|  |
| --- |
| Élaborer un plan de diffusion  |
| **Tutoriel** |

****



* Partager les résultats et les recommandations
* Favoriser l’appropriation des résultats
* Rendre compte aux partenaires bailleurs de fonds et collaborateurs des résultats
* Participer au positionnement et au rayonnement de la mission universitaire du CCSMTL et de l’IU-CAU-CR
* Favoriser l’obtention de prochains fonds et l’adhésion de collaborateurs

**Pourquoi diffuser ?**

****

****

Les projets, documents, rapports sur lesquels nous travaillons méritent d’être vus, consultés, utilisés ! Malheureusement, l’étape de la diffusion nous cause bien souvent du souci. À qui s’adresser, comment le faire ? Et puis ce n’est pas notre spécialité à nous, la diffusion !

Le présent tutoriel vise à proposer **un plan de base** à suivre pour alimenter vos réflexions entourant la diffusion de vos travaux. Il conviendra pour les projets de diffusion simples, auprès de vos partenaires et collaborateurs.

Il vous est présenté en format Word pour faciliter son utilisation. Vous pourrez ainsi le personnaliser selon vos parties prenantes, vos moyens et vos échéanciers propres. Il présente les grandes lignes d’une réflexion à faire pour élaborer un plan de diffusion. N’hésitez pas à ajouter ou retrancher des catégories pour refléter l’environnement dans lequel votre initiative se positionne.

La mise en application de ce plan de diffusionrelève de l’équipe dédiée au projet.

**Et si vous souhaitez aller plus loin…**

Si votre initiative de diffusion aborde des enjeux politiques, si vous souhaitez le présenter à un ministère ou un élu pour influencer des politiques publiques, si vous souhaitez attirer l’attention des médias ou s’il comprend des risques stratégiques pour l’organisation, veuillez consulter l’équipe de Diffusion des connaissances (DC) de la DEUR. Nous veillerons à évaluer la situation avec vous et vous accompagner dans vos démarches.

**Élaborer un plan de diffusion**

est une production de la Direction de l’enseignement universitaire et de la recherche

du CIUSSS du Centre-Sud-de-l’Île-de-Montréal

[ccsmtl-mission-universitaire.ca](https://ccsmtl-mission-universitaire.ca/fr)

Pour joindre l’équipe Diffusion des connaissances : valorisation.ccsmtl@ssss.gouv.qc.ca

Images :

* Macrovector — Freepik.com
* Pixabay.com

Mise à jour : Mars 2023

**Parties prenantes**

**À qui *veut-on diffuser ?***

Établissez d’abord une liste des parties prenantes propres à votre projet ou à la diffusion de votre document.

Les **Catégories générales** sont citées pour vous donner des idées et vous donner des pistes de réflexion. Elles peuvent évidemment être ajustées selon vos réalités. Plusieurs cases libres vous permettent d’ajouter vos propres parties prenantes.

Pour remplir la colonne **Parties prenantes spécifiques à votre projet de diffusion**, soyez le plus précis possible, incluant le nom de la personne-ressource. Assurez-vous de n’oublier personne.

Cette liste constituera votre liste d’envoi pour les initiatives de diffusion.

**Qui sont vos collaborateurs, vos partenaires, les personnes qui devraient savoir que votre projet ou votre initiative existe ?**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **catégories générales de parties prenantes** | **Parties prenantes Spécifiques à votre projet de diffusion** | **Notes** |
| **Internes (CCSMTL)** |
| Demandeurs  | *Qui est à l’origine du projet ?*  |  |
| Partenaires — Collaborateurs | *D’autres directions du CCSMTL ?* |  |
| Centre de recherche, Institut universitaire, Centre affilié universitaire | *Vous adressez-vous seulement à votre équipe ou à d’autres équipes universitaires du CCSMTL ?* |  |
| Directeur scientifique |  |  |
| Directeur clinique et cliniciens | *Quelles directions ? Une équipe en particulier ?* |  |
| Personnel de la DEUR | *Via le BalaDEUR* | Veuillez contacter l’équipe DC |
| Tous les employés du CIUSSS |  |  |
| Futurs utilisateurs |  |  |
| Autres ? |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **catégories générales de parties prenantes** | **Parties prenantes Spécifiques à votre projet de diffusion** | **Notes** |
| **Externes** |
| Partenaires — Bailleurs de fonds  | *Une Fondation ? Un fonds de recherche ?* |  |
| Autres CIUSSS  | *Quelles directions des autres CIUSSS ?* | Veuillez contacter l’équipe DC |
| Communauté de pratique |  |  |
| Ordres professionnels  |  |  |
| Universités | *Quelles facultés ?* | Veuillez contacter l’équipe DC |
| Organismes communautaires | *Dans quels quartiers ? À quel sujet ?*  |  |
| Médias |  | Veuillez contacter l’équipe DC |
| Ministère |  | Veuillez contacter l’équipe DC |
| Communauté scientifique |  |  |
| Autres ? |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Objectifs de diffusion**

**Pourquoi *veut-on diffuser ?***

Déterminer des objectifs clairs aura un impact important sur l’élaboration de votre plan. Cela influence le choix des moyens et la mise en œuvre des actions qui rejoindront vos parties prenantes.

Débutez chaque objectif par un verbe. Choisir un maximum de 3 objectifs pour tout le plan, ou 1 objectif par partie prenante, permet d’effectuer un exercice de priorisation.

Par exemple : Faire connaître..., susciter..., accroître..., informer..., sensibiliser...

*Qu’est-ce que vous voulez accomplir avec ce plan ?*

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**Outils et canaux de diffusion**

**Comment *veut-on diffuser ?***

Voici des exemples de canaux habituels selon les parties prenantes que vous souhaitez rejoindre. Vous pouvez assurément en trouver d’autres selon votre contexte !

|  |
| --- |
| **Outils généraux pour diffusion de masse** |
| Partenaires, collaborateurs, autres IU-CAU-CR… | Courriel de présentation du produit à diffuser incluant un lien vers plus d’information (document complet, page de projet…) | Selon votre liste de parties prenantes |
| Présentation personnalisée | Par exemple pour les collaborateurs |
| Partenaires et collaborateurs de votre IU-CAU-CR | Nouvelle sur la page Web de votre IU-CAU-CR |  |
| Nouvelle dans votre infolettre |  |
| Publications sur les réseaux sociaux de votre IU-CAU-CR |  |
| Employés de la DEUR | Nouvelle dans le BalaDEUR, infolettre aux employés de la DEUR | Veuillez contacter l’équipe DC |
| Directions cliniques du CCSMTL | Comité de coordination clinique universitaire (CCCU) | Veuillez consulter votre chef de service |
| Employés du CCSMTL | Nouvelle sur l’intranet du CIUSSS |  |
| Nouvelle dans le Rendez-vous du CCSMTL | Veuillez contacter l’équipe DC |
| Grand public | Publications sur les réseaux sociaux du CCSMTL (FB, Twitter, LinkedIn) | Veuillez contacter l’équipe DC |
| Initiative médiatique | Veuillez contacter l’équipe DC |

|  |
| --- |
| **Outils spécifiques pour diffusion ciblée** |
| Futurs utilisateurs | Présentation ciblée pour la partie prenante |  |
| Formation |  |
| Université | Courriel de transmission | Veuillez contacter l’équipe DC |
| Ministère | Courriel de transmission | Veuillez contacter l’équipe DC |
| Communauté scientifique | Rédaction d’article, présentation en colloque, affiche scientifique |  |
| Partenaires — Bailleurs de fonds  | Courriel de transmission |  |
| Autres CIUSSS  | Via les tables nationales sectorielles de direction | Veuillez contacter l’équipe DC |
| Communauté de pratique | Courriel de transmission |  |
| Ordres professionnels  | Courriel de transmission |  |
| Organismes communautaires | Courriel de transmission |  |

**Plan de diffusion**

**Avant *de diffuser…***

* **Développez vos listes d’envoi selon vos parties prenantes.** Il peut y avoir plusieurs listes d’envoi différentes selon la raison de l’envoi (ex. : simple information, future utilisation, remerciements aux collaborateurs, etc.).
* **Adaptez votre message selon le public cible.** Les messages transmis dans les courriels, par exemple, doivent donner envie à la partie prenante d’en savoir plus sur votre projet, document ou rapport. Mettez de l’avant pourquoi elle devrait le consulter, ce qui est intéressant pour elle, la raison pour laquelle vous leur envoyez cette information. Généralement, pour adapter votre message, la vaste majorité du courriel demeure la même, mais une phrase ou deux peuvent être personnalisées par public cible.
* **Demeurez concis.** En rédigeant vos messages, gardez en tête la réalité de la prenante ciblée. Selon ce que vous connaissez d’elle, combien de temps pourra-t-elle accorder à la lecture de votre message? Voilà, vous savez maintenant que chaque mot et chaque idée est précieuse.
* **Dans le cas de la diffusion d’un rapport ou d’un document volumineux,** la production d’une version courte et/ou d’un résumé sous forme d’infographie peuvent être des avenues intéressantes. Le dépôt des documents en ligne précèdent les actions de diffusion.
* **Assurez-vous que les documents de référence ont été déposés sur le site Web** de votre IU afin d’intégrer des liens dans vos courriels. Une pièce jointe est lourde et peut se perdre dans les transferts. Un lien est plus efficace. Précaution : ne pas déplacer le document par la suite pour ne pas briser le lien!
* **Signez vos messages.** N’oubliez pas d’ajouterles coordonnées génériques de votre IU-CAU-CR (courriel, tél, etc.) et si nécessaire celles d'une personne ressource pour les questions, ainsi que les liens vers votre site Web, le LinkedIn de la MU et votre page FB si vous en possédez une.
* Page Web MU CCSMTL : ccsmtl-mission-universitaire.ca
* LinkedIn MU CCSMTL :

**À vous de jouer !**

Remplissez le plan de diffusion à la page suivante grâce aux réflexions que vous avez faites jusqu’à maintenant !

Quel **Moyen** est le plus efficace pour rejoindre chaque partie prenante ? Ce choix dépendra de l’objectif de communication pour chaque partie prenante, et de la relation déjà établie ou que vous souhaitez développer avec cette dernière.

**Pourquoi un Échéancier** ? Vous pouvez évidemment informer toutes les parties prenantes en même temps. Vous pouvez aussi choisir de donner priorité à certaines parties prenantes (demandeur et collaborateurs, par exemple) avant d’ouvrir au grand public.

**Qui fait quoi (Responsable) ?** Choisissez qui initie la diffusion selon le moyen choisi et la partie prenante ciblée. Un courriel provenant d’une adresse générale peut très bien convenir pour une communication grand public. Par contre, un courriel émanant d’un directeur scientifique a plus de chance d’être consulté par ses pairs scientifiques, par exemple.

**Plan de diffusion**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Partie prenante** | **Objectif** | **Moyen** | **Responsable** | **Échéancier** | **FAIT** |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

Ce document est offert par l’équipe Diffusion des connaissances de la Direction de l’enseignement universitaire et de la recherche dans le cadre de son initiative FormaDEUR.