

## Outil pour réfléchir son mandat de veille dans son organisation

« Nous sommes 47 veilleurs ! “Ne virons pas fou” avec la veille, mais appliquons quelques bonnes pratiques »

COMMENT COLLECTER ?	QUOI COLLECTER ?	OÙ DIFFUSER ?	COMMENT DIFFUSER ?
<p>Prioriser l'utilisation des outils de veille de votre organisation d'accueil :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fils d'actualisation de réseaux sociaux</li> <li>- Abonnement à diverses infolettres (voir référence n° 1)</li> <li>- Agrégateur de flux RSS<sup>1</sup></li> <li>- Outils de veille ou autres agrégateurs de contenus (Scoop-it, Pearltrees, Zotero, Mention, etc.)</li> </ul> <p>Si votre organisme n'a pas d'outils de veille, mettre en place des mécanismes en respectant les besoins et les ressources de votre organisation.</p>	<p><b>Individuellement</b></p> <p>Pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- votre organisme</li> <li>- votre secteur</li> <li>- votre territoire</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Les bonnes pratiques</li> <li>2. Événements culture + numérique + recherche</li> <li>3. Rapports, études, etc.</li> <li>4. Formations (compétences numériques) : alimenter au besoin (sans plus), mais il faut prendre en conscience que les coordonnateurs à la formation continue, membres de Compétence Culture, ont déjà ce mandat de veille.</li> <li>5. Sources de financement, appels de projets publics ou privés</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Groupe Facebook <a href="#">Les arts, la culture et le numérique</a> pour les contenus d'intérêt général et pour faire rayonner les bonnes pratiques de votre secteur ou territoire.</li> <li>2 Votre organisme d'accueil, votre secteur ou territoire pour les contenus pertinents dans le cadre de votre mandat. <ul style="list-style-type: none"> <li>- infolettre</li> <li>- site Web</li> <li>- communautés régionales et sectorielles<sup>2</sup></li> </ul> </li> <li>3 Slack Réseau ADN dans les chaînes prévues à cet effet.</li> <li>4 <a href="#">Guide de référence Culture/NumeriQC</a></li> <li>5 Google Drive</li> <li>? En évolution</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vous assurer que le contenu n'a pas déjà été partagé.</li> <li>- Vous poser la question : est-ce que le contenu est pertinent pour la communauté nationale?</li> <li>- Éviter les contenus de langue anglaise.</li> <li>- Vulgariser le contenu en proposant un résumé.</li> <li>- Éviter les événements puisque Québec numérique alimente un calendrier mensuel à partir de la chaîne #Veille_événements</li> </ul> <p>Consulter votre agent d'information ou de communication pour définir votre stratégie de diffusion.</p> <p>Mettre en place des stratégies de diffusion en respectant les besoins et les ressources de votre organisation.</p> <p>Partager en respectant les bonnes pratiques de la <a href="#">gestion du Slack</a>.</p> <p>Proposer de nouvelles références à Québec numérique en conformité avec sa <a href="#">Politique éditoriale</a></p> <p>Dans le dossier OutilsADN, proposer des outils destinés aux ADN dans la réalisation de leur mandat. Référence : <a href="#">Consignes RADN-Bureau des agents</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Faire évoluer les outils de veille et de diffusion en fonction des ADN et des chantiers</li> <li>- Développer des alliances stratégiques pour favoriser la circulation d'information en matière de compétences numérique</li> <li>- Analyser l'opportunité d'utiliser le site Web du Réseau ADN pour la diffusion</li> </ul>

<sup>1</sup> « Really Simple Syndication » : un produit RSS est une [ressource du World Wide Web](#) dont le contenu est produit automatiquement (sauf cas exceptionnels) en fonction des mises à jour d'un [site Web](#).

<sup>2</sup> Voir l'annexe du [Guide d'accueil](#)

## Référence no.1 : Listes des abonnements individuels incontournables :

1. Réseaux sociaux et/ou infolettre Culture/NumériQc
2. Réseaux sociaux et/ou infolettre Xn Québec
3. Réseaux sociaux et/ou infolettre du MCC/SODEC/CALQ et du PCNQ
4. Réseaux sociaux et/ou infolettre Fonds des médias recommandé par @Miriel <https://trends.cmf-fmc.ca/fr/>
5. Veille 101 de la France « Espaces Culture Multimédia » : <http://lists.imaginationforpeople.org/cgi-bin/mailman/listinfo/cmm>
6. Le bulletin de veille de Charles Vallerand (abonnement 50\$)

## 5 EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES

Gisèle a publié dans le **Groupe Facebook national.**

Par ce geste, elle atteint plusieurs objectifs :

- Elle diffuse à un public plus large
- Elle diffuse du même coup aux ADN
- Elle met en valeur une pratique inspirante de sa région
- Elle favorise le rayonnement du Réseau ADN

Jovanny a publié dans sa **communauté sectorielle**

Par ce geste, il atteint plusieurs objectifs :

- Il crée de l'engagement dans sa communauté
- Il diffuse directement à sa cible première

Catherine a publié certains contenus qu'elle juge pertinent sur le **site Web de son organisme.**

Par ce geste, elle atteint plusieurs objectifs :

- Elle sort de la « planète Facebook » et offre ainsi une meilleure visibilité de son contenu
- Elle propose une valeur ajoutée à ses membres en faisant une pré-sélection du contenu

Isabelle a publié sur la **chaîne #veille\_événements** une activité de l'un de ses organismes d'accueil.

Par ce geste, elle :

- Diffuse directement aux ADN et du même coup à Québec numérique qui alimente un calendrier mensuel
- S'assure de maximiser le temps des ADN consacré à la veille en résumant sa publication : nom, date, heure, lieu

Claire a créé un **dossier, dans le Bureau des agents**, afin d'y mettre divers outils destinés aux ADN dans la réalisation de leur mandat.

Par ce geste, elle partage des outils qu'elle juge pertinent pour toutes et tous plutôt que les converser envers elle.

### [Voir la publication Facebook](#)



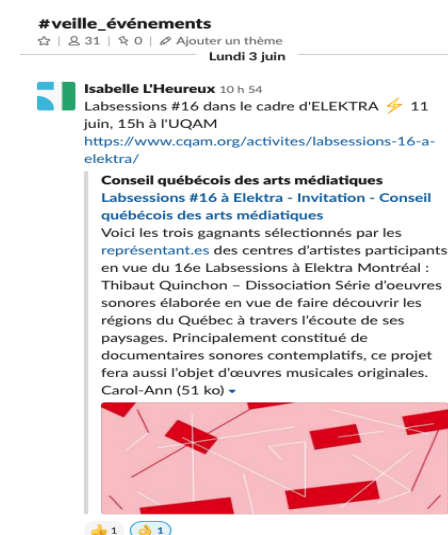
### [Voir la publication Facebook](#)



### [Voir le site Web](#)



### [Voir la publication Slack](#)



### [Voir le dossier Drive](#)

