

Canada: Action Bibliothèques!

La publication, en 1997, du fameux livre *Action Bibliothèques!* par la CBPQ constitue un jalon important dans le développement du lobbying des bibliothèques au Canada. Véritable manuel du parfait lobbyiste, il reste un modèle du genre. Et pas seulement pour les bibliothécaires ...

On connaît *Le lobbying et ses secrets* de Michel Clamen (Dunod 1997), un véritable manuel d'initiation aux techniques du lobbying qui s'est très vite imposé depuis sa première édition en 1995. L'ouvrage transmet au lecteur ce savoir-faire complexe qui consiste à infléchir la décision publique: 70 techniques d'influence, illustrées par plus de 100 exemples et 18 fiches de conseils pratiques en ont fait le premier guide de l'influence en langue française. Les amateurs (et professionnels) du genre n'auront pas non plus manqué *Le lobbying: les règles du jeu*, l'ouvrage collectif publié en 2000 chez Organisation, par Olivier Le Picard, Jean-Christophe Adler et Nicolas Bouvier.

Ces ouvrages – et d'autres encore – répondaient et répondent toujours à un besoin spécifique: de plus en plus d'acteurs de la politique, de l'économie et de la culture comprennent en effet qu'il faut bâtir une relation durable avec les centres de pouvoir et qu'ils doivent se donner les moyens d'influer sur leur environnement institutionnel. Mais qu'est-ce que le lobbying? Comment se passe une action de lobbying? Comment évaluer le retour sur investissement? Et surtout comment adapter la ou les méthodes à des domaines spécifiques tels que les bibliothèques?

Ces questions et beaucoup d'autres encore trouvent une réponse dans *Action Bibliothèques!* Il s'agit d'un véritable ensemble de recettes pratiques, très détaillées, documentées, commentées et illustrées. Au point qu'il est difficile, voire impossible d'en proposer une recension un tant soit peu satisfaisante. L'ouvrage en question – dont on ne peut que recommander la lecture attentive – est toutefois disponible sur le web, sous format PDF, à l'adresse suivante: http://www.cbpq.qc.ca/publications/action_bibli.html.

Attardons-nous néanmoins sur l'introduction, qui fournit une justification simple mais percutante du lobbying des bibliothèques:

«Les bibliothèques jouent depuis longtemps un rôle fondamental en matière d'accès au savoir et symbolisent la liberté intellectuelle. Mais ce rôle des bibliothèques dans la société est fragile considérant leur faible visibilité, le soutien plutôt passif qu'elles reçoivent au sein de la communauté et la croyance que les livres, les bibliothèques et les bibliothécaires seront bientôt remplacés par les ordinateurs et un réseau virtuel. Les organisations de service semblables, tels que les écoles et les hôpitaux et les décideurs ont tendance à considérer les services de bibliothèques comme étant moins essentiels que ces autres types de services. Cette situation doit changer car, sans un plus grand appui du public et du gouvernement et sans une remise en question de la croyance que les bibliothèques sont dépassées, ces institutions et la société en feront les frais ... Le milieu des bibliothèques doit réévaluer cette situation et reconnaître que le temps est venu de déployer des efforts délibérés, organisés et soutenus pour augmenter l'intérêt pour les bibliothèques auprès de partisans potentiels.»

Quelques années plus tard pourtant, France Bouthillier signait un éditorial dans la revue *Corpo Clip* (n° 157, 01- 2004) où elle dresse un constat pour le moins circonspect quant à la capacité des bibliothécaires à mettre en œuvre un lobbying en règle: *«Au cours des dernières années, j'ai pu animer une série d'ateliers sur le lobbying pour le compte de la Corporation et, curieusement, j'ai entendu à plusieurs reprises des remarques exprimant un véritable malaise chez les bibliothécaires envers l'idée de faire du lobbying. Certains jugeaient que c'était un mal nécessaire, d'autres qu'ils ne voulaient pas <s'abaisser> à vendre leurs dossiers ou projets aux élus et aux décideurs.»* L'auteure constate néanmoins un peu plus loin que *«depuis, on comprend que le lobbying rime avec code d'éthique, mais en aucun temps, l'idée qu'il s'agissait d'une pratique négative ou illégitime n'a été avancée»*. Et de conclure de manière lapidaire: *«En fait, ne pas faire du lobbying, c'est le moyen par excellence de passer inaperçu.»*

Depuis, il semble que le message est passé. Pour preuve, cette invitation au Colloque 2008: du lobbying au marketing, qui sera organisé par l'ASTED/ CBPQ, où l'on peut lire cet encart on ne peut plus explicite et décomplexé:

Partagez vos bons coups!

S'ajoute cette année un volet pratico-pratique au congrès: les sessions d'affichage

Comment participer? Facile. Pas de présentations ni de texte à préparer: une simple affiche et votre présence suffisent!

Nous avons retenu trois thématiques pour cette première:

- Le *marketing*: exhibez vos dépliants, affiches, signets ou décrivez vos activités promotionnelles et de relations publiques!
- Les applications du *web 2.0* en bibliothèque: partagez vos réalisations en matière de Wiki, RSS, baladodiffusion, blogs, folksonomie, communauté virtuelle et autres!
- La *formation* documentaire: faites connaître vos pratiques, vos outils et vos didacticiels! 500 \$ CAD à gagner!

Lobbying: une activité réglementée Dans la plupart des Etats, il n'existe pas de règles officielles relatives à la représentation des groupes d'intérêt. Au mieux, lorsqu'elles existent, ces règles ne concernent que les relations entre le parlement et les lobbyistes. Des règles formelles existent en Allemagne, aux Etats-Unis, au Canada et dans le cadre des Nations Unies. Aux Etats-Unis, tous les «lobbyistes» (particuliers, associations et entreprises privées) doivent obligatoirement être enregistrés et respecter un code de conduite pour pouvoir exercer leurs activités au Congrès. Tout «lobbyiste» enregistré est tenu de fournir au Congrès des comptes rendus trimestriels détaillés sur ses activités. La politique du Canada est analogue à celle des Etats-Unis. L'enregistrement est indispensable pour pouvoir faire du lobbying auprès du gouvernement fédéral. Le Canada s'est d'ailleurs doté il y a quelques années d'une loi extrêmement contraignante pour encadrer le travail des lobbyistes et éviter les dérapages.

In den meisten Staaten fehlen offizielle Regelungen, wie Interessengruppen organisiert werden sollen. In den USA hingegen müssen sich Lobbyisten (egal, ob Privatpersonen, Verbände oder Privatunternehmen) registrieren lassen und werden verpflichtet, im Rahmen ihrer Aktivitäten mit dem Kongress bestimmte Verhaltensweisen einzuhalten. Kanada verfolgt eine ähnliche Politik. Es existiert dort zudem ein ziemlich strenges Gesetz, welches die Arbeit von Lobbyisten regelt und Missbrauch vorbeugen soll.



Stéphane Gillioz

rédaction arbido

Abstract

Deutsch

Es gibt zahlreiche Bücher, welche Hintergrundwissen zu Lobbying liefern und aufzeigen, wie man dabei am besten vorgeht. Immer mehr Akteure aus Politik, Wirtschaft und Kultur haben begriffen, dass man dauerhafte Beziehungen zu den «Zentren der Macht» unterhalten muss, um die Anliegen der jeweiligen Institution effizient und nachhaltig vertreten zu können. Wie kann nun das allgemeine Wissen über Lobbying auf eine spezifische Situation (z. B. jene der Bibliotheken) übertragen werden? Die von der Corporation des bibliothécaires professionnels du Québec (CBPQ) herausgegebene Publikation «Action Bibliothèques!/Library advocacy now!» (eine PDF-Version steht im Internet unter der URL

<http://www.cbpg.qc.ca/publicat...>

zur Verfügung) gibt einen detaillierten, illustrierten und kommentierten Überblick über Erfolg versprechende Praktiken. Trotz anfänglicher Schwierigkeiten (Lobbying wurde von vielen Bibliothekaren für ein notwendiges Übel gehalten, wieder andere fanden es unter ihrer Würde, in irgendeiner Form Lobbying zu betreiben) macht es heute den Anschein, als wäre die Message verstanden und aufgenommen worden. Es werden Workshops, ja sogar Kongresse organisiert, die sich dem Thema Lobbying für Bibliotheken widmen.