

[Le 25 novembre 2010, Québec]

62^E
COMMISSION
PERMANENTE
DE
COOPÉRATION
FRANCO-
QUÉBÉCOISE

[Actes du séminaire interactif sur la
valeur ajoutée des technologies de
l'information et de la communication
en santé publique]



La mise à profit et le transfert des connaissances en santé publique : un
défi à partager

AUTEURS

Institut national de santé publique du Québec

Institut national de prévention et d'éducation à la santé, France

RÉDACTEURS

Catherine Hébert¹

Fabien Besner²

SOUS LA COORDINATION

Hélène Valentini¹

MISE EN PAGE ET GRAPHISME

Hélène Fillion¹

¹ Vice-présidence aux affaires scientifiques, Institut national de santé publique du Québec

² Axe Partage et utilisation des connaissances, Réseau de recherche en santé des populations du Québec

REMERCIEMENTS

Ministère des relations internationales, Québec

Consulat général de France à Québec



Table des matières

Conférence d'ouverture	
<u>Promouvoir la santé mentale à l'ère du Web 2.0</u>	5
Question 1 – Vision d'avenir	7
Question 2 – Notre rôle sur la place publique	11
Question 3 – Connaissance de nos publics	15
En sept points	17

Experts

Marie-Gabrielle Ayoub

Marie-Gabrielle Ayoub est responsable des communications interactives de l'Institut Douglas. Depuis janvier 2005, elle orchestre le développement des sites [Web de l'institut](#) et les activités de publication des contenus. **Elle et son équipe contribuent à rendre accessibles sur le web des informations pertinentes sur la santé mentale, validées par les experts du Douglas. Elle a également mis en place des initiatives 2.0 pour ouvrir un dialogue entre la communauté et le monde de la santé mentale**, qui vit encore beaucoup de tabous. Avant de se joindre à l'équipe du Douglas, Marie-Gabrielle Ayoub était cheffe de projets Web dans une agence de communication interactive basée en France.

Régis Barondeau

Régis Barondeau est consultant/conférencier en médias sociaux et systèmes complexes. D'origine française, il a passé sept années comme cadre supérieur en Angola dans le secteur parapétrolier, avant d'immigrer au Québec. **Il possède une maîtrise ès sciences en gestion de projet** avec pour question de recherche: "Comment le wiki peut-il nous aider à composer avec la complexité en gestion de projet?". Il poursuit le programme interuniversitaire de doctorat en administration, fruit d'une collaboration entre l'[ESG UQAM](#), le [HEC Montréal](#), l'[Université Concordia](#) et l'[Université McGill](#). **Son thème de recherche s'articule autour du choc culturel de l'outil wiki sur les organisations.**

André Simpson

André Simpson est chargé d'enseignement en épidémiologie à la Faculté des sciences infirmières de l'Université Laval depuis 13 ans. Il travaille aussi actuellement à l'Institut national de santé publique du Québec, notamment dans les domaines de la surveillance de l'état de santé de la population, de la gestion de l'information et de la formation. **Il a notamment publié [Une initiation à la lecture critique de la littérature en sciences de la santé](#)**, qui s'est mérité un prix d'excellence.

Panelistes

Céline Farley

Cheffe de l'unité développement des compétences à l'INSPQ. Elle est également professeure adjointe de clinique au département de médecine sociale et préventive de l'Université de Montréal. Son principal intérêt est **le développement de stratégies et de mise en place de mécanismes qui permettront de renforcer les compétences des professionnels oeuvrant en santé publique au Québec.**

Roseline Lambert

Conseillère scientifique en veille stratégique pour l'Équipe politiques publiques favorables à la santé de l'INSPQ. Elle est **responsable du bulletin électronique Politiques publiques et santé et du développement d'une stratégie web 2.0** qui inclut le nouveau Blogue politiques publiques et santé et **l'utilisation des médias sociaux** comme Twitter et Facebook. **Elle est aussi responsable du mandat du transfert des connaissances pour cette équipe.** Les stratégies développées visent principalement à faire de la veille et de la diffusion pour les décideurs et les agents gouvernementaux.

Irène Langis

Professionnelle de la communication depuis 20 ans environ, principalement dans le secteur de la santé et de la santé publique. Elle est coordonnatrice des Journées annuelles de santé publique et **fondatrice-coordonnatrice du Bureau de soutien à la communication en santé publique**, qui vient de célébrer le première anniversaire de son blogue/site Web www.espacecom.gc.ca.

Sophie Sabin

Sophie Sabin, chargée de communication à l'Institut national de prévention et d'éducation à la santé (France) depuis 2008, est en charge des problématiques de santé environnementale. Elle **développe des dispositifs de communication médias et hors médias en direction du grand public et de groupes cibles** (jeunes, parents...) sur différents sujets tels que l'air intérieur, le risque UV, la téléphonie mobile, etc.

Thierry Vogler

Professionnel des communications depuis une quinzaine d'années, Thierry Vogler travaille depuis un peu plus d'un an maintenant à l'INSPQ, où il est **responsable des communications organisationnelles.**

Participant^{es} et participants

Fabien Besner, axe Partage et utilisation des connaissances, Réseau de recherche en santé des populations du Québec

Robert Choinière, Vice-présidence aux affaires scientifiques, Institut national de santé publique du Québec

Arnaud Gauthier, Direction des affaires scientifiques, Institut national de prévention et d'éducation à la santé (France)

Marie-Christine Gervais, Direction Santé environnementale et toxicologie, Institut national de santé publique du Québec

François Giroux, Direction Secrétariat général et des communications, Institut national de santé publique du Québec

Emmanuelle Hamel, Direction de l'animation territoriale et des réseaux, Institut national de prévention et d'éducation à la santé (France)

Catherine Hébert, Initiative sur le partage des connaissances et le développement des compétences, Institut national de santé publique du Québec

Benoît Houle, Communications, Institut national de santé publique du Québec

Claire Laliberté, Santé environnementale et toxicologie, Institut national de santé publique du Québec

Emmanuelle Le Lay, Direction de l'information et de la communication, Institut national de prévention et d'éducation à la santé (France)

Jérôme Martinez, Études et analyses de l'état de santé de la population, Institut national de santé publique du Québec

Kim Payette-Chapleau, Communications, Institut national de santé publique du Québec

Karine Souffez, Recherche/transfert de connaissances, Institut national de santé publique du Québec

Hélène Valentini, Coordonnatrice à la collaboration internationale et animatrice du séminaire, Institut national de santé publique du Québec

Les médias émergents – les médias sociaux – nous challengent beaucoup dans la perspective de transférer le savoir expert aux communautés

Conférence d'ouverture

Promouvoir la santé mentale à l'ère du Web 2.0

Marie-Gabrielle Ayoub

Faits saillants

Nous avons une expertise de pointe et la transférer au moyen des médias sociaux contribue à amoindrir les préjugés qui circulent.

En tant qu'experts, nous devons aujourd'hui assumer la responsabilité d'être là, pour éviter la désinformation et rétablir la balance avec des messages que l'on juge justes et pertinents. La nécessité est de :

- S'outiller pour mieux répondre aux besoins de nos clients et prendre notre place sur le Web pour que notre parole devienne plus forte que celles qui médisent.
- Éduquer la population... mais qui exactement? Il est important de définir les utilisateurs cibles.
- Inviter la communauté à partager les connaissances ! Il peut être nécessaire de multiplier les plateformes de diffusion pour aller chercher les différents groupes sociaux et les différents types d'utilisateurs cibles.



Est-ce que vous avez évalué qui consulte vos blogs? Qui rejoignez-vous?

On voulait rejoindre le grand public, mais on touche beaucoup d'intervenants du milieu de la santé, ce qui était inattendu.

Nous rejoignons davantage des personnes déjà intéressées par la santé mentale et aussi des intervenants du milieu. Il faudra pousser pour savoir exactement qui participe au blog. En mettant ainsi nos experts sur la place publique, nous aimerions savoir si nous arrivons, ou pas, à toucher le grand public, de façon à connaître l'impact réel de l'initiative.

On procède par essais et erreurs mais il nous faudrait mettre en place de la recherche évaluative pour savoir si nous rejoignons nos objectifs.

On ne peut donc pas être certain à l'avance de qui on va rejoindre

Quelles sont les stratégies pour implanter les NTIC au Douglas?

Nous avons une direction qui est très ouverte sur l'innovation. Nous avons été en mesure de prouver que nous pouvions atteindre nos objectifs, ce qui a permis d'abord une belle confiance, puis de diminuer les résistances. Aujourd'hui, nous utilisons Twitter, Facebook, etc. en plus des blogues. Nous avons des ingrédients gagnants à la base.

La première étape était de travailler sur le web traditionnel, pour voir si ce moyen était une avenue prometteuse pour partager de l'information avec le public, les intervenants, etc. Avec le web, on pouvait tout mesurer, on pouvait avoir les résultats de ce qu'on faisait. Les résultats dépassaient les attentes qu'on avait. Ces résultats positifs donnaient confiance à la direction et aux équipes que le web était porteur.

Ensuite, nous sommes passés aux médias sociaux. Il s'agissait d'un défi puisqu'il existait beaucoup de préjugés et de tabous sur le sujet. On a travaillé avec des experts qui avaient le goût d'embarquer dans le projet pour partager le savoir.

Dans nos organisations, les réseaux sociaux sont bloqués. Mais depuis un mois, on tente d'ouvrir les réseaux sociaux au sein de l'Institut Douglas. L'organisation elle-même tente de le faire. Nous récoltons les fruits de notre travail.

Importance de la technique des « petits succès » en matière d'implantation des NTIC.

Quelles sont les résistances rencontrées, notamment de la part des experts?

- Le peu d'habiletés pour reconstruire les contenus de façon pédagogique dans de nouveaux formats en ligne.
- Le temps. Les gens ne réalisent pas le temps que ça demande, que le travail se rajoute à ce qu'ils font déjà.
- On a toujours besoin des médias traditionnels puisqu'ils ont encore souvent plus d'impact que les médias sociaux.
- Par contre, faire le pari de mettre de l'énergie dans les NTIC, c'est aussi assumer la responsabilité d'être présent.
- Soutien et accompagnement plutôt que direction et contrôle sinon ça ne fonctionne pas avec les experts, qui ont besoin de liberté.
- On sollicite déjà beaucoup nos experts pour un paquet d'initiatives; il faut donc y aller avec une démarche qui tient compte de leur réalité.
- Il faut aussi y aller avec les experts qui ont envie de participer. Forcer les gens à participer signifie éventuellement des boulets à traîner.

*Il faut impliquer des gens motivés sur une base volontaire;
Donner du soutien aux experts tout en leur laissant les coudées franches;
On travaille avec un petit noyau central et on attire des collaborations par la suite.*

Question 1 - Vision d'avenir

En tant qu' « exploiters et exploitrices » de NTIC, quelle est votre vision d'avenir dans vos organisations? Comment la voyez-vous dans vos rêves professionnels? Comment la voyez-vous d'ici 5 ans? Quelles seraient les difficultés à surmonter pour que vos rêves se réalisent? Quelles seraient les opportunités à saisir et les conditions à réunir?



Institut national de prévention et d'éducation à la santé (France)

L'INPES a la préoccupation de rendre accessibles ses productions et les TIC représentent une opportunité pour mieux rejoindre ses utilisateurs, que ce soit le grand public, des sous-groupes de population ou des organisations. Par exemple, Twitter est utilisé pour se mettre en réseau avec les journalistes, Facebook pour rejoindre les jeunes, la salle de presse virtuelle pour informer les médias traditionnels, un extranet spécialisé et collaboratif sur certains sujets pour joindre des experts du domaine, etc. Le contrôle de l'information pose aussi beaucoup de questions. Il y a une acculturation à faire dans nos organisations concernant les médias sociaux. Encore aujourd'hui, l'accès à Internet demeure discriminant et la question des moyens humains est importante. Le positionnement de notre organisation eu égard aux médias sociaux est capital.

- Importance de conduire des activités de veille médias et Internet dans le cas de crises sanitaires (ex : H1N1). Dès qu'il y a une crise sanitaire, cela se répercute, voire éclate, dans les médias sociaux et nous

avons la responsabilité d'être là pour diffuser les bonnes informations.

- Nous avons un projet d'intranet pour développer des plateformes de travail collaboratif.
- Nous désirons également rendre notre matériel accessible aux personnes avec un handicap visuel ou auditif.
- On tente de comprendre le circuit de l'info sur le web, par exemple de quelle façon les rumeurs/désinformation se créent.
- Comment peut-on entrer en conversation avec certains de nos publics ? Cela suppose d'accepter de ne pas contrôler le message.

Institut national de santé publique du Québec, équipe des communications

L'avenir, c'est d'amener les gens à l'interne à devenir des communicateurs, à participer. Ceci implique de rendre disponible une TIC interactive ainsi que de pouvoir créer l'habitude à l'utiliser. C'est ce qui favorisera l'utilisation des TIC à long terme et sur ce point, le positionnement de l'organisation est crucial. Comment le web 2.0 peut nous aider à atteindre nos objectifs?

Comment le Web 2.0 peut nous aider à atteindre nos objectifs à l'INSPQ?

- Stimuler la circulation d'information dans l'organisation
- Partager le savoir entre individus
- Favoriser une meilleure collaboration

Trois voies de développement sur ces trois objectifs

- Choisir nous-mêmes notre contenu. Chacun peut organiser son propre réseau de collaboration
- Offrir des espaces de collaboration virtuelle de différentes façons : par équipe, par structure hiérarchique, par comité, par projet, par groupe d'intérêt, etc.
- Travailler à un blogue collectif organisationnel, à l'aide d'animateurs désignés, autour de la vie et de l'actualité scientifique à l'Institut.

INSPQ – Équipe politiques publiques

- Le défi est la temporalité. Nous faisons face à un phénomène qui change rapidement.
- L'usage du web se déplace au profit des médias sociaux. Les chiffres indiquent également un déclin de fréquentation des sites traditionnels.
- L'usage des TIC est de plus en plus orienté vers la mobilité (ex. téléphones intelligents)

- Il faut garder en tête le défi de l'adaptation à la mouvance du Web (médias sociaux et mobilité). Comment notre organisation va-t-elle s'adapter ?
- Il y a un besoin de stratégie expérimentale : il faut aller essayer cela tout en étant conscients que nous ne pouvons pas savoir exactement à l'avance qui nous allons rejoindre et comment nous allons les rejoindre.
- Énormément d'infos circulent et maintenant des relayeurs s'occupent de diffuser l'information que nous produisons.
- Cela pose la question de la gestion du risque : question légale, éthique et de réputation de l'organisme. D'ailleurs, de plus en plus de modèles de gestion du risque des médias sociaux sont disponibles.
- Les NTIC = des opportunités. Les médias sociaux permettent de:
 - Savoir comment les gens nous suivent, comment ils utilisent notre information.
 - Avoir accès à de nouvelles ressources.
 - Être diffusés. Ex : une personne de l'Australie, associée à l'OMS, s'est mise à traduire les productions de notre équipe. Nous sommes donc traduits et diffusés par des relayeurs.

INSPQ – Microprogramme en santé publique

- Les universités québécoises sont très en retard pour l'apprentissage en ligne, qui est désormais un incontournable. Je rêve à des outils interactifs et collaboratifs pour l'INSPQ. Nous sommes un centre d'expertise et il nous faut avancer avec ce type de ressources. Il y a des résistances et il faut savoir les vaincre, ce qui sera possible en expérimentant, en connaissant les possibilités offertes par les TIC et en les intégrant dans nos stratégies.
- Non seulement on doit rejoindre les acteurs de santé publique pour développer leurs compétences, mais on doit également les mettre continuellement à jour. La formation en ligne est d'autant plus pertinente pour les personnes en régions éloignées.
- L'Institut ne peut plus se limiter à la production de rapports, d'avis et d'articles scientifiques pour arriver à transférer les connaissances qui y sont produites.
- Les gens de 45 ans et + ont davantage tendance à abandonner les cours en ligne. Cependant, ce sera plus facile avec la prochaine génération ; il faut s'y préparer.

Réactions des experts

Le travail collaboratif, rendu possible notamment grâce aux outils du Web 2.0, demande une évolution des cultures professionnelles et organisationnelles. On a beaucoup parlé de culture organisationnelle et de différence de génération. Les TIC font partie de la vie des plus jeunes, elles s'intègrent dans leur processus de socialisation et tout

naturellement dans leur façon de faire.

L'intégration des outils du Web 2.0 dans les processus de travail se fera par la génération montante parce que les gestionnaires plus âgés ne connaissent pas pour la plupart ces outils, leur potentiel ou ne les utilisent pas ; cela ne fait pas partie de leur univers. Cependant, la réussite de la mise en place de ces outils ne se fera pas uniquement sur l'initiative de quelques innovateurs, mais bien lorsqu'elle s'intégrera dans un projet organisationnel formel.

Fournir l'outil est une chose, mais la capacité de l'organisation à l'absorber, non seulement sur le plan technologique mais aussi et surtout sur le plan de l'évolution des pratiques et de la gestion du changement, en est une autre. Cependant, ces nouveaux outils sont faciles à utiliser, ce qui n'était pas le cas auparavant lorsqu'on souhaitait exploiter de nouveaux outils technologiques.

Comment penser l'hybride? Le virtuel et le présentiel?

Il faut tendre la main! On commence avec les gens qui ont envie d'utiliser l'outil. Ensuite, on montre à ceux qui avaient plus de retenue comment on a gagné du temps, comment ça fonctionne, etc. On prépare les gens en présentiel à la partie en ligne. De plus, on jumelle une personne à l'aise et motivée à une personne «techno-nulle»; on les tire vers le haut. Se rappeler que le présentiel amènera toujours quelque chose que le virtuel n'apporte pas.

Le site de santé de Barak Obama est un bon exemple d'hybride. Sa page est très simple mais contient toutes les possibilités. Pour communiquer, on va de « écrivez-nous une lettre » à « Twitez avec votre sénateur ».

Il faudra éventuellement voir comment réfléchir l'ouverture des données (open data) en santé. Comment interconnecter les réseaux et ainsi créer une réelle synergie ?

Il faut également être en mesure d'identifier nos « influenceurs/relayers » potentiels, i.e. les groupes ou individus qui sont en mesure de diffuser les connaissances que nous produisons, et ceci à l'extérieur des milieux que nous rejoignons traditionnellement.

Il ne faut pas avoir peur de laisser aller nos contenus. On doit lâcher prise pour que les gens se les réapproprient. On doit accepter que nos produits ne soient pas toujours utilisés comme on le pensait, qu'ils ne seront pas exactement traduits de la façon dont nous l'aurions souhaité, etc.

*Les TIC ne sont pas seulement des outils,
ils changent nos façons de faire.*

*Traditionnellement, en communication,
on vise un public particulier et on tente de
le rejoindre à l'aide d'outils.*

*Maintenant, on fait l'inverse : on crée des
outils sans savoir qui est rejoint.
Le moyen – l'outil – est devenu la fin.*



Question 2 - Notre rôle sur la place publique

Apport des chercheurs et des experts

Comment systématiser la participation des experts et ce, dans le respect de nos missions? Comment concilier la dynamique scientifique avec notre positionnement institutionnel?

INSPQ – Équipe des communications

Nous avons besoin de cohérence entre les différentes initiatives organisationnelles en matière de TIC, qui sont nombreuses.

- Est-ce qu'on veut s'adresser au grand public ?
 1. Est-ce que c'est le mandat INSPQ ?
 2. Est-ce que nous avons l'expertise pour le faire ?
- Comment concilier le mandat de communication avec notre mandat institutionnel ?
- L'INSPQ possède une logique pour faire connaître ses connaissances scientifiques. Les médias sociaux, ce n'est pas la même chose... Est-ce que la logique scientifique peut s'adapter?

L'un des préjugés entretenus est que les chercheurs vont perdre leur temps à tenter de comprendre la façon de travailler avec les TIC. Le premier contact est important : on doit gagner le public dès le début.

INSPQ – Équipe politiques publiques

Les règles de discussion dans un article scientifique ne sont pas les mêmes que celles des médias sociaux. Comment le chercheur va-t-il gérer cela ? La notion de perte de contrôle de la discussion dans les médias sociaux diffère de la méthodologie scientifique.

Dans ce cadre, ce qui est le plus important, ce n'est pas de leur montrer comment utiliser les outils, mais bien de leur montrer comment ils peuvent en profiter. On doit également leur montrer avec qui se réseauter. Cela se fait sur mesure, pour chaque chercheur.

INSPQ – Microprogramme en santé publique

Les producteurs de connaissances doivent avoir les compétences pour utiliser les outils mais aussi du soutien. Ils ne veulent pas nécessairement être en contact avec les publics, ce qui implique alors de former des intermédiaires.

Un autre défi réside dans le fait que certains aiment posséder le savoir, être les seuls à le posséder ; ils aiment représenter le savoir. Quand on place leurs contenus en ligne, ils perdent leur statut pour alors tenir un rôle de soutien. La position épistémologique d'expert implique donc des résistances. On fait souvent affaire à des gens qui considèrent que les autres ne savent pas. Il faut savoir rendre la technologie attrayante pour ces personnes.

- Comment mesurer la compétence en fonction des TIC? Par exemple, est-ce qu'on pourrait reconnaître le statut d'expert en fonction de l'animation de X blogues par année? On pourrait modifier nos normes d'évaluation de pratiques afin d'inclure de tels éléments.

INPES

À l'INPES, nous sommes dans une position où on va chercher l'expertise à l'extérieur de l'organisation. Ainsi, ce débat s'applique moins au contexte français. Cependant, lors de l'épidémie grippale, un organisme nous a contactés pour avoir rapidement accès à notre information. Nous avons coconstruit une plateforme bidirectionnelle où on pouvait déposer de l'information et où on pouvait nous en demander. Malgré notre peur de perdre le

contrôle sur cette information, nous avons décidé de le faire.

Nous avons vu cette information être reprise dans des newsletters pour les praticiens et avons vu apparaître des discussions d'experts sur les enjeux de la grippe. Nous n'intervenons pas, mais nous notions ce qui se passait.

Nous avons fait ça dans l'urgence de la situation; aujourd'hui, nous nous demandons comment pérenniser cet outil.

Réactions des experts

L'évaluation «individuelle» que font les experts d'une contribution à un wiki, où leur nom sera perdu dans la masse, ne favorise pas leur participation. On doit montrer les avantages pour l'individu et pour l'organisation.

Des stratégies, processus ou politiques internes doivent être développés lorsqu'un expert communique via les TIC au nom d'une organisation, afin de protéger et l'expert, et l'organisation.

- Comment évaluer la contribution des experts au wiki? Pourquoi vont-ils contribuer? Comment valoriser le travail? Où est la valeur pour l'expert et pour l'organisation? Il faut aussi pouvoir définir des rôles, selon les compétences et aptitudes des gens.
- Chacun doit se faire attribuer un rôle qui lui convient, dans lequel chacun se sent à l'aise.

- Étapes de l'utilisation des TIC :
 1. Peur : l'utilisateur se méfie de la TIC. Il faut le rassurer et rapidement lui démontrer l'intérêt des TIC.
 2. Découragement : l'utilisateur est noyé dans l'information. Il ne sait pas où donner de la tête.
 3. Satisfaction : l'utilisateur a mis les bons filtres en place.

- Les réseaux sociaux ne sont pas les seuls TIC, les wikis et autres outils de travail collaboratif sont également intéressants.
- L'approche scientifique se prête aux médias sociaux avec des adaptations, mais il faut tenir compte qu'une évolution progressive et compréhensive est essentielle.
- Miser sur les déclencheurs, les gens qui sont prêts à se lancer.
- L'INSPQ s'est développé notamment par opportunités de financement, en allant de mandats en mandats. Cette façon de faire favorise la compétition et le travail en silos, ce qui est moins favorable à l'exploitation des outils de travail collaboratif. La matière première à l'INSPQ c'est la connaissance, l'intégration des outils de travail collaboratif et de diffusion du Web 2.0 pourrait donc impliquer de mettre en place une politique de gestion des connaissances, touchant plusieurs aspects :
 - Les droits d'auteurs. Comment, par exemple, gérer les droits d'auteur dans un wiki ?
 - Le transfert des connaissances (TC). La reconnaissance d'un statut d'expert se fait traditionnellement ou principalement par des publications dans des revues avec comités de lecture. Cependant, faire du TC dans d'autres contextes a le potentiel d'apporter la même crédibilité et reconnaissance. Seulement, nos systèmes d'évaluation du rendement ne sont pas construits pour reconnaître cela.
 - La relève. Les départs à la retraite appellent à un important stockage de connaissances. Le web 2.0 pourra être utile dans cette perspective.

- Les compétences, habiletés ou aptitudes au transfert des connaissances et au travail collaboratif pourraient être des éléments à intégrer dans les descriptions de tâches et les programmes d'appréciation du rendement. Il faut intégrer ce type de travail et de compétences dans les mécanismes des organisations pour stimuler les scientifiques à travailler avec ces outils collaboratifs, dans une perspective organisationnelle et à des fins de rayonnement et de transfert des connaissances.
- Est-ce que nous devons nous limiter aux TIC à l'interne ou aller vers l'externe ? Minimale, il faut passer par l'interne avant d'aller vers l'externe pour nous donner le temps d'acculturer, de développer les capacités.
- De plus, certaines thématiques se prêtent mieux que d'autres aux TIC.

- Il faut développer et maintenir un modèle hybride et ne pas passer d'un extrême à l'autre, notamment sur :
 - Documentation papier vs virtuelle
 - E-learning vs formation en présence
 - Rôle de chercheur vs rôle de relayeur
- Les chercheurs ne peuvent pas tout faire. Nous devons penser en fonction du travail en équipe et non pas en terme d'individus qui cumulent toutes les compétences.
- Un changement de culture est nécessaire pour faire en sorte que les experts ne travaillent pas seulement à l'avancement de leur carrière.
- Cinq choses recherchées par une personne dans une organisation :
 - Reconnaissance ;
 - se sentir utile - mise à contribution dans ce qu'elle excelle;
 - l'équipe se sent utile - se sentir utile à l'équipe;
 - possibilité d'avancement ;
 - les conditions adéquates sont en place pour travailler.
- Que les "super transformateurs de connaissances" soient reconnus. Retrouver différentes compétences dans une équipe (définir les rôles).
- Gestion de projet : disponibilité pour travailler sur des opportunités, qui ont un début et une fin. Masse critique minimale pour pouvoir faire vivre ces TIC.
Réorganisation des modes de travail : télétravail.

La matière première à l'INSPQ, c'est la connaissance. L'intégration des outils de travail collaboratif et de diffusion du Web 2.0 pourrait impliquer de mettre en place une politique de gestion des connaissances



Question 3 - Connaissance de nos publics

Relation avec les publics

Connaissez-vous vos publics? En avez-vous un seul ou plusieurs? Êtes-vous en interactivité avec eux? Quels sont les enjeux de transfert de connaissances?

INSPQ – Espace communication en santé publique

On avait deux publics : les professionnels de la santé publique et les personnes des communications. On rejoint bien les professionnels. Nous avons commencé avec des moyens traditionnels. Nous leur avons téléphoné pour créer notre liste de distribution. Nous leur envoyons maintenant une infolettre pour maintenir leur intérêt et les attirer sur notre site... c'est peut-être ça, l'hybride? Nous ne voulons pas avoir tout le monde, nous ne voulons pas viser trop large.

INPES

À l'INPES, nous avons plusieurs publics mais le grand public est le plus important. Nous le connaissons notamment grâce au baromètre populationnel. Cependant, nous ne savons pas si nous arrivons à le rejoindre avec les TIC.

Nous passons des ententes avec d'autres organismes pour qu'ils diffusent du contenu ou animent des blogues sur d'autres sites. Ainsi, les gens s'expriment plus facilement que sur un site institutionnel. Cela nous permet également de diffuser du matériel qui ne serait

pas approprié sur notre site. Cela nous donne moins de visibilité, mais on rejoint nos publics.

- p. ex. message sécurité gay : star de porno gay qui met un condom. On ne peut pas héberger ça sur notre site. Aussi, la star n'aurait peut-être voulu s'associer avec L'INPES. Stratégie semblable dans la problématique du tabac pour les jeunes, en utilisant un manga.
- On tâtonne, on expérimente des choses. On n'arrive pas nécessairement à savoir quel est l'impact, mais nous misons sur des relayeurs qui arrivent à mieux communiquer que nous avec nos publics cibles.

INSPQ – Équipe des communications

- Les TIC nous permettent de découvrir de nouveaux publics cibles
 - p. ex. nous avons développé un site sur la violence conjugale destiné aux journalistes. Nous nous sommes rendu compte que 80% des usagers étaient des victimes de violence conjugale. Ce site n'est cependant pas adapté pour un tel public. Que devons-nous faire ? Devons-nous adapter le site ?

INSPQ – Équipe politiques publiques

Les médias sociaux nous forcent à un *work in progress*. Nous ne pouvons pas en déterminer les effets à l'avance. Nous ne pouvons souvent pas connaître les acteurs influents avant d'être en contact avec eux. Une fois qu'on les trouve, on se réajuste. Cela se construit petit à petit.

Réactions des experts

Les personnes n'utilisent pas le même vocabulaire dépendamment de leur milieu, ce qui peut constituer un problème.

- En utilisant les TIC avec le grand public, on est dans l'instantané. Il faut accepter que des erreurs se produisent et reconnaître le droit à l'erreur de l'organisation sur ces sites. Il faut faire preuve d'humilité, car il y a possibilité de se tromper.
- En 2009, seulement 9 % des internautes écrivent des commentaires sur le net. Il y a un biais de sélection : seulement une partie de la population s'exprime.
- Comment peut-on exploiter la clientèle des TIC? Comment travailler avec eux? Par exemple, on pourrait valider des projets de lois. Est-ce qu'on peut développer des stratégies pour ça?
 - Open Innovation : utiliser l'avis de toutes les parties prenantes
 - p. ex, la ville de Melbourne a élaboré un plan stratégique d'urbanisme au moyen d'un wiki. Les citoyens s'enregistrent pour y participer.
- Il est possible de définir un public cible mais on doit se réajuster en permanence.
- Est-ce qu'on tente de rejoindre nos utilisateurs par nous-mêmes ou faut-il chercher l'aide d'« influenceurs/relayers »? Ces « influenceurs » ne sont parfois pas ceux à qui nous aurions pensé.

En sept points

1. Dépasser le discours technophobe et former les gens à utiliser ces technologies.
2. Utiliser les technologies à l'interne avant de se lancer à l'externe. Commencer petit, mais penser grand. Miser sur les succès rapides.
3. Convaincre la direction d'adhérer. Cette adhésion est un critère de succès. Si la décision ne vient pas d'en haut, c'est alors difficile de réussir.
4. Penser à la mobilité. Penser à la continuité dans l'utilisation, etc. L'information doit être accessible partout, en tout temps.
5. Prévoir un changement profond dans la culture. Savoir faire cohabiter des valeurs, des vérités et des opinions contraires.
 - Récursivité : la technologie influence l'organisation, et vice-versa
 - L'hologramme : le tout est dans la partie, et vice-versa. Nous devons conserver une vue d'ensemble et aller dans certaines parties pour savoir où on va.
6. Faire un plan :
 - a. Définir les objectifs et la cible
 - b. Définir la stratégie
 - c. Choisir un outil technologique
 - d. Réviser le tout
7. Ne pas oublier l'aspect humain. Savoir composer avec la déshumanisation des technologies.

Les outils du web 2.0 sont faciles à aborder et ils le deviendront de plus en plus. On peut savoir comment les utiliser en quelques jours seulement. Il faut changer nos perceptions : c'est moins une révolution technologique qu'une révolution dans les façons de travailler :

1. Développer les capacités en commençant avec les gens qui ont un intérêt pour ça.
2. Cibler les projets : certains se prêtent mieux que d'autres.
3. Voir grand, agir petit, livrer rapidement.
4. Mettre sur pied une stratégie qui s'inscrit dans l'évolution des processus de travail.
5. Mesurer les résultats.
6. Développer une stratégie de travail collaboratif.
7. La représentation des citoyens est importante.

Régis Barondeau

André Simpson