

**Bibliothèque
et Archives
nationales**

Québec



Le présent fichier est une publication en ligne reçue en dépôt légal, convertie en format PDF et archivée par Bibliothèque et Archives nationales du Québec. L'information contenue dans le fichier peut donc être périmée et certains liens externes peuvent être inactifs.

Version visionnée sur le site Internet d'origine le 11 novembre 2009.

Section du dépôt légal

■ Bulletin d'information e-Veille

- › Abonnement
- › Archives

Bulletin d'information e-Veille: Octobre 2009

- [Le nouveau rêve américain : un gouvernement plus transparent, plus ouvert et qui encourage la participation du citoyen](#)
- [Le microblogue ou l'ère de l'instantané : quels bénéfices pour les Administrations ?](#)
- [Les médias sociaux : la nouvelle voie de recrutement des jeunes ?](#)
- [Italie : la recette d'un gouvernement plus ouvert](#)

Le nouveau rêve américain : un gouvernement plus transparent, plus ouvert et qui encourage la participation du citoyen

À son arrivée au pouvoir, Barack Obama a clamé l'importance d'un gouvernement plus ouvert et plus transparent. Ayant déjà tiré parti des outils collaboratifs en ligne lors de sa campagne, le président a vite donné le ton à une transformation des administrations américaines. Adopter le Web 2.0 ou participatif, tel est le défi lancé aux instances publiques à tous les niveaux de gouvernement aux États-Unis. Le souhait d'une plus grande transparence, d'une plus grande participation et d'une collaboration accrue des citoyens, des entreprises et des organisations aura stimulé les administrations américaines à se renouveler et à changer leur façon d'appréhender leurs rôles. Ce vent de changement a entraîné une panoplie de chantiers dans l'administration américaine, chantiers qui visent, entre autres, à satisfaire les visées d'Obama.

Quelques cas exemplaires

Plusieurs initiatives du secteur public constituent des figures de proue dans l'adoption des médias sociaux.

GovLoop : le réseau social des fonctionnaires fédéraux

En juin 2008, Steve Ressler, gestionnaire en informatique à la Sécurité intérieure américaine, lança le réseau social [GovLoop.com](#) afin de permettre aux employés fédéraux de mieux échanger sur divers sujets qui les touchent. En un peu plus d'un an, le site a réussi à recruter plus de 20 000 membres. À la façon du site de réseautage Facebook, GovLoop permet aux adhérents de créer leur page personnelle et de se former un réseau de relations. Son créateur espère positionner ce site comme plaque tournante du secteur public : un endroit où les décideurs et les fonctionnaires échangeront des idées et exploreront de nouvelles opportunités. Différentes discussions se tiennent sur le blogue du site. Celui-ci permet d'en savoir plus sur les projets en cours, les réflexions sur l'adoption des médias sociaux dans l'Administration, etc. Il offre d'ailleurs aux membres de la fonction publique américaine la possibilité de se tenir informés des événements, activités et colloques sur des questions qui les intéressent. Le thème de prédilection sur GovLoop : l'adoption du Web 2.0 par le secteur public !

Data.gov : pour plus de transparence

Le site [Data.gov](#) a été mis en place en réponse à la volonté du président Obama de rendre plus accessibles les données dont dispose l'administration états-unienne. Ainsi, ce site répertorie les documents, statistiques, communiqués et autre information

diffusés par les diverses agences gouvernementales. La plateforme accueille, entre autres, plus de 109 000 fils RSS. Par exemple, l'Agence de protection de l'environnement (Environmental Protection Agency) y publie des rapports toxicologiques, le bureau du recensement (Census Bureau) y rend publiques des études sur les ménages et l'aviation américaine (U.S. Flight) y diffuse de l'information sur le trafic aérien. Les données sont présentées soit sous une forme traditionnelle (tableaux, graphiques, documents), soit sous forme de bases de données téléchargeables ou encore de données géoréférencées. Les données mises à la disposition de tous peuvent donc être récupérées facilement dans diverses applications informatiques.

Forge.mil : plateforme collaborative de la Défense américaine

Un autre leader incontestable du Web 2.0 dans le secteur public s'avère le ministère de la Défense américaine (Defense Department). Au cours des dernières années, ce Ministère a déployé des efforts considérables pour faciliter les communications et le partage des savoirs entre ses membres dispersés sur plusieurs territoires. Forge.mil constitue la plateforme de communication centralisée pour l'ensemble du personnel de la Défense. L'environnement Web s'appuie sur divers outils 2.0 pour encourager les échanges et faciliter la communication entre les militaires en mission et leurs autres collègues. La page Facebook de l'armée américaine s'avère l'une des plus populaires du gouvernement américain. Près de 60 000 personnes y ont adhéré. Cet outil permet aux militaires et à leurs proches d'échanger entre eux sur leur expérience et de s'apporter support et soutien.

Plan numérique américain : consultation publique à la Commission fédérale des communications

Dans le but de favoriser la participation des citoyens, des organisations et des entreprises à l'élaboration d'un plan numérique national, la [Commission fédérale des communications](#) (Federal Communications Commission) tire, elle aussi, profit du Web collaboratif. En effet, les personnes ou les groupes intéressés à contribuer à la définition des objectifs du plan numérique peuvent suggérer des thèmes pour les ateliers de la Commission sur un blogue, participer aux ateliers de la Commission par webdiffusion et poser des questions aux panélistes en direct par Twitter, recevoir des nouvelles sur le développement du plan numérique par des fils RSS, débattre d'idées sur le blogue, etc.

Autre outil fort intéressant utilisé par la Commission, [Ideascale](#) permet de présenter des propositions pour le plan numérique. Très convivial, il offre aussi la possibilité aux participants de voter sur les idées soumises par les autres contributeurs.

D'autres précurseurs

Aux États-Unis, la [NASA](#), le [Secrétariat d'État](#) (U.S. Department of State), le [gouvernement de l'Utah](#) sont également considérés comme des précurseurs et des modèles à suivre dans l'adoption innovante des applications collaboratives. La [Maison-Blanche](#) remporte, quant à elle, la palme d'or de la présence de l'administration américaine sur Facebook avec ses 327 592 adeptes.

En conclusion : qu'en est-il au Canada ?

Malgré des débuts timides, l'adoption des applications collaboratives par les ministères et les organismes au Canada suit son cours :

- Le réseau social [Common Look and Feel](#) (a été lancé et s'adresse aux fonctionnaires fédéraux canadiens qui gèrent des projets Web).
- GCPedia est une encyclopédie interne pour la fonction publique canadienne. La formule du wiki, inspirée de Wikipédia a été retenue. Elle permet ainsi aux 5908 membres de créer et de modifier les contenus qui y sont diffusés. À l'été 2009, 2938 articles dans les deux langues officielles se retrouvaient sur le site.
- Lien Canada, ou Connect2Canada en anglais, site de l'Ambassade du Canada aux États-Unis, tire profit de divers médias sociaux dans son offre de services aux citoyens canadiens demeurant en sol américain. Que ce soit par des [vidéos transmises par le site YouTube](#), par sa [page sur le réseau social](#)

[Facebook](#), par l'envoi de microbillets par [Twitter](#), par le partage [d'images sur Flickr](#) ou par son site Web, l'ambassade canadienne rejoint les Canadiens vivant aux États-Unis, les informe et leur offre divers services en ligne, mais agit comme catalyseur des échanges entre expatriés par les outils de réseautage.

Plusieurs autres initiatives, plus ou moins connues, sont en cours, comme le présente le site [Gouvernement 2.0 - Best Practices Wiki](#). Le site rassemble l'information sur les différents usages des médias sociaux par les ministères et les organismes au Canada.

Rédaction : Isabelle Vachon, chargée de projet et coordonnatrice du bureau de l'Abitibi-Témiscamingue, CEFRIO

Sources :

Accenture. [Web 2.0 Collaboration Tools for the Next Generation of Public Service. Driving high performance through more engaging, accountable and citizen-focused service](#), 30 juin 2009, 40 p.

Erllichman, Jeff. « [Web Tools for Transparent Government](#) », Federal Computer Week, janvier 2009.

[GovLoop.com](#), réseau social.

[Government 2.0 - Best Practices Wiki](#), site Wiki.

Jackson, Joab. « [Great .Gov Web Sites 2009](#) », Government Computer News, 27 juillet 2009.

Kelman, Steven. « [The Lectern: Govloop's Contracting Forum](#) », Federal Computer Week, 2 juillet 2009.

Krzmarzick, Andrew. « [5 Ways Social Media Will Change How Feds Work](#) », Federal Computer Week, 18 mai 2009.

Krzmarzick, Andrew. « [10 Ways Social Media Will Streamline Federal Acquisition](#) », Generation Shift, 3 juillet 2009.

Moore, John. « [Anticipated Web 3.0 Jibes with Open-Government Goals](#) », Federal Computer Week, 17 juillet.

Perry, Greg. « [GCPedia - Canada's Wikipedia](#) », Govloop, 4 juin 2009.

Simard, Albert. « [Social Networking in Government](#) », présentation, 4 novembre 2008, 27 p.



Le microblogue ou l'ère de l'instantané : quels bénéfices pour les Administrations ?

En 2009, selon l'enquête [NETendances](#) du CEFRIO, seulement 7 % des adultes québécois écrivent des commentaires sur des microblogues. Cette proportion atteint 9 % chez les internautes du Québec. Plusieurs experts prédisaient d'ailleurs que le microblogage, mieux connu sous le nom de [Twitter](#), le principal outil qui le supporte, allait mourir dans l'œuf puisqu'il n'avait pas réussi à séduire les plus jeunes. En fait, s'ils n'attirent pas autant les masses et n'ont pas la même capacité de rétention que les réseaux sociaux comme Facebook, les microblogues captivent une autre génération et une catégorie bien particulière de professionnels. Actuellement, Twitter compte somme toute 11,5 millions d'utilisateurs. Déjà plusieurs administrations publiques dans le monde se sont mises à microbloguer sur divers sujets et ainsi à échanger avec les citoyens, les entreprises et les organisations en temps quasi réel. Mais quels sont les véritables bénéfices que le secteur public peut en tirer ?

Qu'est-ce que le microblogage ?

Version réduite du blogue, le microblogue est un moyen de communiquer en temps réel de courts messages, variant de 140 à 200 caractères. Le microblogue peut être supporté par différentes plateformes. Toutefois, Twitter demeure la plus connue. Ce média social permet de demeurer à l'affût de ce que nos relations sont en train de faire au moment même et de partager de l'information sur le champ. D'ailleurs, c'est principalement à la question Que faites-vous en ce moment ? que le microblogueur est invité à répondre dans ses courts billets. L'accès aux micromessages peut se faire par diverses plateformes sur le Web, ainsi que par l'intermédiaire d'un téléphone cellulaire ou d'autres appareils mobiles et sans fil.

Qui sont les microblogueurs ?

Une étude de la firme de communication Sysomos , spécialisée en médias sociaux, a tenté d'en savoir sur le profil des microblogueurs. Les résultats, parus en juin 2009, révèlent que seuls 5 % des membres de plateforme de Twitter engendrent 75 % de l'activité de microblogage. Aussi, l'étude nous apprend que l'adhésion à Twitter est un phénomène très récent : près des trois quarts des 11,5 millions de comptes répertoriés avaient été créés au début de 2009. Malgré le fait qu'à la base le microblogage soit un outil pour favoriser les échanges en temps réel, l'étude montre que, dans les faits, 85 % des usagers de Twitter publient moins d'un microbillet par jour. Qui plus est, l'analyse des microbillets montre qu'une grande proportion d'entre eux sont des messages automatisés. Parmi les microblogueurs, 94 % comptent moins de 100 abonnés qui suivent leur envoi de micromessages et plus de 92 % suivent les péripéties de moins de 100 microblogueurs. Enfin, la firme a observé que, parmi les plus grands usagers de Twitter, 61,1 % vivent aux États-Unis contre 4,3 % au Canada. Selon les données de Nielsen de février 2009, les internautes âgés de 35 à 49 ans sont les plus fervents usagers du microblogue, représentant 42 % des abonnés de Twitter. La firme confirme aussi par son enquête que le microblogue s'avère surtout un outil professionnel, alors que 62 % des usagers y ont recours au travail seulement.

Quels avantages pour les Administrations ?

Selon [GovTwit](#), le répertoire des usagers de Twitter dans le secteur public aux États-Unis, plus de 2300 professionnels de tous les niveaux de gouvernement microblogueraient². De plus en plus d'Administrations s'intéressent aux possibilités qu'offrent le microblogue. D'ailleurs, les administrations [états-unienne](#) et britannique ont publié récemment des lignes directrices concernant l'usage de ce média à l'usage du personnel.

Au Royaume-Uni, l'Administration a fait paraître récemment un [guide de bonnes pratiques](#) pour les ministères qui souhaitent se lancer dans le microblogage. Selon elle, Twitter constitue un puissant outil de communication, que ce soit pour obtenir des nouvelles en temps réel, pour diffuser de l'information urgente aux citoyens (sur l'épidémie de grippe A(H1N1), en cas de catastrophe naturelle, de tempête majeure ou en cas de crise, par exemple) ou pour connaître les grandes tendances sur ce qui intéresse les citoyens à ce moment. En effet, les courts messages publiés par les microblogueurs peuvent être retransmis à d'autres abonnés. Les statistiques sur la transmission « virale » des microbillets étant diffusées, un palmarès des sujets de l'heure est rendu disponible sur les plateformes comme Twitter.

Une autre façon d'exploiter le potentiel du microblogue est de l'implanter à l'interne d'une organisation. Si bien des plateformes existent pour échanger de l'information, le microblogue a l'avantage d'être convivial et de ne demander que très peu de temps pour lancer un message. Ainsi, il s'avère un outil performant pour connaître sur quels dossiers travaillent les collègues au même moment, pour échanger des idées émergentes, pour savoir qui assiste à une conférence ou à une formation et quelles ont été ses impressions, etc. Des conseils de ville au Royaume-Uni ont fait l'essai de [Yammer](#), une version de Twitter pour l'interne d'une organisation. Le microblogue leur a permis notamment de favoriser l'échange de l'information entre les professionnels en communication et les techniciens en informatique travaillant sur le site Web et dispersés géographiquement.

Conclusion : quelques conseils

Le guide publié par l'administration britannique comprend quelques recommandations pour les ministères qui veulent utiliser adéquatement le microblogue. À propos des contenus diffusés par cet outil, le document conseille entre autres que les micromessages diffusés soient variés et autant que possible fournissent une information nouvelle et exclusive. Les microbillets doivent être rédigés dans un langage moins formel que dans les communiqués officiels et doivent être publiés fréquemment (de deux à dix messages par jour ouvrable). En plus des communiqués, annonces de publication ou d'événements et autres nouvelles ministérielles, Twitter peut être utilisé pour informer les citoyens des déplacements du ministre, pour couvrir des événements en temps réel, pour faire connaître des services publics, pour poser des questions aux citoyens, pour appuyer une campagne d'information ou pour diffuser de l'information en temps de crise. Le guide inclut également des précautions à prendre pour ce qui est de la sécurité de l'information et des autres risques associés à l'usage de ce média dans un contexte public.

Rédaction : Isabelle Vachon, chargée de projet et coordonnatrice du bureau de l'Abitibi-Témiscamingue, CEFRIO

Sources :

[GovTwit - the Government Twitter Directory](#), site web.

Carr, Nicholas, « [The Fickle Twitterer](#) », blogue de l'encyclopédie Britannica, 5 mai 2009.

Cheng, Alex et Mark Evans. Sysomos. « [An In-Depth Look at the 5% of Most Active Users](#) », août 2009.

Cheng, Alex et Mark Evans. Sysomos. « [An In-Depth Look Inside the Twitter World](#) », juin 2009.

Gouvernement des États-Unis. [Twitter Best Practices](#), WebContent.gov.

Heil, Bill et Mikolaj Piskorski. « [New Twitter Research: Men Follow Men and Nobody Tweets](#) », Harvard Business Publishing Blog, 1er juin 2009.

Krzmarzick, Andrew. « [UK's Twitter Guide for Government](#) », Generation Shift, 28 juillet 2009.

Monroe, John S. « [Something to Tweet About](#) », Federal Computer Week, 27 juillet 2009.

Parker, Tristan. « [Case Study - Web 2.0 in Local Government: Internal Interactivity Insights](#) », e-Government Bulletin Live, 23 juin 2009.

Williams, Matt. « [Number of Twitter Users in Government Increasing Rapidly](#) », Public CIO, 28 juillet 2009.



Les médias sociaux : la nouvelle voie de recrutement des jeunes ?

L'administration fédérale des États-Unis réussit moins bien que le secteur privé à recruter les jeunes diplômés des meilleurs universités et collèges. En effet, de nombreux Américains considèrent leur gouvernement comme un employeur de dernier recours. Pourtant, celui-ci offre des opportunités d'emplois avec des avantages sociaux sans précédent que d'aucuns, parmi ces jeunes, considèrent très attrayants.

Le processus de recrutement figure parmi les causes de cette performance défavorable de l'administration américaine. En premier lieu, celle-ci n'adapte pas sa campagne de recrutement à celle très agressive et ciblée du secteur privé.

En deuxième lieu, son calendrier de recrutement a lieu au printemps alors que celui de son concurrent est amorcé dès l'automne. Entre-temps, la pression des offres d'emplois exercée sur les étudiants fait que ceux-ci ne sont plus disposés à attendre les occasions offertes par l'Administration.

En troisième lieu, le service de gestion des ressources humaines ne consacre pas assez de ressources ni à l'analyse du comportement des utilisateurs des portails d'emplois au fédéral comme [studentjobs.gov](#) ou [usajobs.gov](#), ni à l'analyse comparative des utilisateurs des portails du secteur privé. De plus, le service des ressources humaines ne procède pas à une autoévaluation de ses performances de recrutement par le passé.

En dernier lieu, le mécanisme de conversion de stages en emplois à temps plein n'est pas adéquat pour permettre au gouvernement de saisir les opportunités de recrutement.

Les médias sociaux : la solution ?

Dans son essai intitulé « From Brain Drain to Brain Gain: Fixation Government College recrutement », publié à la mi-avril 2009, Stephen Ander, candidat au Master of Public Policy à la Kennedy School de Harvard, recommande aux agences fédérales des États-Unis de recourir aux technologies du Web 2.0. Il suggère notamment de renforcer leur présence sur les sites de réseautage social comme Facebook et LinkedIn afin d'améliorer leurs stratégies de recrutement auprès des jeunes.

Ces recommandations ayant pour effet de suggérer à l'administration américaine de réformer son infrastructure de recrutement se divisent en trois périodes d'implantation à court (un mois), moyen (un an) et long (3 ans) termes. Chacune de ces périodes est subdivisée en volets d'opérations et de marketing.

À court terme, les opérations visent à :

- Accroître l'implication des structures régionales et locales dans le processus de recrutement étudiant.
- Solliciter la participation des hauts dirigeants, y compris celle du président Obama.
- Solliciter des commentaires de tous les candidats à tous les stades du processus de recrutement.
- S'assurer de la cohérence et de la concision des offres d'emploi.

Le marketing vise à :

- Accroître la présence sur les sites Web de réseautage social (Twitter, Facebook, etc.).
- Créer des messages vidéo promotionnels avec le président Obama.
- Mettre en lien les anciens et les nouveaux candidats à tous les stades du processus de recrutement.
- Utiliser les sites Web de nouvelles sociales pour informer les jeunes sur les offres d'emploi disponibles.

À **moyen terme**, les opérations visent à :

- Mettre en œuvre un système de rétroaction et de gestion de données informant sur les transactions des usagers qui consultent les offres d'emploi.
- Calculer le retour sur investissement du recrutement en analysant les données relatives aux transactions.
- Formaliser et diversifier la formation de recruteurs.
- Permettre aux candidats de consulter les mises à jour apportées à leur dossier.
- Réviser les sites d'emplois étudiants de telle sorte que les possibilités de carrière et d'emplois y soient bien présentes.

Le marketing vise à :

- Cibler les parents et les professeurs dans ce processus en raison de leur pouvoir d'influencer la décision des étudiants.
- Créer sur le campus un comité d'anciens candidats payés pour répondre aux questions des étudiants ciblés.
- Renforcer la collaboration avec les services de placement des collèges.
- Planifier des visites semestrielles dans les collèges et les universités.
- Afficher les emplois dans les autres sites Web populaires.

À **long terme**, les opérations visent à :

- Aligner les tâches de recrutement sur l'évaluation du rendement des employés.
- Aligner les processus de recrutement du secteur public sur ceux du secteur privé.

Le marketing vise à :

- Multiplier les salons de carrières des étudiants avec les nouvelles technologies de l'information.
- Inclure un contrat de réciprocité avec les meilleurs sites capables de maintenir le lien avec les étudiants.

Ces recommandations visent à moderniser l'infrastructure de recrutement de l'administration américaine. Cependant, elles doivent être accompagnées d'une amélioration systématique du processus de recrutement dans son ensemble pour maintenir l'infrastructure à la fine pointe, conclut l'auteur. Sans quoi les agences fédérales de recrutement seront perpétuellement derrière le secteur privé pour attirer les meilleures candidatures, surtout chez les plus jeunes³.

Rédaction : Ndiamé Guèye, chargé de projet, CEFRIO

Sources :

Ander, Stephen. [From Brain Drain to Brain Gain : Fixing U.S. Government College Recruitment](#), avril 2009, 41 p.

Gracia, Jaime. « [Web 2.0 can Recruit New Workforce](#) », Federal Computer Week, 9 juillet 2009.

Krzmarzick, Andrew. « [5 Ways Government is Using Social Media to Recruit the Next Generation](#) », Generation Shift, 11 mai 2009.

Krzmarzick, [Andrew. HR 2.0: Using Social Media to Recruit, Retain and Train](#), présentation, Innogov.org, The 2009 Workforce Policy Forum, 11 juin 2009, 42 p.



Italie : la recette d'un gouvernement plus ouvert

Plusieurs initiatives en matière de démocratie en ligne et de gouvernement 2.0 viennent d'être lancées en Italie. Certaines parmi celles-ci se démarquent.

Gestion de la réputation

Reputation Manager est un logiciel développé par ActValue Consulting, qui, selon son président Paolo Mosconi, est conçu pour analyser en ligne les opinions, les jugements et les préjugés afin de protéger les marques et la crédibilité. Une version adaptée de ce logiciel à la politique a été mise au point pour aider les politiciens à percevoir et à influencer en ligne l'opinion du public. Il a été récemment présenté à une réunion de la Commission européenne financée par le Pan European eParticipation Network (PEP-NET), à Massa, en Italie.

Ce logiciel fonctionne en trois étapes. La première procède en deux temps : elle analyse d'abord des données qui sont des commentaires positifs ou négatifs émis par les internautes à l'égard d'un politicien ou d'une marque, dans des forums de discussion ou dans des sites comme YouTube, puis elle en estime les risques sur la réputation. La deuxième étape consiste à créer une stratégie visant à exercer une influence positive sur l'activité en ligne afin de renverser la tendance. Enfin, la dernière étape mesure les effets de cette action.

Mosconi souligne, toutefois, que toute tentative d'influencer les opinions doit être menée ouvertement : « Les agents qui prennent part aux conversations de cette manière devraient indiquer qui ils sont et pour le compte de qui ils agissent. »

Répertoire de cas exemplaires en démocratie en ligne

Dans le cadre d'une série de séances visant à examiner l'état général de la démocratie en Italie, Francesco Molinari, précédemment chef de projets en démocratie en ligne pour la municipalité de Massa, aujourd'hui devenu consultant indépendant, a dévoilé un nouveau projet visant à rassembler toutes les études sur de cas réalisés sur des projets exemplaires en matière de participation en ligne, en Italie. À ce jour, 110 projets ont été répertoriés.

Molinari souhaite ouvrir ce répertoire aux autres pays de l'Union européenne et de créer un portail d'entrée pour les 27 pays de l'Europe. Déjà, l'Allemagne et le Royaume-Uni, grâce aux initiatives conjointes du British Council Germany et du webzine allemand [Politik-digital.de](#), ont rassemblé 217 études de cas de leurs pays.

Un gouvernement plus ouvert grâce à Openpolis

Lors d'une autre séance du parlement Italien, Guglielmo Celata, un des pionniers de la démocratie en ligne dans ce pays, a ouvert les travaux par la présentation d'un nouveau site, Openpolis.it, qui fonctionne sur un logiciel libre à code ouvert. Le nouveau site rassemble un large éventail d'information sur les politiciens et leurs activités, notamment les déclarations du gouvernement, les propositions rejetées et les registres des mesures formelles, y compris les votes.

Les articles répertoriés sont alors étiquetés par un éditeur. Cette procédure permet d'établir des liens avec des sujets, avec les questions politiques soulevées et avec les actions des politiciens. Les citoyens peuvent suivre individuellement les activités de leurs élus sur le site ou recevoir des nouvelles par mots-clés. Les fonctionnalités Web 2.0 du site permettent aux utilisateurs de classer chaque action et d'ajouter des

commentaires à tout document.

Celata a déclaré que son équipe a également publié des classements des hommes politiques en fonction de leurs activités, par exemple, sur leurs absences du parlement.

Openparlamento : un parlement plus transparent

Openparlamento.it est une autre initiative qui permet aux citoyens de suivre les activités des politiciens. Cette application Web complexe offre aux citoyens la possibilité de recueillir de l'information sur la conduite des dossiers présentés par les élus au plan national, de leur proposition à leur approbation par la Chambre et le Sénat. Le site permet de suivre le processus d'un acte et des votes, renseigne sur ses signataires et présente le discours des fonctionnaires sur les actes. Il rend accessibles les documents textuels que les utilisateurs peuvent modifier et commenter au moyen d'un système de conversation en ligne. Ainsi, ceux-ci peuvent décrire dans leurs propres mots les actes parlementaires.

De plus, une page Web dédiée et un quotidien numérique personnalisé, contenant seulement les nouvelles liées à ces actes, les politiciens ou les arguments suivis par l'utilisateur, lui est envoyé par courriel. Cela lui permet de suivre presque en temps réel ce qui se passe.

L'idée de matérialiser sur un site Web, en direct, les principes de transparence dans les activités des élus, a guidé la conception de ce projet. « Nous avons voulu construire une place sur le Web où les citoyens peuvent s'informer et contrôler les activités des élus au parlement national », précisent les auteurs du projet.

Toutes ces initiatives numériques permettent aux citoyens de mieux comprendre les rouages du parlement, de suivre les activités de leurs élus et de commenter leurs actes. Cela contribue d'une certaine manière à rapprocher les citoyens et les députés qui les représentent.

Rédaction : Ndiame Gueye, chargé de projet, CEFRIO

Sources :

[Openparlamento.it](#), site Web.

« [Openparlamento.it - Let's Monitor the Italian Parliament!](#) », *Pep-Net - Pan European eParticipation Network*, 21 juillet 2009.

[Openpolis.it](#), site Web.

[Voisietequi.it](#), site Web.

JELLINEK, Dan. « [E-Democracy in Italy: Brand Politics](#) », *e-Government Bulletin Live*, 14 juillet 2009.



1. Une étude réalisée par l'Université *Harvard* en mai 2009 abonde dans le même sens. [Retour au texte](#)
2. Le site canadien [Government 2.0 - Best Practices Wiki](#) répertorie également les membres du gouvernement qui ont un compte sur Twitter, mais de façon moins exhaustive. [Retour au texte](#)
3. À noter que le colloque international du CEFRIO, [Génération C : les 12-24 ans, moteurs de transformation des organisations](#), qui s'est tenu à Québec les 20 et 21 octobre derniers, a porté sur les usages des technologies de l'information et d'Internet par les jeunes, en association avec leurs comportements en tant qu'élèves ou étudiants, travailleurs, consommateurs et citoyens. [Retour au texte](#)

Le bulletin *e-Veille* est produit sous la coordination du ministère des Services gouvernementaux, en collaboration avec le CEFRIO.

Direction des politiques
Ministère des Services gouvernementaux
888, rue Saint-Jean, bureau 555
Québec (Québec) G1R 5H6
Téléphone : 418 646-9121

Télécopieur : 418 646-9093

Gestion et supervision

Stéphanie Sauvageau, chargée de projet, Direction des politiques, ministère des Services gouvernementaux

Mireille Lacasse, directrice de projet, CEFRIO

Réalisation et rédaction

Isabelle Vachon, chargée de projet et coordonnatrice du bureau de l'Abitibi-Témiscamingue, CEFRIO

Avec la collaboration de:

Ndiamé Gueye, chargé de projet, CEFRIO

Édition Web

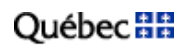
Sébastien Racine, technicien en informatique, CEFRIO

Direction des affaires publiques et des communications, ministère des Services gouvernementaux

Recherche documentaire

Isabelle Poulin, chargée de veille, CEFRIO

[Politique de confidentialité](#)



© Gouvernement du Québec, 2009