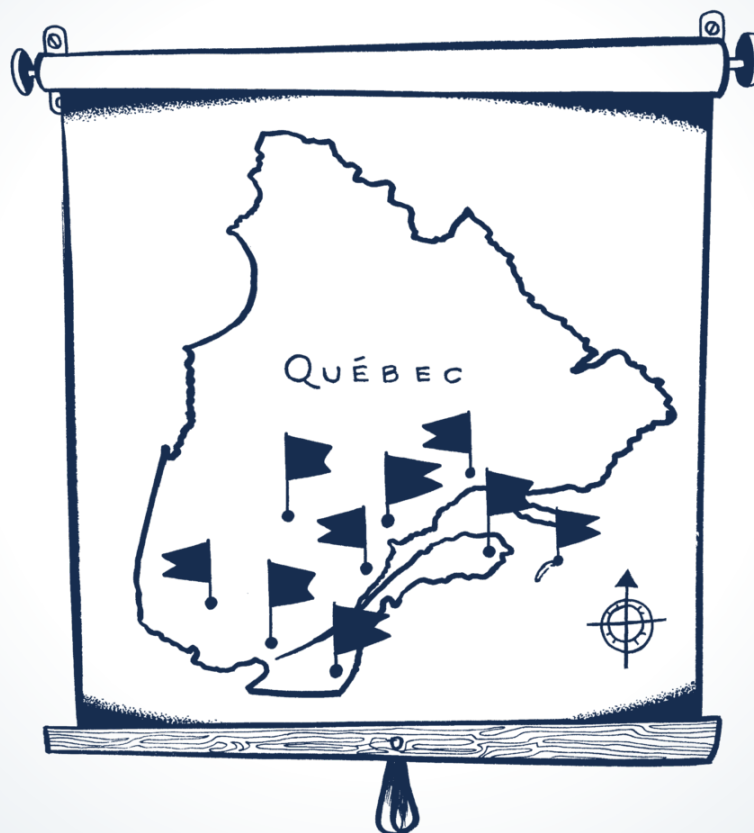


Fierté et notoriété

Les services d'archives privées agréés à la conquête des Québécois



Par Sara Bélanger et Linda Rivest

Présenté dans le cadre du 52^e Congrès de l'Association des archivistes du Québec
18 mai 2023

Au programme

Un peu d'histoire

- Création des services d'archives privées agréés (SAPA)
- Naissance du Regroupement des services d'archives privées agréés du Québec (RSAPAQ)

Élaboration du projet de campagne promotionnelle

- Objectifs principaux et secondaires
- Publics cibles
- Bénéfices anticipés
- Quelques enjeux

Au cœur du projet

- Une première mission
- Refonte du site Internet
- Campagne numérique
- Diffusion du projet
- Objectifs atteints et partiellement atteints

Observations et réflexions de deux archivistes



Un peu d'histoire

La création des services d'archives privées agréés du Québec



1990 : Le ministère de la Culture crée un réseau des services agréés

Objectif : Prendre en main le patrimoine archivistique du secteur privé à l'échelle du Québec

Agrément = reconnaissance accordée par BANQ pour certains services d'archives

1990 ➔ 25 SAPA

2023 ➔ 41 SAPA

Un peu d'histoire

Naissance du Regroupement des services d'archives privées agréés du Québec

2000 : les SAPA mettent sur pied le RSAPAQ pour échanger entre eux et faire valoir leurs positions communes auprès des intervenants du milieu des archives.

Le RSAPAQ représente les intérêts des SAPA auprès des divers intervenants du milieu des archives.

Le RSAPAQ a également comme mandat de faciliter la communication entre les SAPA et de mettre en commun leurs ressources.



En rafale

Les SAPA et le RSAPAQ sont des partenaires privilégiés de Bibliothèque et Archives nationales du Québec.

Reconnus comme le prolongement de son expertise en matière d'acquisition, de conservation et de diffusion d'archives d'origine privée sur l'ensemble du territoire québécois.

Les SAPA contribuent de manière importante à la connaissance historique du Québec.



Collectivement, les SAPA conservent près de 20 km linéaires de documents textuels, plus de 13 millions de documents iconographiques, 1 million de cartes et plans, 74 100 heures d'enregistrements sonores et 253 300 heures d'images en mouvement.

Élaboration du projet de campagne promotionnelle

Objectifs principaux et secondaires

Constat : Méconnaissance de la population québécoise

Mission : Réaliser une campagne promotionnelle à l'échelle du Québec

Objectif principal : Faire connaître les SAPA auprès de la population à travers le Québec

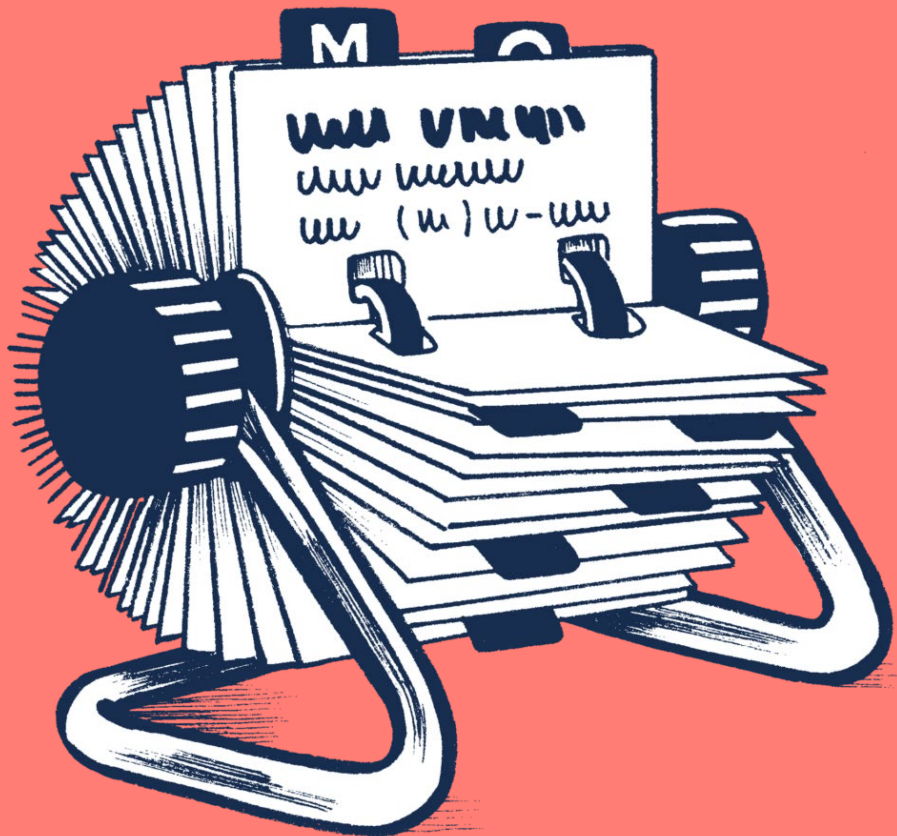
Objectifs secondaires

- Développer la notoriété des SAPA à travers le Québec
- Valoriser le professionnalisme, le leadership et l'expertise des SAPA
- Favoriser le développement de partenariats des SAPA avec leurs milieux respectifs
- Augmenter le nombre de bienfaiteurs
- Encourager le don d'archives
- Faire connaître le réseau des SAPA et les spécificités des services d'archives
- Développer des outils de communication durables pouvant être adaptés dans le temps

Message à véhiculer : Mettre de l'avant l'excellence des SAPA, gagner la confiance de la population et encourager les citoyens à leur confier leurs archives.

Élaboration du projet de campagne promotionnelle

Les publics cibles



Les citoyens, les familles, les organismes et les entreprises du Québec

Lobbyistes, députés, ministres, politiciens municipaux et philanthropes

Action(s) souhaité(e)s?

Hausse de la fréquentation des SAPA

Soutien du public par le biais d'une participation accrue aux activités, une hausse des donations de documents d'archives et des dons financiers

Reconnaissance de la notoriété des SAPA dans différents milieux

Élaboration du projet de campagne promotionnelle

Bénéfices anticipés

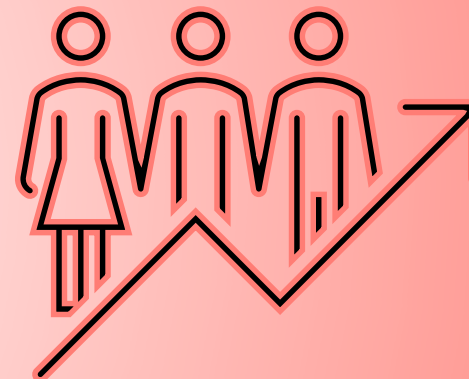
Connaissance accrue du réseau des SAPA

Recours aux services et à l'expertise des SAPA

Meilleure connaissance de l'histoire du Québec et de ses régions

Favoriser le sentiment d'appartenance régionale et la fierté citoyenne

Encourager le partage de la mémoire collective



Élaboration du projet de campagne promotionnelle

Quelques enjeux

Les chargées de projet = bénévoles

Budget = 45 500,00 \$ taxes incluses



Besoin d'outils communicationnels diversifiés, durables et évolutifs dans le temps

Utilisation d'un vocabulaire accessible à tous (éviter le langage archivistique)

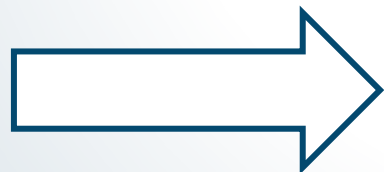
Développer une nouvelle image de marque

Se servir des archives pour promouvoir les SAPA

Diversité et présence des SAPA dans toutes les régions du Québec

Au cœur du projet Une première mission

1. Trouver une agence de communication
2. Rédiger un appel d'offres
3. Sonder les SAPA pour d'éventuelles suggestions ou contacts
4. Envoyer un appel d'offres aux agences retenues
5. Rencontrer les trois agences ayant fait une proposition intéressante
- 6 Choisir la meilleure!



RSA PAQ

Le Regroupement des services d'archives privées agréés du Québec représente ses membres et fait valoir leur position auprès des divers intervenants du milieu des archives notamment par Bibliothèque et Archives nationales du Québec et le ministère de la Culture et des Communications du Québec. Il a également comme mandat de mettre en commun les ressources propres aux membres et de faciliter la communication entre les centres d'archives privées agréés.

[ESPACE MEMBRE](#)

LISTE MEMBRES

[RÉPERTOIRE DES 41 SERVICES D'ARCHIVES PRIVÉES AGRÉÉS DU QUÉBEC \(2020-2022\)](#)

LES AGRÉÉS

Depuis 1990, les services d'archives privées agréés du Québec sont partenaires des Archives nationales dans la conservation des archives privées régionales et nationales. On compte présentement 41 de ces services répartis à travers la province. Collectivement, les services d'archives privées conservent plus de 17 km linéaires de documents textuels, plus de 13 millions de documents iconographiques, plus de 1 million de cartes et plans ainsi que plusieurs milliers d'heures de documents audiovisuels.

Les services d'archives privées agréés contribuent de manière importante à la connaissance historique du Québec. La documentation, dont ils assurent la conservation et le classement, s'avère essentielle à la production de plusieurs études, qu'elles soient réalisées par des chercheurs professionnels ou amateurs. Quant à leurs usagers, ils trouvent dans nos services des compléments d'information de premier ordre sur l'histoire de leur paroisse, de leur municipalité, des entreprises de leur région et, bien sûr, de leur propre famille.

Au cœur du projet

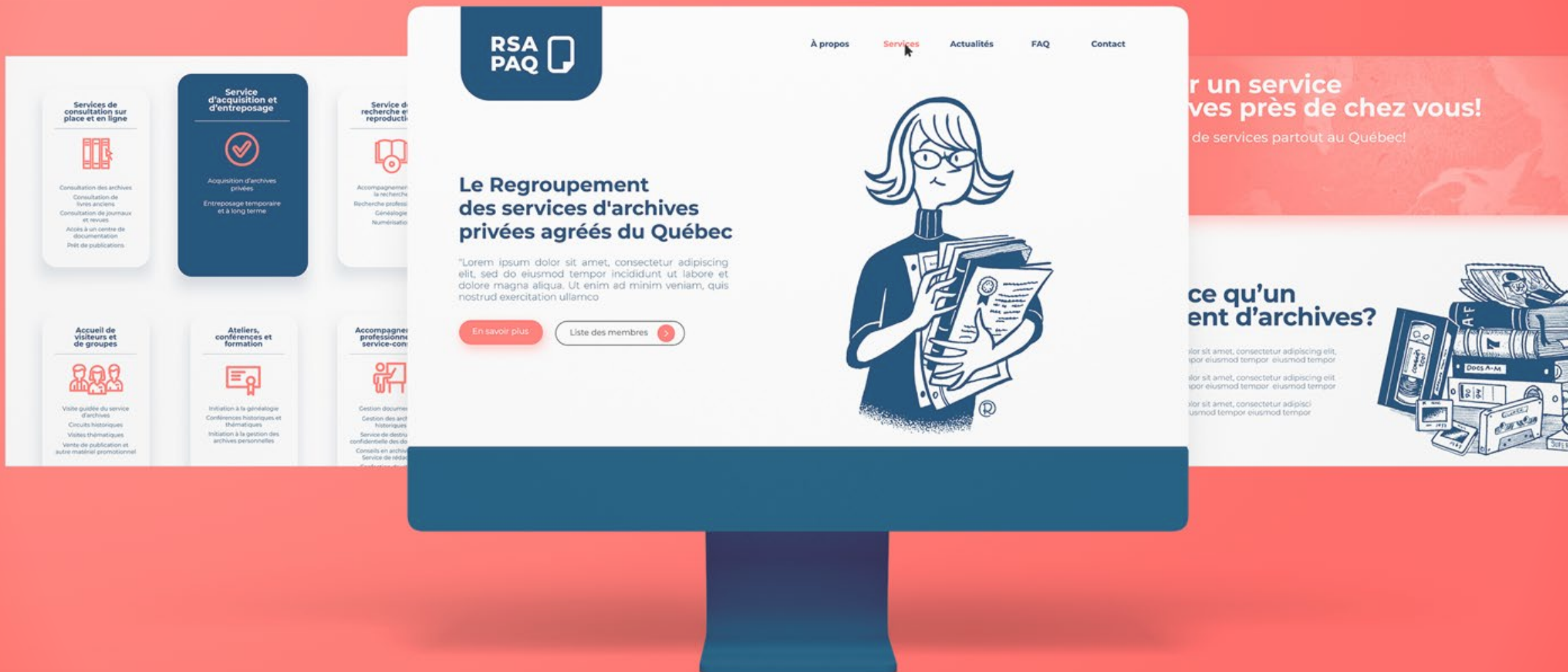
Refonte du site Internet

Ancien site

- ✓ Aucune signature visuelle
- ✓ Pas de liste des services offerts par les SAPA
- ✓ Présentation brève de chaque SAPA (adresse postale et courriel seulement)
- ✓ Site pour les membres du RSAPAQ et non pour la population
- ✓ Paiement mensuel et mises à jour complexes
- ✓ Référencement déficient

Au cœur du projet

Refonte du site Internet



Au cœur du projet

Refonte du site Internet

Le nouveau site

- ✓ Nouvelle signature visuelle dans le respect de la ligne existante
- ✓ Création d'une page des [services offerts par les SAPA](#)
- ✓ Création d'une page contenant des capsules vidéos présentant les SAPA et leurs services
- ✓ Développement d'une page dynamique permettant de [découvrir les membres du RSAPAQ](#) (les SAPA)
- ✓ Création d'un espace pour les [questions fréquentes](#) posées aux archivistes
- ✓ Création d'un espace qui permet aux utilisateurs de faire un don au RSAPAQ
- ✓ Possibilité de cliquer sur des liens qui permettent d'établir le contact avec le RSAPAQ à plusieurs endroits sur le site
- ✓ Migration sur Wordpress afin d'offrir une plus grande flexibilité pour d'éventuelles mises à jour et permettre des économies à long terme
- ✓ Site conçu pour mettre un référencement de base performant

Au cœur du projet

Une nouvelle image

Design par Michel Rabagliati, célèbre auteur québécois de bande-dessinée

Création du personnage de Sophie l'archiviste

Réalisation de plusieurs dessins (une œuvre!)

Dessins utilisés dans les documents rédigés par le RSAPAQ

Nouvelle signature développée durant la campagne promotionnelle. Chaque archiviste œuvrant dans un SAPA a reçu une épinglette représentant cette nouvelle signature

Utilisation de la nouvelle image dans la signature électronique des SAPA

Création d'objets promotionnels mettant en valeur la nouvelle image de marque



Psstt! Michel Rabagliati est l'auteur de la série des Paul





Au cœur du projet Campagne numérique

Réalisation de six capsules vidéos :

- Mise en valeur des SAPA, de leurs services et de leurs perles archivistiques
- Sujets : la définition d'un document d'archives, le métier d'archiviste, les services de généalogie, la gestion des archives personnelles, les dons et les acquisitions de documents d'archives et les coups de cœur archivistiques de Sophie (les trésors que l'on trouve dans les SAPA)
- Mise en valeur du travail de Michel Rabagliati et de son personnage Sophie l'archiviste qui est la narratrice des capsules (voix par Catherine-Eve Gadoury)
- Les capsules ont été diffusées sur le Facebook du RSAPAQ
- Page dédiée aux capsules sur le site Web du RSAPAQ
- On vous en présente une!!! [Le don de vos archives](#)

Au cœur du projet

Campagne numérique

Création de 32 publications sur le Facebook du RSAPAQ

- Publications autour du nouveau site Web
- Publications sur les services offerts par les SAPA
- Perles d'archives des SAPA
- Capsules vidéos

Partage des publications réalisées par les SAPA dans le cadre de leurs activités respectives



Au cœur du projet

Diffusion du projet

Présentation du projet :

- Table d'exposants au Congrès 2022 de l'AAQ
- Inauguration de *La Voûte* (projet porté par l'un des SAPA et dont le RSAPAQ est partenaire officiel)
- Conférences et cours



Minute nostalgique
Linda, Sophie et Sara au Congrès 2022 – AAQ



Au cœur du projet

Objectifs atteints

- ✓ Développer des outils de communication durables adaptés dans le temps
- ✓ Favoriser le développement de partenariats des SAPA entre eux
- ✓ Encourager le don d'archives
- ✓ Faire connaître le réseau des SAPA et faire découvrir les spécificités des services d'archives
- ✓ Valoriser le professionnalisme des SAPA

Statistiques révélatrices concernant le nouveau site Web et la campagne numérique. Ces données portent sur une période d'environ 28 jours (entre la mi-mai et la mi-juin 2022) :

Le site Web du RSAPAQ est sorti 2 600 fois dans les moteurs de recherche, en hausse de 23,3 %.

Augmentation de 33 abonnés sur la page Facebook

Hausse de 137 % des foisonnements des vidéos (1482 vues des vidéos)

Hausse de 99 % des interactions avec les publications (912 interactions avec les publications)

Hausse de 25 % des vues de la page (que les gens soient abonnés ou non)

La publication du 20 mai a été vue 3 050 fois, a suscité 75 réactions, 26 partages et 145 clics permettant d'aller sur le site Web.

Au cœur du projet Objectifs partiellement atteints

- Difficulté à rejoindre les publics cibles
- Peu de nouveaux membres sur le Facebook du RSAPAQ
- Peu de SAPA souhaitent participer au rayonnement de la page Facebook
- Aucun don monétaire n'a été fait par l'entremise du site Web 😞
- Plusieurs objectifs demeurent difficilement mesurables



Observations et réflexions de deux archivistes

Publiciser un important projet, celui de La Voûte, a aider à faire connaître les SAPA et le RSAPAQ

Être créatif et se fier à notre instinct. Remettre en question les propositions

Prévoir du temps

Avoir un porte-parole permanent

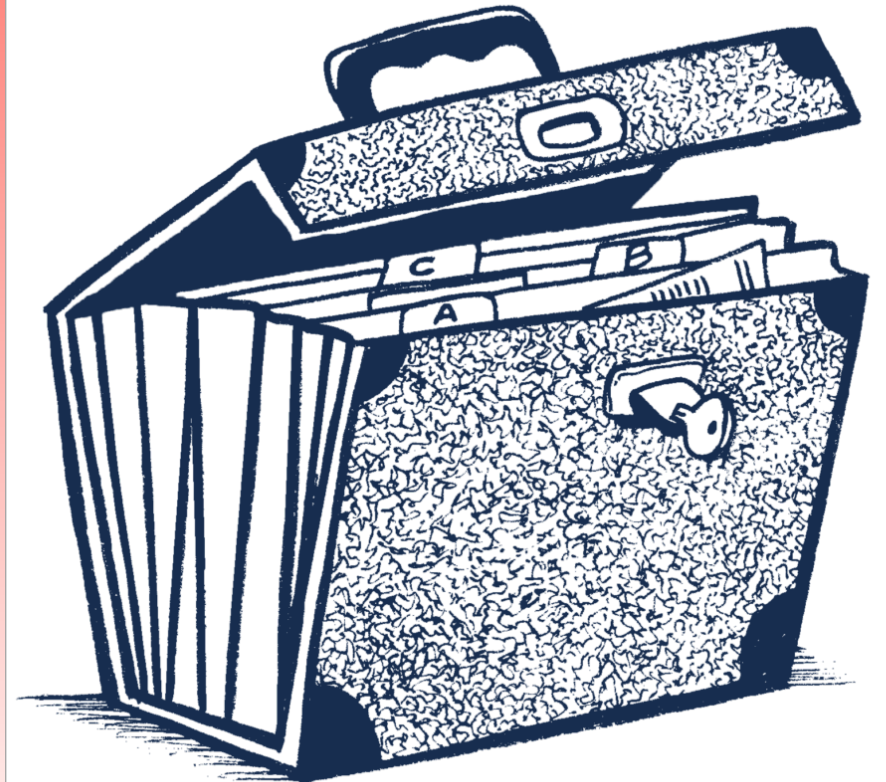
Refaire des projets impliquant plusieurs SAPA

Cohésion et sentiment d'appartenance accrus

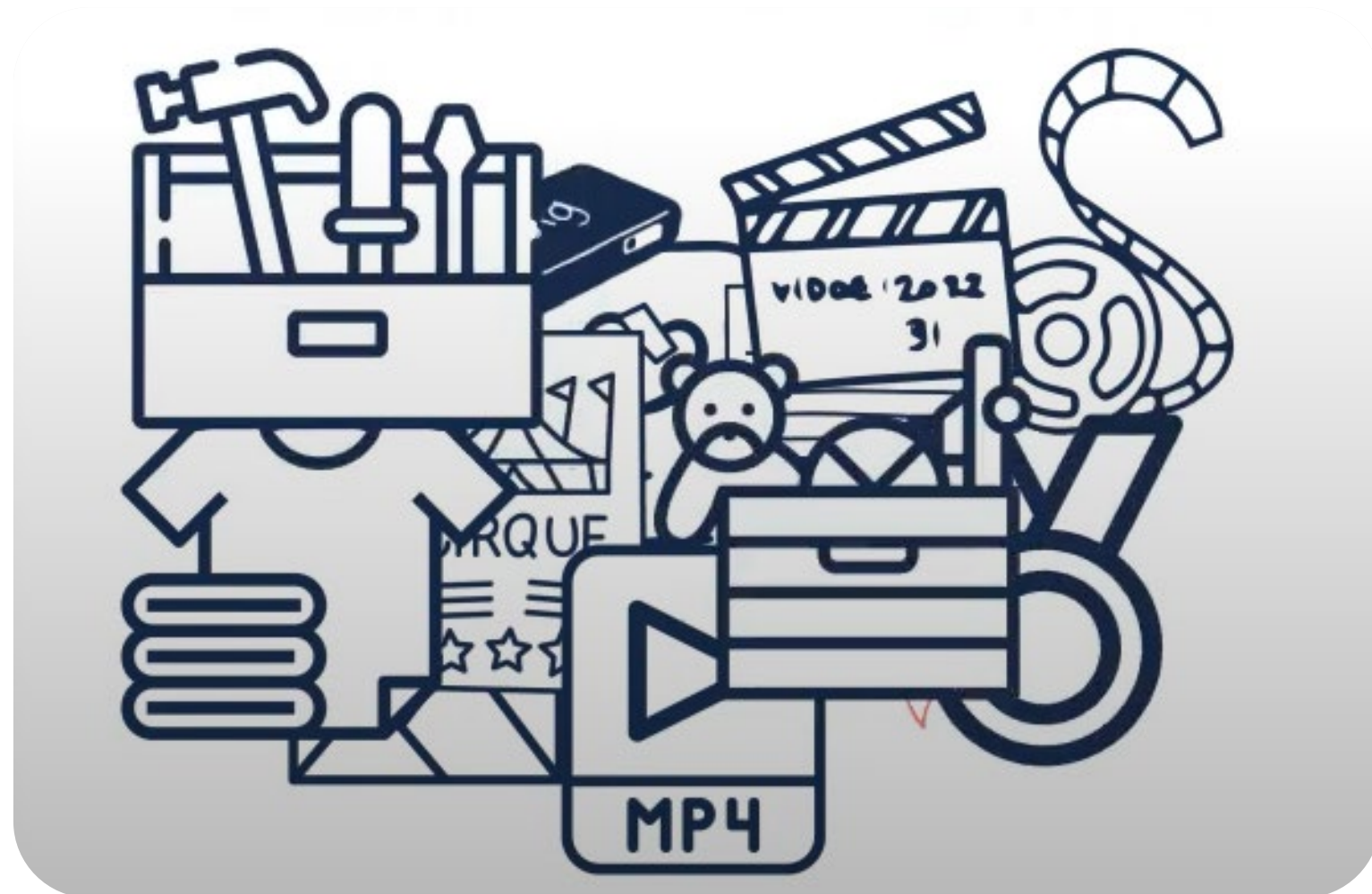
Reconnaissance des membres et une plus grande participation aux AGA du RSAPAQ

100 % des SAPA sont membres du RSAPAQ

Les SAPA ont développé une réelle notoriété et une fierté renouvelée. Révèle la pertinence de la campagne porteuse de changements positifs et concrets



Un grand **merci** pour votre écoute.
Nous vous invitons à visiter le site du [RSAPAQ](#),
vous inscrire au [Facebook](#) et à utiliser les [capsules](#) de Sophie!!!!



Questions, commentaires?
Bonus! Une surprise pour vous!

