteur de recherche en ligne. Notre site Internet est actuellement infiniment plus puissant pour chercher dans nos archives que des classeurs avec les instruments papier, mais mes agents continuent à utiliser les classeurs »* (Directeur AD).

Ce changement de pratique, et les nouvelles compétences qu'il nécessite, est un frein conséquent pour certains archivistes. C'est d'ailleurs souvent en fonction des compétences présentes dans les services que l'offre numérique s'est développée. D'où, encore une fois, la diversité des situations rencontrées. Certains n'en sont encore qu'à la mise en ligne d'une première vague de numérisation grâce à la création récente de leur site Internet alors que d'autres, dans une sorte de deuxième révolution numérique, mobilisent des outils d'interaction du Web 2.0.

III. DE L'UTILITE DE CONSTRUIRE UNE POLITIQUE DE VALORISATION : LE MOTEUR D'UNE DYNAMIQUE VERTUEUSE

Après les positionnements et les conditions d'exercice concernant les politiques de valorisation des services d'archives, analysons à présent les effets des actions de valorisation. Quels sont les effets de ces actions à l'échelle du territoire ? Qu'engendrent-elles sur les partenariats ? Et quels sont leurs impacts sur la composition des publics des services d'archives ? De plus, les actions de valorisation ont-elles un effet sur le fonctionnement du service ?

A. LES EFFETS DE LA VALORISATION SUR LE TERRITOIRE ET LES PARTENAIRES

Comme nous l'avons décrit dans le premier chapitre de cette synthèse, les actions de valorisation s'appuient largement sur une démarche partenariale. Par le biais de ces collaborations qui vont du prêt de document à la co-construction de projets de grande envergure, les services d'archives déplacent les cadres de référence des archives et s'inscrivent différemment sur leur territoire et dans le réseau d'acteur qui l'anime.

Plus précisément, en menant des actions de valorisation, les archives investissent de nouveaux champs et de nouveaux lieux. En changeant leur offre, elles changent leur image aux yeux des publics et des partenaires, tendent à ne plus véhiculer les mêmes représentations sociales et bénéficient également d'une plus forte visibilité et d'une meilleure réputation.

1. Un changement d'image : déplacer les cadres de référence des archives et toucher un nouveau public

L'image des archives évolue positivement dès lors que les documents sont amenés hors de leurs murs, hors du temps ancien et lointain (de fait, élaborer des actions de valorisation permet d'inscrire les archives dans le présent, le temps de son utilisation), hors de leurs références classiques que sont l'histoire et la généalogie.

Nombreux sont les partenaires évoquant ce changement de regard en se référant à leurs propres représentations : « *D'habitude ce sont des choses qui ne s'exposent pas. Elles paraissent fermées, enfermées ; c'est l'idée que j'avais avant de connaître quelqu'un comme ce directeur* » (Professeur scénographe) ; ou à celles de leurs propres publics : « *Les archives nous ont accueillis à bras ouverts dans des salles pas forcément connues du public, et avec beaucoup de précautions. Donc cela a permis d'avoir un regard différent des archives* » (CDDP).

L'accession (à un nouveau type de public, de partenaire et/ou de domaine) prouve l'ouverture d'esprit du directeur et de son service et s'oppose aux précédentes représentations : « *L'équipe des archives départementales (...) est particulièrement accueillante, ouverte. Que des qualificatifs positifs, parce qu'ils sont attachés à cette vie, à l'idée même de participer à des formes pédagogiques pour les étudiants en art. Voilà. Donc c'est aussi de la compréhension. C'est aussi... humaniser les archives. Au début, ça lui paraissait un peu drôle de voir ces jeunes filles qui arrivaient un peu bizarres, avec des cheveux de toutes les couleurs... mais qui étaient capables aussi de parler avec un menuisier, voire de prendre une scie sauteuse, et de construire avec lui. Qu'elles étaient capables de penser des choses. Et ça, c'est intéressant sur le plan de la relation, sur le plan de l'insertion sociale, sur le plan d'un tas de trucs* » (Professeur scénographe).

Investir de nouveaux domaines permet inmanquablement aux archives d'accéder à de nouveaux publics (« *ces étudiants viennent aux expositions des archives maintenant* » Professeur scénographe) et également de nouveaux partenaires : « *C'est plutôt la bande dessinée qui m'a amené aux archives départementales. Pour être franc, c'était la première fois que j'étais allé aux archives départementales* » (Responsable d'une association spécialisée dans la bande dessinée). En effet, comme nous l'avons signalé plus haut, les archives pâtaient non seulement d'une image peu attractive mais également d'une très faible visibilité. Nombreuses donc sont les personnes qui découvrent l'existence même des services d'archives grâce aux actions de valorisation :

- o « *Les gens ressortent en disant : je ne connaissais pas. C'est tout près. Je ne savais pas qu'il y avait ça. Je ne savais pas qu'il y avait ça ici. Donc c'est toujours intéressant. C'est vrai que les gens sont ressortis et ils ont appris quelque chose* » (CDDP).
- o « *C'est-à-dire que d'un seul coup ils comprennent pourquoi il y a des archives. Qu'est-ce que l'on fait avec des archives ? Parce que très souvent l'équipe a un "brief" [discours de présentation succinct] ... où il explique la politique qui s'est engagée dans cette dimension de travail* » (Professeur scénographe).

2. L'effet du bouche-à-oreille : un palliatif à l'inexpérience, déclencheur de collaboration et de fréquentation

Si notre étude ne nous permet pas d'évaluer l'impact des différents outils de communication (affiches, brochures, dépliants, prospectus, newsletters, sites Web, médias) sur les publics et les partenariats, les données recueillies nous révèlent en revanche le rôle joué par le bouche-à-oreille sur la fréquentation et les partenariats.

Le bouche-à-oreille apparaît comme étant un outil efficace dans la décision de profiter de l'offre proposée par les services d'archives et dans celle d'élaborer un projet partenarial avec l'un d'eux. Ainsi, du côté des publics comme du côté des partenaires, les recommandations d'un tiers apparaissent comme une source d'information incitative.

Nombreux sont les travaux sociologiques qui se sont intéressés depuis longtemps à ce phénomène⁸, appliqués aux services culturels, ou plus précisément au livre ou encore au cinéma⁹. Il n'est donc pas étonnant de voir les services d'archives également touchés par celui-ci à partir du moment où ils sont ouverts aux publics.

Donnons à présent quelques exemples précis. Du côté des publics, notons le retour d'enfants au sein d'un service initialement découvert dans le cadre scolaire. À la suite d'un atelier sûrement apprécié, l'enfant incite et convainc sa famille de venir visiter le service durant les journées du patrimoine (N.B. : n'ayant pas interviewé directement les publics, notre illustration se fonde sur les propos recueillis auprès des professionnels rencontrés). Du côté des professeurs, il semble également que le bouche-à-oreille soit l'élément moteur dans la prise de décision menant à solliciter le service pour y mener des activités avec des élèves. Les brochures et autres supports d'information sont, d'après les responsables des services éducatifs, moins efficaces que la recommandation enthousiaste formulée par un collègue : « *Ils ont l'information... Ils lisent ou ils ne lisent pas. Je pense que c'est surtout le bouche-à-oreille qui fonctionne* » (Responsable service éducatif AD).

Pour ces deux catégories d'acteurs, l'investissement en temps étant conséquent pour visiter une exposition ou faire suivre un atelier à des élèves (organisation de la visite, déplacement – souvent coûteux de surcroît – et pour l'enseignant, la préparation de l'atelier),

⁸ Lazarsfeld, Berelson, Gaudet, 1948.

⁹ Cooper-Martin, 1992.

la prise de risque liée à l'échec est grande (ennui, manque d'intérêt, etc.). Contrairement à une brochure présentant l'offre, la parole de l'expérimenté apparaît comme un gage de bon investissement et de potentielle réussite. Dans le bouche-à-oreille, la confiance qu'inspire l'émetteur du discours peut rencontrer ou faire naître les motivations du récepteur.

C'est également ce qui se passe du côté des partenaires qui peuvent parler positivement, au sein de leur réseau de connaissances, du service avec lequel ils collaborent et susciter des idées et des envies de partenariats chez leurs interlocuteurs : *« Jusqu'à présent on les avait approchés sans qu'ils daignent répondre. Même diffusion de l'info, rien, silence radio. Et là, c'est eux qui sont venus vers nous. Mais qui sont venus vers nous parce que le responsable des expositions a discuté avec le scénariste qui a dit : "j'ai fait un rendez-vous bande dessinée histoire aux archives départementales, c'était génial." Voilà. Donc ils se sont vus à la librairie ou dans un café, je n'en sais rien, mais suite à cela je reçois un mail. Vous voyez. Donc ça fonctionne un peu comme ça »* (Directeur AD).

Tester une nouvelle action auprès des publics existants et laisser parler les « cobayes » convaincus apparaît comme une pratique efficace pour amener des publics sur de nouveaux ateliers : *« Alors qu'au départ, quand on l'a mis en place, ce sont des classes qui étaient venues faire un atelier sur l'histoire de l'écriture, avec le professeur relais de l'époque. La personne qui animait l'atelier de calligraphie (...) a proposé aux enseignants un atelier test sur la calligraphie. Et donc ça a marché comme ça. Les enseignants... ont fait le test et étaient très enthousiastes. Donc ils sont revenus l'année suivante, quand on a mis en place concrètement l'atelier. Et puis le bouche-à-oreille a fonctionné un peu comme ça »* (Responsable service éducatif AD).

Si le bouche-à-oreille joue dans les prises de décision (s'engager dans une visite, un partenariat, un atelier), c'est parce qu'il atténue le sentiment de prise de risques (déception, ennui), qu'il pallie la méfiance en partie liée à l'inexpérience du novice et à son image des archives.

3. L'effet « boule de neige » sur les partenariats : élargissement des réseaux et des champs d'action

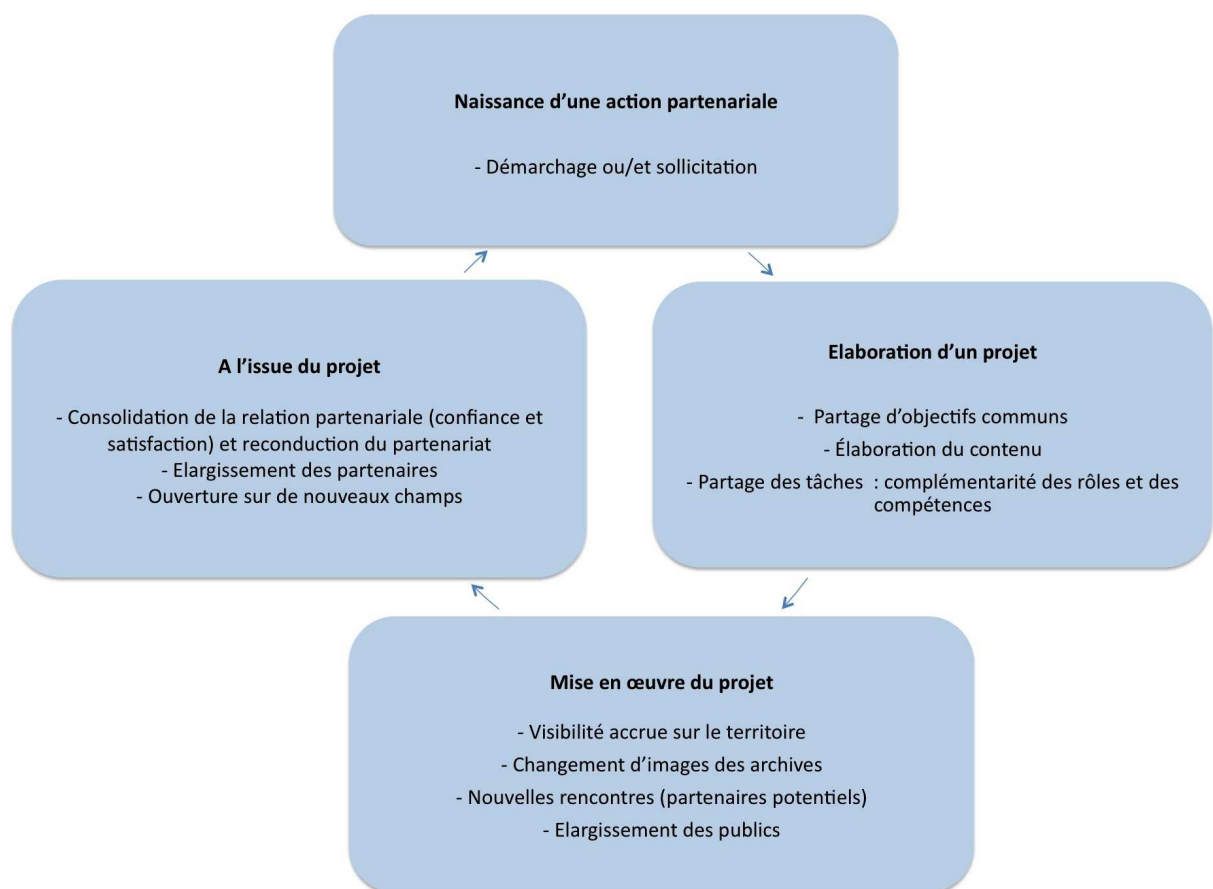
En élargissant leurs domaines d'action *via* des collaborations, les archives agrandissent subséquemment leur réseau de partenaires. De plus, un partenariat amène à s'inscrire dans un nouveau maillage d'interconnaissances. En effet, l'élaboration d'une action partenariale permet d'accéder au réseau de relations du partenaire en question. Dès lors, le réseau d'interconnaissances du service qui mène des actions de valorisation ne fait que s'amplifier. Au fil du temps, les liens entre des acteurs de plus en plus nombreux se tissent, le réseau de partenaires grandit en conséquence et les potentialités de mener des projets partenariaux ne font que s'accroître. C'est en ce sens que nous pouvons parler d'un effet « boule de neige » : *« Donc, ensuite, on créait quelque chose qui peut interpeller, qui peut donner envie. Donner l'envie à un acteur culturel quel qu'il soit, éventuellement un auteur de bande dessinée aussi, un organisateur de festival... enfin on est sur pas mal de propositions comme ça qui peuvent voir le jour »* (Directeur AD).

Notons cependant qu'il ne s'agit pas simplement d'agir pour conquérir ce réseau, mais bien de proposer une offre dont la qualité est reconnue, et de mener un partenariat qui satisfasse les deux parties. C'est une fois que cette valeur est attribuée à l'offre que celle-ci gagne en succès et engendre des effets notables tels que la reconduction de projets :

- *« Moi, c'est ce que j'appelle la contagion du succès... Et aujourd'hui les partenaires qui ont travaillé ou les collègues qui ont travaillé avec les archives sont contents, et souvent reviennent »* (CG Direction Jeunesse et Sport).

- « Suite à ce que l'on avait fait avec eux sur la semaine de la presse, ils avaient été vraiment enthousiasmés des reportages que l'on avait faits sur eux. Et donc nous, on leur avait demandé s'ils voulaient bien faire partie de notre jury, et de faire partie de notre manifestation, et d'exister comme partenaire dans cette opération. (...) Pour nous, c'est un lieu culturel et puis un de nos partenaires privilégiés » (CDDP).
- « Ça se passe très bien. Ma collaboration se passe bien déjà. Donc c'est plus facile après de recontacter les gens quand tout se passe bien. (...) Donc oui, j'espère qu'il y aura d'autres projets... une suite à cette expo » (Responsable d'une association spécialisée dans la bande dessinée).

La réputation et la visibilité du service se font plus grandes sur le territoire, et ses compétences, reconnues et auréolées de confiance, se voient solliciter par de nouveaux partenaires. C'est ainsi que de nouvelles perspectives s'ouvrent, que d'autres champs d'action se voient mobilisés et des projets inédits voient le jour : « Dans la liste des monuments publics construits à cette époque [dans la ville], il y a comme souvent le groupe scolaire garçons-filles... on en est vraiment simplement... à poser l'hypothèse qui vient d'être validée par les élus de faire une expo sur la thématique, mais c'est vrai que j'avais repéré qu'il y avait une action culturelle des archives départementales autour de l'école sous la Troisième République, et je m'étais dit que cela pourrait être intéressant à cette occasion-là de... créer des liens plus étroits avec eux. Je sais qu'ils ont un atelier qui a l'air tout à fait intéressant en direction des publics scolaires » (Responsable Ville et pays d'art).



Effet « boule de neige » : des partenariats de plus en plus nombreux et des champs d'action de plus en plus variés.

La diversité des actions menées et celle des champs investis conduisent les services d'archives à changer leur image, à conquérir de nouveaux territoires et à élargir leur réseau de partenaires ainsi que leurs publics. C'est la place du service au sein de son réseau social qui évolue *via* ces actions. Par ailleurs, cette évolution est dynamique car renforcée par le bouche-à-oreille avec un effet « boule de neige », ce qui la rend aussi positive que prometteuse.

B. VERS UNE NOUVELLE SEGMENTATION DES PUBLICS DES ARCHIVES : LA NECESSAIRE PRISE EN COMPTE DES « NOUVEAUX PUBLICS »

L'étude portait sur la politique menée en direction des publics. La question était de savoir quels publics étaient actuellement touchés par les actions de valorisation menées par les services d'archives (et quelles étaient ces actions).

Comme nous venons de le décrire, les actions de valorisation amènent les services d'archives à développer leur offre et à s'inscrire dans un réseau social plus large grâce à la mise en place de partenariats, à l'interface numérique et à l'élargissement des champs investis et des cadres de référence dans lesquels ils progressent. Dès lors, les publics touchés par les services d'archives se voient également transformés. Plus précisément, quels sont les impacts des différentes offres sur les publics et quels sont les publics des archives ?

1. L'élargissement des publics grâce à une offre diversifiée

L'offre des services d'archives se compose d'une palette variée de modalités (site Internet, publications, expositions, partenariats) qui ne cesse d'engendrer l'accroissement quantitatif des publics, mais également, semblerait-il, leur élargissement qualitatif.

La fréquentation des sites Internet est en permanente augmentation, du moins dans les services d'archives que nous avons observés. Si tous les services n'ont pas les mêmes outils pour connaître le profil des internautes ou les quantifier (pour ce faire, ils souhaiteraient d'ailleurs que le SIAF mette à disposition un outil commun), tous constatent un élargissement quantitatif de leur public grâce à leur site Web : *« aujourd'hui on est partis pour plus de 1 500 000 connexions. C'est vraiment très considérable. Si on continue comme ça on va être à 1 600 000 connexions pour l'année. Depuis que on l'a reparamétré justement... j'ai demandé que l'on me refasse la comparaison. Vous voyez on est à 127 % d'augmentation par rapport à l'année dernière »* (Directeur AD). Cependant, les rapports annuels nous permettent de constater que certains services voient leurs chiffres stagner ou même diminuer. Quelles en sont les raisons ? Au regard des données recueillies dans le cadre de notre étude, nous ne pouvons formuler que des hypothèses. La diminution correspond-elle à une meilleure indexation qui permettrait aux internautes de ne plus errer parmi les documents mais d'accéder directement au document recherché ? La fréquentation des sites connaît-elle un effet de seuil après une phase de découverte massive due à la nouveauté ? Les services d'archives sont-ils concurrencés par d'autres sites qui répondraient mieux aux attentes des publics et des généalogistes plus particulièrement ? C'est seulement en allant interroger les internautes que nous pourrions infirmer ou confirmer ces différentes hypothèses.

Tournons-nous à présent vers les expositions. Le succès rencontré par des expositions mobilisant des thématiques sortant les archives de leur cadre purement scientifique et historique a confirmé l'intérêt de cette utilisation pour élargir qualitativement et quantitativement les publics :

- *« C'est une des premières expositions que l'on a faites, sur les rugbys dans le département. Ça, ils ne nous attendaient pas sur le sujet ; d'abord des femmes, c'est ce que m'a dit le président de la commission culture à ce moment-là, des*

femmes des archives qui veulent faire une expo sur les rugbys ! On a collecté énormément de photos auprès des associations. On a mis... des maillots et tout ça. Et après, cette expo, ils se la sont beaucoup appropriée dans les communes, parce qu'ils avaient tous une équipe locale. (...) Et à l'inauguration on n'a jamais eu autant d'élus. On les a eus tous, de l'opposition et de la [majorité]... donc je crois qu'il ne me reste plus qu'à faire la chasse !! » (Directeur AD).

- o *« Ça a bien marché parce que sur trois jours d'ouverture par semaine, à L., l'exposition a quand même attiré 1 700 personnes... Ce n'est pas les grands musées... mais c'est quand même bien pour une exposition des archives. On a rarement autant de monde... sur un lieu d'exposition. Voilà : 1 700 personnes, c'est vraiment des locaux, des habitants, des anciens ouvriers, des gens... dont le grand-père, le grand-oncle avait travaillé à la coopérative ou dans le granit. Donc ils sont venus voir. Ils venaient souvent voir les photos pour essayer de trouver quelqu'un qu'ils connaissaient. Alors ils ne lisaient pas forcément tous les textes mais... voilà, c'était une autre approche. Et donc on va voir maintenant que l'exposition est montée ici aux archives... On va voir ce que cela draine comme public. Quel public va venir ici ? À mon avis, ce sera très différent mais... » (Responsable actions éducatives et culturelles AD).*

L'itinérance des expositions et l'usage de sites relais accroissent inmanquablement les publics également puisqu'ils permettent aux archives d'accéder aux publics du partenaire : pratiquants d'établissements culturels et patrimoniaux (bibliothèques, médiathèques, musées, monuments historiques), festivaliers (BD, marionnettes), scolaires (établissements scolaires, CDDP, CRDP), touristes (office du tourisme, parcs naturels, ville d'art et d'histoire), étudiants (universités d'histoire, école des beaux-arts, d'architecture, du paysage), retraités, prisonniers...

Toutes les actions hors les murs permettent d'accéder aux publics qui, dans un premier temps, *« ne se rendront jamais aux archives »*. C'est également ce qui amène les partenaires qui connaissent bien leur public à solliciter les services d'archives pour mener ce type d'action : *« On a une idée d'expo mais j'ai donc déjà abordé le sujet avec des collègues des archives départementales (...) manifestement ce qui bloque beaucoup les anciens... c'est de se déplacer, ça, c'est évident. Donc, dans ma tête, ce serait plutôt... voir s'il serait possible que l'atelier des archives départementales soit délocalisé ici, le temps d'une petite exposition sur l'architecture publique de la troisième République ; parce que voilà, manifestement ils n'iront pas aux archives départementales ; ça, c'est clair »* (Ville d'art et d'histoire).

Aujourd'hui les archivistes souhaitent mieux connaître ces nouveaux publics qui découvrent les archives et les éventuels impacts en matière de fréquentation sur l'ensemble de la palette d'action qui leur sont proposées. Essayons à présent de catégoriser les publics des archives dans la perspective de mieux les connaître et les comprendre.

2. Segmentation(s) des publics des services d'archives

Jusqu'à présent, les études des publics des services d'archives se sont essentiellement centrées sur le public des salles de lecture. Dans les rapports annuels qui visent à les quantifier, ce public est segmenté en cinq catégories distinctes :

- les généalogistes
- les scientifiques
- les personnels des services versants
- les usagers effectuant des recherches à caractère administratif ou juridique

- les autres.

Cependant, s'ils n'ont fait l'objet d'aucune étude à ce jour, les personnes qui bénéficient des activités éducatives et culturelles sont également quantifiées dans les rapports annuels. Au sein de cette catégorie de public sont différenciés :

- les scolaires
- les visiteurs d'expositions
- les « autres publics ayant bénéficié de l'offre éducative, culturelle et scientifique du service ».

Dans le discours des archivistes entendus dans le cadre de cette étude, les publics des archives apparaissent souvent opposés deux à deux :

- « *les historiens* » et « *les non-historiens* » ;
- « *les publics spécialisés* » et « *le grand public* » ;
- « *les professionnels* » et « *les amateurs* » ;
- « *les initiés* » et « *les novices* » ;
- « *les vrais publics* » et... les faux ? les autres ?

Ces oppositions relèvent donc de critères de compétence (initiés et novices) ou sont fonction du cadre de la pratique (loisir ou activité professionnelle).

L'analyse des politiques des publics et des actions de valorisation menées nous amène pour notre part à opposer ceux qui utilisent les fonds, *les usagers directs* (ou usagers primaires), et ceux qui accèdent aux archives sans passer le seuil de la salle de lecture, ni le stade de la recherche, *les usagers indirects*. L'action de valorisation, incarnée par les acteurs qui la composent et la mènent, est alors le médiateur entre les fonds et les publics, d'où le terme d'*usagers indirects* (ou usagers secondaires). Ces deux catégories de publics peuvent faire également l'objet de quelques précisions et d'une segmentation plus fine.

a. *Les usagers directs*

Parmi les usagers directs, outre les publics traditionnels (les historiens et les généalogistes), notons en premier lieu l'accroissement quantitatif du profil représentant les personnes à la recherche d'une preuve pour faire valoir leur droit. D'après les archivistes interrogés, ces personnes sont non seulement plus nombreuses, mais formulent également des demandes de plus en plus complexes. Pour ces administrés, le parcours est généralement long pour arriver à obtenir la preuve qu'ils recherchent. Ils arrivent dans le service d'archives souvent très dépourvus et racontent fréquemment qu'ils viennent d'être envoyés d'un service public à un autre, en étant rarement bien accueillis et jamais satisfaits. Ils se disent en revanche très heureux lorsqu'ils quittent le service d'archives avec le document recherché. Cependant, comme ils ne maîtrisent ni les outils de recherche archivistique, ni les rouages administratifs et juridiques dans lesquels ils errent, ces individus se sentent souvent acculés, démunis et peuvent manifester de la détresse, voire de la violence. L'interaction est donc engageante, voire éprouvante pour les archivistes qui doivent les aider à mener leur recherche et, plus globalement, à régler leur problème. Si les agents de la salle de lecture n'arrivent pas à répondre aux besoins du visiteur, et en particulier si le ton monte entre ces deux personnes, le directeur du service est habituellement la personne sollicitée pour répondre aux attentes et aux besoins du visiteur. Dans certains services, l'organigramme laisse une place spécifique à cette catégorie de public et un archiviste en est alors responsable : le responsable des recherches administratives. Du côté des professionnels, comme du côté des publics, cette organisation apparaît bénéfique.

Précisons également que parmi cette catégorie de public (les usagers directs), sont présents des professionnels qui vont exploiter les archives à d'autres fins que l'histoire et la généalogie : il s'agit par exemple de personnes qui les utilisent à des fins créatives et artistiques tels les scénaristes, les auteurs, les dessinateurs et les accessoiristes.

Ainsi, dans le cadre de notre étude, parmi les usagers de la salle de lecture, nous avons pu distinguer les profils suivants :

- Des historiens et généalogistes parmi lesquels des chercheurs et universitaires, et des amateurs ;
- Des particuliers animés de motivations différentes, puisqu'on retrouve dans ce groupe les personnes désirant établir la preuve d'un droit et les curieux de connaître l'histoire locale, l'histoire de leur rue, de leur maison ;
- Des professionnels de tous ordres : des journalistes, des documentaristes, des urbanistes, des scénaristes, des artistes...

Ces mêmes acteurs peuvent aujourd'hui consulter les fonds disponibles en ligne sur le web ; par conséquent, il apparaît nécessaire d'affiner encore cette catégorisation en ajoutant les internautes. En accédant aux fonds numérisés, ils sont des usagers directs ; mais absents des salles de lecture, il serait plus précis de parler des usagers directs « virtuels ». Par ailleurs, les internautes peuvent également bénéficier de l'offre éducative, culturelle et scientifique proposée sur Internet. Ainsi, cette catégorie d'acteurs compte donc parmi elle des usagers directs et des usagers indirects.

b. *Les usagers indirects*

Pour les usagers indirects, une segmentation peut se faire en fonction de l'offre, donc de l'action dont bénéficie le public. Car si pour les usagers en salle de lecture la nouvelle offre concerne spécifiquement les documents numérisés, les outils de recherche numériques et l'apparition de nouvelles thématiques dans les guides de recherche (l'histoire de ma maison par exemple), elle est aussi variée que multiple pour les usagers indirects et les internautes (qui peuvent relever des deux catégories). Ainsi, la segmentation des usagers secondaires pourrait être la suivante :

- les visiteurs d'expositions *in situ* / hors les murs ;
- les lecteurs des publications ;
- les auditeurs de colloques, de conférences, de lectures ;
- les spectateurs ;
- les festivaliers ;
- les participants à des ateliers (hors scolaires) ;
- les scolaires (de la maternelle à l'université) ;
- les publics numériques (qui utilisent les sites Web des archives et les autres outils multimédias que les services proposent).

Les profils sociodémographiques et socioculturels varient ensuite au sein de chacune des sous-catégories listées précédemment. Peuvent s'y retrouver :

- des femmes, des hommes ;
- des personnes en activité professionnelle, au chômage, au foyer ; des retraités, des étudiants ;
- des cadres, des employés, des ouvriers, des artisans, des commerçants ;
- des personnes de niveau d'étude varié ;
- des habitants, des touristes (locaux, nationaux et étrangers) ;
- des enfants, des jeunes, des adultes, des familles, des personnes âgées ;

- des handicapés visuels, auditifs, moteurs, mentaux ;
- des pratiquants d'autres lieux culturels ;
- des amateurs, des professionnels, des novices ;
- des prisonniers ;
- etc.

Dès lors que, dans les faits, les individus peuvent cumuler diverses pratiques et profiter de plusieurs types d'offre ou au contraire avoir des conduites exclusives, il serait intéressant de mieux connaître leurs accès et leurs profils, ainsi que leur carrière en tant que publics des archives. Qui bénéficie de quelle offre ? Quels sont les multi-pratiquants ? Quelles sont les actions qui font office de passerelles d'une offre à l'autre ? Peut-on voir se dessiner des carrières d'utilisateurs ? Passe-t-on d'utilisateur indirect à utilisateur direct ? Et inversement ? Dans quelles conditions ? Et pourquoi ? Ces réponses pourront être apportées par une étude approfondie des publics des services d'archives. Celle-ci pourrait cibler les publics numériques, les publics en salle de lecture et les publics des actions de valorisation afin d'aller à la rencontre de l'ensemble des personnes constituant les publics des services d'archives.

Les archivistes s'efforcent de rendre accessibles au plus grand nombre les documents qu'ils collectent, classent et conservent et il semblerait que cet objectif soit qualitativement et quantitativement atteint. Si connaître plus précisément ces publics apparaît comme une nécessité aujourd'hui, c'est, entre autre, parce que les utilisateurs indirects sont potentiellement des utilisateurs directs. Envisagée ainsi, la catégorie d'utilisateurs indirects constituerait un gisement d'utilisateurs directs qu'il s'agira d'accueillir dans la salle de lecture, réelle et virtuelle, et d'accompagner dans leur recherche et leur consultation des documents.

Les actions de valorisation, en présentant les archives sous un jour plus abordable, permettraient d'initier un processus potentiellement vertueux et constitué de plusieurs étapes¹⁰ :

- changer l'image des archives,
- faire comprendre le parti qu'on peut en tirer,
- amener un plus large public à utiliser les documents d'archives.

C. LE CERCLE VERTUEUX ENGENDRE PAR LA VALORISATION AU SEIN DES SERVICES : LA COMPLEMENTARITE DES MISSIONS

Nous venons d'analyser les impacts des actions de valorisation menées par les services d'archives sur les territoires, les partenariats et les publics. Qu'en est-il des effets au sein même des services ?

1. Un impact sur la collecte et le classement

Lorsque la collecte d'un fonds est en négociation, proposer des actions de valorisation peut jouer en faveur du service d'archives. Savoir que les fonds seront valorisés peut en effet motiver le donateur. Par exemple, une entreprise qui ferme fera don de ses archives plus volontiers s'il est envisagé que ses fonds donnent lieu à des actions de valorisation. C'est un échange : « *Les archives départementales s'étaient engagées, en échange du don de ces archives privées, à réaliser une exposition sur l'histoire de cette coopérative* » (Responsable actions éducatives culturelles AD).

De même, les actions de valorisation peuvent être un moteur pour éveiller la conscience d'un donateur potentiel qui s'ignorait. Alors qu'un appel à la population pour le don de

¹⁰ L'hypothèse pourra être confirmée ou infirmée à l'issue d'une analyse des carrières d'utilisateurs.

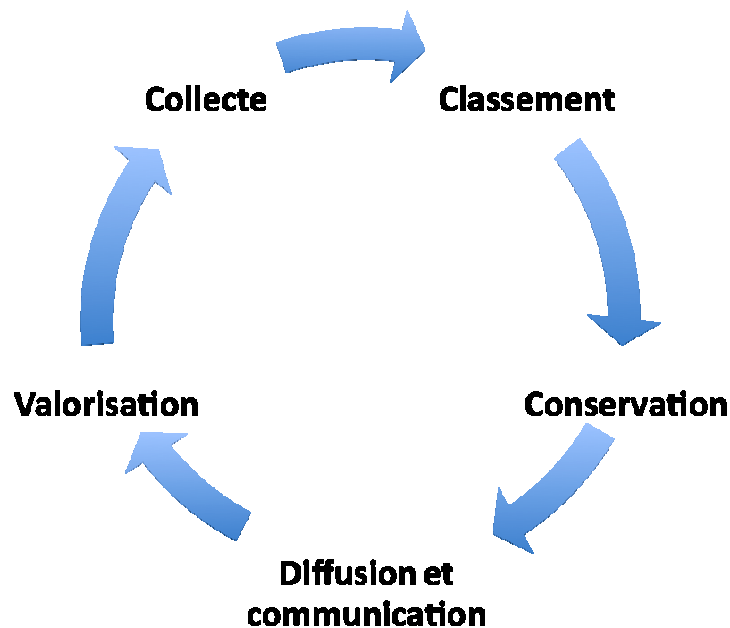
documents n'engendre que peu de retour, une exposition, elle, va rendre plus explicite l'intérêt du document et permettre aux visiteurs de mesurer la valeur de certaines archives qu'ils possèdent : *« Et en même temps, ce qui est intéressant, c'est qu'à chaque fois ça nous permet d'enrichir aussi nos fonds, parce qu'en fait, on fait une exposition sur les réfugiés espagnols dans [le département]... donc on fait un appel à la population dans la presse pour leur demander : est-ce que vous avez des documents concernant... ? Surtout que ça y touche de très près... beaucoup d'immigrés espagnols qui sont arrivés pour beaucoup en 1939. Et généralement les gens ne comprennent pas d'ailleurs ; à ce moment-là on a très peu de réponses. Mais une fois que l'on a fait l'exposition, que l'on a fait le colloque, les gens comprennent que leurs documents familiaux sont tout aussi des documents d'archives, qu'ils ont une valeur et ils nous les prêtent ou ils nous les donnent. J'ai eu énormément de fonds si vous voulez, qui sont entrés après les expositions. Et en même temps ça permet aux gens de comprendre ce qu'est le patrimoine, d'être sensibilisés »* (Directeur AD).

Les actions de valorisation jouent donc de plusieurs manières sur l'acte de don : elles explicitent la valeur d'un document d'archives et sensibilisent à son intérêt ; elles participent à la construction identitaire d'un groupe ou d'un individu et enrichissent en même temps qu'elles portent, dans le présent et vers l'avenir, la mémoire collective de communautés ou d'habitants qui partagent une histoire. Le contre-don permis par la valorisation est garant des motivations du donateur. En fonction de ce dernier, les motivations à éveiller seront particulières et les modalités de valorisation prendront différentes formes : exposition, publication, collecte de témoignages oraux, etc.

Par ailleurs, les communes et les associations qui constatent le travail de classement mené par le service d'archives, puis les valorisations qui peuvent s'en suivre, se voient motivées et souhaitent suivre leur exemple : *« Derrière tout ça il y a la notion d'exemplarité. (...) C'est l'histoire du pré qui est plus vert chez le voisin. Quand vous dites : comment ça se fait que les archives de ma commune ne sont pas classées (...) ? À côté on fait une expo, pas chez moi. Le fonds de telle association, ils ont classé tout cela. C'est drôlement bien. Vous vous y retrouvez maintenant en gestion. Tout ça, c'était ancien, ils l'ont pris. C'étaient des archives historiques. Voilà. En plus ils vont mettre des choses en ligne. Donc ensuite on créait quelque chose qui peut interpeller, qui peut donner envie. Donner l'envie à un acteur culturel quel qu'il soit, éventuellement un auteur de bande dessinée aussi, un organisateur de festival... enfin on est sur pas mal de propositions comme ça qui peuvent faire jour »* (Directeur AD).

Ainsi, les actions de valorisation nourrissent les autres missions du service : *« Et puis, en lien avec cela, à travers ces actions, faire que sincèrement cela nous permette d'accomplir notre mission. C'est-à-dire que l'accueil des publics et l'action culturelle, cela nous sert aussi à nous faire connaître, à répandre l'image des archives et leur rôle, leur mission pour pouvoir ensuite nous aider dans la collecte, notamment auprès des administrations ou auprès des propriétaires d'archives privées aussi. Donc c'est vraiment une de nos missions principales, et elle sert vraiment les autres missions aussi »* (Directeur AD).

Alors que la valorisation peut parfois apparaître comme concurrente des autres missions des archivistes, il apparaît au contraire que toutes les missions entretiennent des liens étroits et peuvent engendrer des stimulations réciproques. C'est dans ce sens que nous pouvons parler d'un cercle vertueux animé par la valorisation.



La complémentarité des missions : la valorisation comme moteur d'un cercle vertueux

2. Un impact sur le management

a. La motivation professionnelle des agents : valoriser les fonds, c'est aussi valoriser les agents

Valoriser les fonds d'un service est ressenti par une grande part des agents interviewés comme une action valorisant leur métier. D'après eux, cela donne du sens au travail de classement. La personne qui a classé les fonds mobilisés dans un projet de valorisation est la mieux placée pour sélectionner des documents d'archives puisque c'est elle qui les connaît le mieux. L'impliquer dans le projet apparaît dès lors un choix pertinent : « *Moi je trouve que c'est intéressant qu'une personne qui va classer un fonds, que cette personne soit associée à l'exposition. (...) C'est cette personne-là qui est certainement la plus à même de me dire : voilà les choses qui me semblent moins intéressantes. Après on peut discuter de la notion d'intérêt. Mais au moins la porte d'entrée, elle est là* » (Directeur AD).

Valorisés, les agents impliqués se sentent très motivés par leur travail. Inversement, lorsque le service ne mène pas d'action de valorisation, les archivistes ressentent un manque : « *Moi, ce qui me manque effectivement c'est, non seulement pour moi mais pour tout le service, c'est la mise en valeur de ces documents* » (Directeur AD). C'est pourquoi les actions de valorisation sont considérées par certains comme « *un outil de management qui peut être puissant aussi à l'intérieur* » (Directeur AD).

b. Un impact sur les compétences des archivistes

Au-delà de cette valorisation professionnelle sont acquises des compétences. À l'échelle de chaque service se lit une acquisition et une consolidation de compétences remarquables ces dernières années. L'improvisation qui régnait lors des premières actions laisse désormais place à un plus grand professionnalisme.

3. Un impact sur la place du service au sein de la collectivité

Le changement de regard porté sur les services d'archives concerne également la collectivité. En effet, constatant le succès des actions de valorisation menées par leur service d'archives, les collectivités en question prennent conscience des enjeux et des potentialités portés par ces services :

- o « *C'est le même président. Il est en poste depuis vingt-deux ans. Mais depuis 2009-2011 – on peut vraiment marquer le changement dans ces années-là – il a pris conscience que la culture pouvait être un atout* » (Directeur AD).
- o « *Au niveau de la collectivité et de nos partenaires culturels, oui : le regard a changé très clairement. Parce que le conseil général a vu qu'on exploitait [les documents] ; on ne faisait pas cela uniquement pour de la conservation, mais surtout pour la communication et la valorisation* » (Directeur AD).

Dès lors, de nouveaux moyens et pouvoirs d'action sont donnés aux services : « *On a vraiment changé d'échelle* », « *Les archives ont d'ailleurs au mois de mai changé de statut, enfin de nature, puisque nous sommes devenus Direction des archives et du patrimoine* » (Directeur AD).

Grâce à la mise en lumière de ces effets, et ce, à plusieurs échelles (celle du territoire et des partenariats, celle des publics et également celle du service), nous pouvons constater que la valorisation des fonds est le moteur d'une dynamique globale et vertueuse : elle agit positivement sur l'ensemble du système d'action dans lequel se trouve chaque service puisqu'elle engendre des impacts positifs au sein même des services d'archives et permet également à ces services de s'inscrire dans un réseau social plus large, de prendre une place de plus en plus importante dans ce maillage et dès lors, de devenir un acteur central, voire incontournable des politiques culturelles, patrimoniales et sociales territoriales.

CONCLUSION

Les fonctions investies par les services d'archives dans la mission de « communication » dépassent largement celles liées à la recherche historique et scientifique ainsi qu'à l'éducation puisque depuis plusieurs décennies, en diversifiant leurs modalités d'action et leurs partenaires, les services se sont inscrits, de manière plus ou moins déterminée, dans les champs culturel, patrimonial et social, et, plus récemment, dans celui de l'art et de la création.

Au travers de la diversité de leurs actions, les services d'archives jouent un rôle dans la cité. En s'inscrivant sur leur territoire et/ou sur le Web, en collaborant avec d'autres institutions publiques et d'autres acteurs sociaux, et en mobilisant une diversité d'outils de médiation et de communication, ils œuvrent au renforcement de la démocratie. Ils participent aux processus de socialisation à la culture et à la citoyenneté en agissant de manière concomitante, sur un axe vertical en transmettant des connaissances et des savoirs, et sur un axe horizontal en ancrant les archives dans le présent, le débat, la réélaboration de mémoires et de savoirs¹¹.

Ainsi, en faisant connaître leurs fonds et en les valorisant auprès des publics, les services montrent que leurs archives ont la capacité non seulement de prouver, de témoigner et d'informer, mais aussi d'émouvoir, d'éduquer et de fédérer. Les actions de valorisation révèlent également la palette de motivations auxquelles les archives peuvent répondre (intellectuelle, éducative, professionnelle, civique, éthique, conviviale, ludique, esthétique et esthésique) et de fonctions sociales qu'elles peuvent endosser (scientifique, éducative, culturelle et patrimoniale, civique et démocratique ou créative).

Cependant, rappelons que tous les services d'archives n'assument pas ces diverses fonctions sociales ni ne répondent à l'ensemble des motivations des publics. En effet, les directions des services ne sont pas toutes animées par les mêmes intentions, ni contraintes par les mêmes freins, et ciblent en fonction de ces deux grandes catégories de variables leurs objectifs, leurs actions et leurs publics. C'est pourquoi, le paysage national en matière de politique des publics des services d'archives est, aujourd'hui, fortement contrasté.

Néanmoins, un objectif commun fait consensus : rendre les archives plus accessibles. Mais si pour certains l'accessibilité visée par la mise en place d'actions de valorisation se limite à montrer les archives au plus grand nombre de personnes, elle se concrétise pour d'autres dans l'usage des archives par le plus grand nombre. C'est la place et le rôle des différents acteurs impliqués (les archivistes, les partenaires et les publics) qui changent radicalement entre ces deux tendances. Lorsqu'il montre des archives, l'archiviste reste le médiateur entre le document et l'utilisateur (première tendance) alors que, lorsqu'il permet la réutilisation des documents, même aux novices, il accepte d'abandonner ce rôle, ou du moins, il accepte de ne plus être le médiateur exclusif, ni le seul acteur légitime à construire des savoirs, des faits et des objets culturels (deuxième tendance). Dans ce dernier cas, la construction de l'histoire et du patrimoine à partir de l'usage de documents d'archives n'est plus réservée aux spécialistes (archivistes, chercheurs et généalogistes) ; elle peut également impliquer, à différents degrés, à différents moments du processus d'élaboration et à diverses échelles (locale, nationale, européenne, internationale), des acteurs aux profils, aux compétences et aux cultures variés (institutions, associations, usagers, habitants). Les actions de valorisation amènent donc les archivistes à réinterroger leur fonction mais également, la mission même de leur service dans le champ des acteurs culturels et patrimoniaux, ainsi que

¹¹ Halbwachs, 1925.

la place qu'ils doivent accorder à l'Autre dans la construction de ces savoirs, ces faits et ces objets culturels. Si *via* les actions de valorisation et la salle de lecture virtuelle, certains « usagers indirects » deviennent des « usagers directs », le positionnement de tous les services devra nécessairement évoluer vers la deuxième tendance. Cette question est d'ailleurs au cœur de la problématique du développement de l'offre numérique en cours et c'est essentiellement ce point qui rend les uns réticents et les autres favorables au développement des outils numériques.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

L'action éducative et culturelle des Archives, Actes du colloque « Quelle politique culturelle pour les services éducatifs des Archives ? », tenu à Lyon en 2005, Paris, Direction des Archives de France, La documentation française, 2007.

« Les Archives au service du public : quelles offres pour quelles attentes ? », Actes du séminaire national de Rouen, 15-16 octobre 1989, Paris, *La Gazette des Archives*, n^{os} 184-185, 1^{er} et 2^e trimestres 1999.

« Archives et internet : contributions et témoignages », Paris, *La Gazette des Archives*, n^o 207, 2007.

« L'archiviste et son public », in *Bulletin des archives de France*, n^o 11-12, suppl., Paris, 1998.

Castagnet (Véronique), Barret (Christophe), Pegeon (Annick), *Le service éducatif des archives nationales, Par chemins de traverse*, Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2012.

Charbonneau (Normand), « La diffusion », in Couture (Carol), *Les fonctions de l'archivistique contemporaine*, Québec, Presses universitaires du Québec, 1999.

Cooper-Martin (Élisabeth), « Consumers and movies : some findings on experiential products », *Advances in Consumer Research*, vol. 19, Georgetown University, 1992.

« Étude sur les publics des archives », in *Bulletin des archives de France*, n^o 14-15, Paris, 1999.

Halbwachs (Maurice), *Les cadres sociaux de la mémoire*, Paris, Librairie Félix Alcan, première édition, 1925, nouvelle édition, 1952, collection Bibliothèque de philosophie contemporaine.

Hiroux (Françoise) et Mirguet (Françoise, sous la direction de), *La valorisation des archives. Une mission, des motivations, des modalités, des collaborations. Enjeux et pratiques actuels*, Louvain-la-Neuve, Harmattan academia, 2012.

Lazarsfeld (Paul Félix), Berelson (Bernard), Gaudet (Hazel), *The people's choice : How the voter makes up his mind in a presidential campaign*, Columbia University Press, 1948.

Marcilloux (Patrice, sous la direction de), *À l'écoute des publics des archives : identités, attentes et réponses*, Angers, Presses de l'Université d'Angers, 2009.

Mironer (Lucien, sous la direction de), *Les publics des Archives nationales et leurs attentes*, Ministère de la Culture, département des études, de la prospective et des statistiques, Paris, 2006.

Mironer (Lucien, sous la direction de), *Les publics des archives départementales et communales : profils et pratiques*, Ministère de la culture, département des études et de la prospective, 3 vol., Paris, 2003.

ARTICLES ET ETUDES DISPONIBLES EN LIGNE

Boucher (Marie-Pierre) et Lemay (Yvon), « La mise en scène des archives par les artistes contemporains », 39^e congrès de l'Association des archivistes du Québec :

http://www.archivistes.qc.ca/congres2010/actes2010/S3_boucher_lemay.html

CEFRIQ, « L'engouement pour les médias sociaux au Québec », NETendances, vol 2, n° 1, 2011, p. 16 :

[http://www.cefrio.qc.ca/fileadmin/documents/Publication/NET_1-MediasSociaux_finalavecliens .pdf](http://www.cefrio.qc.ca/fileadmin/documents/Publication/NET_1-MediasSociaux_finalavecliens.pdf)

La Selle (Xavier de), « Archives et création : Archives et arts plastiques », in *Archives et Transdisciplinarité, quelles relations au bénéfice de la construction des savoirs ?*, Séminaire du PNR Patrimoine-Archives, IUFM de Paris, 2004, disponible sur :

<http://www.archivesdefrance.culture.gouv.fr/static/723>

ANNEXES

Annexe 1 : Membres du comité de pilotage

MINISTERE

Inspection des patrimoines
Philippe Henwood

SIAF
Pascal Even
Odile Welfelé
Brigitte Guigueno
Coraline Coutant

Département des publics
Jacqueline Eidelman
Morrad Benxayer

RESEAU

Archives départementales de la Manche : Gilles Désiré dit Gosset
Archives départementales de l'Oise : Bruno Ricard
Archives départementales du Tarn : Sylvie Desachy
Archives départementales de la Vendée : Thierry Heckmann

Archives municipales de Lyon : Anne-Catherine Marin

**Annexe 2 :
Services d'archives ayant fait l'objet du terrain d'étude**

Archives départementales des Hautes-Alpes

Archives départementales des Ardennes

Archives départementales de l'Aube

Archives départementales de l'Aude

Archives départementales d'Ille-et-Vilaine

Archives départementales de la Haute-Loire

Archives départementales de la Savoie

Archives départementales des Yvelines

Archives municipales de Bordeaux

Archives régionales de Midi-Pyrénées

**Annexe 3 :
Liste indicative des partenaires des services d'archives**

Le comité de pilotage avait élaboré, puis transmis aux différents services d'archives concernés, une liste des partenaires pressentis :

- Structures culturelles de proximité (musées, bibliothèques, médiathèques, service de l'architecture et du patrimoine, villes et pays d'art et d'histoire, monuments historiques)
- Services déconcentrés de la culture (conservation régionale des monuments historiques, services territoriaux de l'architecture et du patrimoine, service régional de l'inventaire, service régional de l'archéologie, écoles d'art)
- Associations de généalogie et/ou sociétés savantes
- Inspections académiques ou pédagogiques
- Délégations à l'action artistique et culturelle
- Centres régionaux et départementaux de documentation pédagogique
- Instituts universitaires
- Directions ou services culturels des collectivités territoriales
- ONAC (office national des anciens combattants).

