

Lancer sa communauté de pratique

Après avoir défini une problématique managériale importante, réfléchi à la composition idéale de la communauté et attribué les rôles, nous allons maintenant nous intéresser au recrutement, aux communications et au fonctionnement de la communauté, l'outillage et les ressources informatiques ayant fait l'objet du chapitre 5.

6.1 ÉLABORER UNE STRATÉGIE DE RECRUTEMENT

Sachant qu'il est préférable d'attirer des volontaires plutôt que de désigner des participants (nous y reviendrons plus loin), quelles sont les approches pour recruter les membres d'une communauté de pratique ?

Dans le cas d'une communauté de taille modeste où on souhaite une représentation complète (par exemple, chaque bureau régional, chaque unité administrative ou chaque usine y serait représenté), le recrutement peut se faire en sollicitant personnellement des membres potentiels intéressants. Si, par contre, on souhaite ouvrir grand les portes pour accueillir toute personne intéressée sans distinction de sa localisation administrative, on peut avoir recours à une annonce générale invitant les gens à une réunion d'information. Il peut aussi être sage de passer d'abord par l'échelon de la supervision, car un patron qui n'est pas engagé peut faire obstacle à la participation de son employé. La transversalité d'une communauté, c'est-à-dire sa capacité de traverser horizontalement les « silos » fonctionnels de l'organigramme, sera bien servie si on aborde le recrutement dans une perspective « amont/aval » : réunir dans un même groupe ceux qui sont en amont du savoir (créateurs, producteurs, chercheurs) et ceux qui sont en aval (employés de première ligne – ceux qui font directement affaire avec la clientèle, les usagers ou bénéficiaires d'un organisme public). La communauté amorcera ainsi une boucle de rétroaction utile à l'organisation.

Les moyens choisis viendront appuyer la stratégie : téléphone, courriel et rencontres individuelles si on est sélectif ; intranet, babillards et journal d'entreprise si on vise un large bassin. Un animateur peut par exemple vouloir profiter d'une tournée régionale pour dépister les candidats intéressants et entrevoir la possible « chimie » qui se dégagera de son groupe. Un autre profitera d'un événement annuel où les membres de plusieurs unités de travail sont réunis.

La thématique elle-même nous indique souvent qui recruter : communauté de parrainage pour les nouveaux



employés, communauté de la relève pour les employés à haut potentiel, communauté des actuaires de l'entreprise, etc. À titre d'exemples, dans le cadre du projet du CEFRIO, la société Desjardins a réuni les membres de la communauté autour de la pratique du commerce électronique ; dans un autre cas, celui du Conseil du trésor, il s'agissait de créer une communauté regroupant des membres du service de la formation du Sous-Secrétariat aux marchés publics ainsi que des responsables des acquisitions de différents organismes publics afin d'élaborer des outils (documents-types annotés, par exemple) qui permettraient une meilleure compréhension menant à une meilleure application des règles d'acquisitions dans la pratique. Enfin, au ministère des Transports, la communauté Réseau signalisation et circulation a été formée à partir d'un groupe d'ingénieurs et de techniciens, spécialisés dans le domaine de la signalisation et de la circulation routière, s'échangeant des informations et des connaissances sur leur pratique professionnelle qui consiste à organiser et à planifier la signalisation et la circulation ainsi qu'à gérer la sécurité sur les chantiers routiers – de même qu'aux abords des chantiers – à l'échelle provinciale.

Si on lui en donne les moyens, un réseau informel déjà existant peut aussi servir de noyau de départ à une

SOURCES D'INFORMATION DES PARTICIPANTS DU PROJET DU CEFRIO AU SUJET DE L'EXISTENCE DE LEUR COMMUNAUTÉ DE PRATIQUE VIRTUELLE

Selon leurs réponses, 25,5 % des participants ont été informés de l'existence de la communauté par un collègue ; 6,5 % ont été informés par un appel à tous ; 24,8 % l'ont été par leur supérieur immédiat ; 2 % l'ont été par le portail virtuel de leur organisation ; 3,9 % par le journal interne et 4,6 % de manière informelle. Plusieurs autres sources ont été mentionnées, notamment des comités d'experts, des forums, des réunions, des courriels¹.

communauté plus large. Les membres du réseau peuvent nous recommander des candidats potentiels.

Certaines grandes initiatives exigent de bâtir et de maintenir à jour plusieurs volets thématiques appartenant à une grande problématique. Ainsi, la réduction du cycle de l'idée au marché peut exiger la maîtrise de plusieurs domaines touchant le design, le développement accéléré, la mise en marché novatrice, l'ingénierie simultanée, etc. Chacun de ces volets deviendra une thématique attirant les employés concernés. À titre d'exemple dans la construction automobile, DaimlerChrysler a mis sur pied plus de 200 « clubs » techniques dont la mission est de constituer, au moyen de la base de connaissances EBOK (*Engineering Book of Knowledge*), une véritable encyclopédie de la compagnie pour chacun des multiples domaines à maîtriser : carrosserie, châssis, systèmes électroniques, chauffage et climatisation, etc.².

Terminons cette section en mentionnant quelques observations tirées de la recherche du CEFRIO.

Recrutement et sélection³

En matière de recrutement et de sélection, l'un des enjeux pour les gestionnaires est d'attirer des volontaires pour participer aux communautés, puisque les volontaires sont plus susceptibles de participer activement que les personnes qui ont été forcées d'intégrer le groupe de travail (APQC, 2001 ; Mitchell, 2002). Pour recruter ces volontaires, Lesser et Everest (2001) suggèrent de publiciser l'existence et les succès de la communauté afin de montrer clairement les bénéfices que les individus peuvent tirer de leur participation à ce groupe.

Par ailleurs, une fois les volontaires identifiés, plusieurs auteurs suggèrent qu'ils soient évalués et sélectionnés selon des critères assez précis, afin que l'on s'assure qu'ils réunissent les conditions favorables à l'épanouissement des communautés. Ainsi, Wenger et Snyder (2000), de même que Wasko et Faraj (2000), considèrent que les membres potentiels doivent être reconnus comme experts dans le domaine d'action de la communauté. Duarte et Snyder (2001) insistent pour leur part sur l'habileté des membres potentiels à travailler dans un environnement virtuel. Cohendet, Créplet et Dupouët (2003) notent que les participants se sélectionnent eux-mêmes dans les communautés de pratique, mais dans le but précis d'augmenter les compétences dans une pratique donnée, de sorte qu'ils sont sélectionnés en fonction de leur passion commune pour la pratique en question.

6.2 LA RÉUNION DE FONDATION

On n'a jamais une deuxième chance de faire une bonne première impression ! La réunion de fondation constitue souvent la toute première occasion de rencontrer des membres de la communauté. Il est hautement souhaitable que cette première réunion se déroule en face à face, pour ainsi contribuer à bâtir la confiance et à favoriser la quantité et la qualité des échanges, autant formels qu'informels (durant les pauses, par exemple). On préparera avec soin cet investissement en temps, d'autant plus que certains membres seront peut-être venus de loin pour y participer.

La réunion de fondation d'une communauté de pratique n'est pas une réunion comme les autres. Ayant lieu au terme du processus de planification et de recrutement, elle a pour objectif de lancer cette nouvelle initiative, de créer une nouvelle entité prometteuse. On souhaite cet événement empreint d'un enthousiasme précurseur d'une solidarité future. Cette réunion exigera un judicieux dosage de formalité et de souplesse.

La réunion peut facilement durer toute une journée, parfois plus. Prévoir une salle confortable, bien équipée, facile d'accès. Penser au goûter et aux rafraîchissements. Bien indiquer comment se rendre, etc. C'est ainsi qu'ont procédé, à titre d'exemples, les communautés Solutions PME Export et Réseau action partage pour leur réunion de fondation qui s'est déroulée une journée durant au centre-ville de Montréal, certains participants s'étant déplacés d'aussi loin que de la Gaspésie pour cette importante première.

Comment se déroule une réunion de fondation ? Comme le montre le déroulement typique que présente l'outil 6B, plusieurs activités peuvent la constituer.



TABLEAU 4 – CONTRIBUTION POSSIBLE D'AUTRES RESSOURCES

Ressources qui, par leurs compétences particulières, peuvent apporter un soutien complémentaire à l'équipe de développement de la communauté.

| Groupe fonctionnel | Contribution possible |
|--------------------------------------|---|
| Communications/affaires publiques | <ul style="list-style-type: none"> • Rédaction d'un communiqué promotionnel dans le journal d'entreprise pour susciter la participation • Rédaction d'un mémo d'invitation personnalisé |
| Informatique/formation technique | <ul style="list-style-type: none"> • Développement ou acquisition d'un collecticiel • Formation initiale aux outils de collaboration au cours de la réunion de lancement |
| Bibliothèque/centre de documentation | <ul style="list-style-type: none"> • Suggestions de trucs et d'astuces sur la recherche dans Internet • Initiation aux principes de gestion documentaire |
| Ressources humaines | <ul style="list-style-type: none"> • Coanimation, facilitation de la réunion de lancement qui se tient en face à face • Formation en résolution de problèmes, en gestion de conflits ou en communications interpersonnelles |
| Audiovisuel | <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place ou suggestions sur l'utilisation de moyens techniques facilitant les échanges en salle (location de tableau électronique, etc.) |



DES IDÉES D'ACTIVITÉS POUR UNE COMMUNAUTÉ

6A

- Prévoir des conférences téléphoniques mensuelles ou hebdomadaires.
- Fixer des rencontres face à face trimestrielles ou semestrielles.
- Transposer dans l'intranet des techniques d'animation en salle (exemple : technique des six chapeaux de De Bono, tableau blanc, post-it amovibles, etc.).
- Assurer un suivi des conférences touchant le domaine d'intérêt de la communauté.
- Établir une liste des nouveaux livres.
- Rédiger un « livre blanc » touchant certaines questions du domaine.
- S'abonner aux revues pertinentes et se partager de la tâche de les lire et d'en rapporter les éléments essentiels.
- Maintenir le contact avec des personnes intéressantes (consultants, conférenciers, professeurs, etc.) et les inviter de temps en temps.
- Maintenir une liste des questions d'intérêt, des projets valables, des problèmes auxquels la communauté devrait s'attaquer et veiller à donner la priorité aux points importants qu'elle contient.
- Bâtir ses propres outils, au rythme des besoins.
- Organiser une foire annuelle de transfert de connaissances, des déjeuners-conférences, etc.
- Trouver et établir des liens avec d'autres communautés similaires.
- Inciter chaque membre à créer une page personnelle sur l'intranet collectif.
- Élaborer en groupe un corpus documentaire, un référentiel de connaissances.





DÉROULEMENT TYPIQUE D'UNE RÉUNION DE FONDATION

6B

| | |
|--|---|
| Derniers préparatifs | L'animateur vérifie la salle, le matériel, etc. |
| Arrivée des participants | L'animateur accueille les participants à mesure qu'ils arrivent. Conversations et présentations informelles. |
| Début de la réunion | L'animateur se place de manière à pouvoir bien mener la réunion ; le <i>coach</i> peut être à ses côtés, de même que le parrain et le commanditaire. |
| Mot d'accueil de l'animateur | L'animateur souhaite la bienvenue aux participants, leur donne les informations habituelles pour se situer dans l'édifice, ouvre la réunion avec enthousiasme sous le signe de la bonne humeur. Il présente et remercie de leur appui ceux qui l'entourent. Il les invite à prendre la parole après avoir revu la genèse de cette initiative pour le bénéfice de tous ceux qui sont présents. |
| Intervention du parrain | Le parrain indique pourquoi et comment il entend appuyer cette initiative. Il situe l'existence de la communauté dans une problématique managériale plus vaste. |
| Intervention du commanditaire | Le commanditaire explique les motivations de sa contribution à la mise en œuvre de la communauté ; il fait part de ses attentes, etc. |
| Intervention du <i>coach</i> | Le <i>coach</i> se présente et explique la nature de son travail : il est là pour partager son expérience avec la communauté, et soutenir l'animateur. |
| Présentation de toute autre personne de l'équipe de développement, s'il y a lieu | Toute autre personne appelée à fournir une aide sporadique peut expliquer en quoi consistera sa contribution (voir le tableau 4, « Contribution possible d'autres ressources »). |
| L'animateur invite les participants à se présenter | L'animateur veillera à choisir la formule qui convient le mieux au groupe. Il existe plusieurs façons de rendre cela vivant. |
| L'animateur propose un ordre du jour et l'ajuste, au besoin, selon les attentes ou les préoccupations des participants | L'ordre du jour peut comprendre des éléments de forme, et d'autres de fond. Ainsi, les participants peuvent être invités à se donner un <i>modus operandi</i> , à discuter du temps qu'ils peuvent investir, de leurs contraintes ou des éléments facilitants. En ce qui concerne le fond, ils peuvent entrevoir les thèmes ou sous-thèmes prometteurs, les perspectives possibles, les points qui les intéressent. |
| Goûter et pauses au besoin | Ne pas tenter de comprimer ces périodes informelles très riches en échanges qui contribuent à solidifier la communauté. Le parrain et le commanditaire peuvent quitter la réunion s'ils le doivent. |
| Retours de pause ou de lunch | Les retours de pause ou de lunch des participants peuvent donner lieu à un tour de table pour leur permettre de faire part de conversations qu'ils ont eues ou d'éléments de réflexion. |
| Présentation des outils de collaboration/formation | Les gens étant souvent un peu amortis en après-midi, il convient de les stimuler en leur faisant faire des choses concrètes. C'est le temps de les familiariser avec les outils de collaboration dont ils feront usage. |
| Conclusion | Conclure la réunion en maintenant l'enthousiasme. Les participants doivent repartir avec une idée claire des prochaines étapes et des activités qui viendront rythmer la vie de leur communauté. |

6.3 LE FONCTIONNEMENT DE LA COMMUNAUTÉ

Dans leur ouvrage *Cultivating Communities of Practice*, les auteurs Wenger, McDermott et Snyder (2002) proposent sept principes guidant l'épanouissement des communautés. L'un de ceux-ci a trait au rythme qu'il est bénéfique d'imprimer à une communauté. Toute vie est fondée sur le rythme, et les communautés ne font pas exception. Les interactions entre ses membres n'en seront que plus fécondes si elles sont soutenues par des activités périodiques telles que réunions, téléconférences, lunches informels et activités sur le Web. Les auteurs avancent que le rythme d'une communauté est le plus fidèle indicateur de sa vivacité. L'alternance entre les réunions plénières riches d'idées et celles de sous-groupes à l'intimité confortable, la combinaison de forums d'échange et de projets de développement d'outils, les événements spéciaux qui s'ajoutent aux réunions ordinaires, tout cela vient ponctuer et raffermir la vie de la communauté.

En abordant cette question du rythme dès la réunion de fondation, on pourra s'assurer de la présence du plus grand nombre à des activités choisies pour et par la communauté.

6.4 LE LANCEMENT

Une fois la communauté fondée, on souhaite communiquer son existence au reste de l'organisation. C'est le lancement.

Cette étape est importante pour plusieurs raisons. Une communauté n'est pas une secte ou un groupuscule souterrain ! C'est une structure originale vouée au renouvellement de connaissances stratégiques dont l'organisation s'est dotée. Cela doit se savoir non seulement pour donner sa légitimité à la communauté, mais aussi pour lui permettre de jouer adéquatement son rôle. On dispose maintenant d'un pôle de transfert et de développement de connaissances qui sont importantes pour l'organisation. Tout employé qui veut y contribuer ou en bénéficier pourra suivre le développement de ce groupe.

En pratique, l'annonce de l'existence d'une nouvelle communauté va emprunter les canaux habituels de communication de l'organisation : article ou encart spécial dans le journal interne (c'est ce qu'a fait par exemple la communauté Réseau action partage du projet du CEFRIQ), intranet, communiqué interne, annonce par un membre de la direction au cours d'une allocution aux employés, etc. L'envergure du lancement est bien sûr fonction de la por-

LES POINTS ESSENTIELS

- Il vaut mieux attirer des volontaires que de désigner des participants.
- Il y a plusieurs façons d'envisager le recrutement ; tout dépend de la stratégie choisie.
- Plusieurs groupes fonctionnels peuvent donner un coup de pouce sans avoir à déléguer des participants à la communauté.
- La réunion de fondation est un événement spécial qu'il importe de préparer soigneusement.
- Diverses activités vont contribuer à maintenir le rythme, un élément essentiel au succès d'une communauté.

tée de la communauté. L'objectif n'est pas nécessairement de communiquer avec le plus grand nombre d'employés mais plutôt d'informer tous ceux qui, de près ou de loin, auraient intérêt à en connaître l'existence.

On pourra inclure dans le communiqué de lancement les interventions faites par le parrain, le commanditaire, l'animateur et d'autres personnes durant la réunion de fondation. Photos, témoignages et anecdotes pourront compléter le tout. Ne pas oublier d'indiquer comment on peut se tenir au courant des développements. À ce sujet, on peut faciliter l'accès à un site intranet en enregistrant un nom accrocheur au serveur DNS interne. Ainsi, en tapant simplement [<http://innovation>], on accède au site de la communauté de pratique s'intéressant à cette thématique. ■

¹ Bourhis, A., et D.-G. Tremblay (2004). *Les facteurs organisationnels de succès des communautés de pratique virtuelles*, Québec, CEFRIQ, collection Recherche et Études de cas, p. 73.

² CEFRIQ (2002). « Étude de cas : la gestion du savoir chez DaimlerChrysler », *Réseau CEFRIQ*, vol. 3, n° 2, p. 8-9.

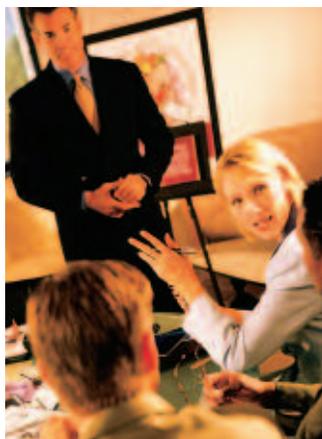
³ Cette section est tirée intégralement de : Bourhis, A., et D.-G. Tremblay, *op. cit.*, p. 35.

⁴ Cette section est tirée intégralement de : Bourhis, A., et D.-G. Tremblay, *op. cit.*, p. 30, 31 et 75.

QUE NOUS APPREND D'AUTRE LA RECHERCHE DU CEFRIO⁴ ?

Critères de sélection des membres

Dans le cadre du projet, les chercheurs ont sondé les raisons pour lesquelles les répondants pensent avoir été personnellement sélectionnés pour participer à la communauté de pratique. Ainsi, les critères de sélection mentionnés comme étant les plus importants sont : 1) l'adéquation entre les compétences professionnelles du participant et les objectifs de la communauté (critère considéré comme assez ou très important par 80 % des répondants); et 2) l'intérêt démontré (70,1%). Toutes les communautés du projet du CEFRIO étaient « virtuelles »; de façon peut-être surprenante, seuls 15,6 % des répondants estiment que leurs compétences en informatique ont été un critère assez ou très important dans leur sélection. Il est vrai que nombre d'écrits indiquent que les technologies de l'information (TI) ne sont pas le principal défi de la mise en œuvre des communautés virtuelles, mais que ce défi réside plutôt dans le contexte organisationnel et les stratégies de gestion (Gherardi et Nicolini, 2000, 2002; Mitchell, 2002). Les répondants, en grande majorité, ne croient pas avoir été sélectionnés sur la base de leur disponibilité temporelle ou de leurs habiletés sociales.



Conscrits ou volontaires ?

La grande majorité des auteurs s'entend pour dire qu'il est préférable que les membres des communautés de pratique soient volontaires (Bollinger et Smith, 2001; Deloitte Research, 2001), car leur motivation à collaborer et leur enthousiasme à partager des expériences sont alors plus grands. Le volontariat est donc un facteur de succès pour les communautés, puisqu'il favorise la présence de participants motivés et enthousiastes, ce qui a une influence sur la satisfaction qu'ils éprouvent et sur la vitalité de la communauté de pratique. C'est également dans l'optique d'augmenter la confiance entre les participants que McDermott (1999a) incite les organisations à bâtir les communautés de pratique virtuelles à partir de réseaux existants. Cette stratégie présente également l'avantage d'établir rapidement

l'objectif, la légitimité et les modes de fonctionnement de la communauté.

Diversité culturelle

La relation causale entre le succès d'une communauté de pratique et sa diversité culturelle semble un peu ambiguë. D'un côté, Wenger, McDermott et Snyder (2002) soutiennent que la diversité parmi les participants d'une communauté de pratique virtuelle permet de confronter des idées et des façons de penser différentes, ce qui favorise un apprentissage plus riche, des relations plus intéressantes et davantage de créativité. D'un autre côté, la diversité amplifie les problèmes de communication, multiplie les attentes et augmente les modes de fonctionnement, ce qui, à terme, peut renforcer les résistances (Barczak et McDonough, 2003; Cramton, 2001; Pan et Leidner, 2003). En outre, la confiance entre les membres de la communauté est un facteur primordial de succès (Deloitte Research, 2001; McDermott, 2001; Sharp, 1997), mais peut être difficile à obtenir lorsque la diversité est grande (Barczak et McDonough, 2003).

En conclusion, retenons que lancer une communauté, c'est en exprimer le sens tant pour ses membres que pour l'organisation hôte, une tâche pour laquelle l'implication passionnée de l'animateur et du parrain est essentielle. La démarche se voudra conséquente avec les stratégies de départ, la taille, la fluidité, le mode de sélection influant sur les approches de recrutement et de diffusion.

Enfin, gardons en tête les trois variables structurantes exposées au chapitre 3. La démarche de lancement devra contribuer à rendre l'environnement organisationnel le plus facilitant possible, elle devra faire en sorte que la communauté soit reconnue afin de bénéficier d'un soutien adéquat et que la passion des participants pour les thématiques abordées n'ait d'égale que leur importance pour l'organisation.



CHARTRE DE COMMUNAUTÉ

6C

Avant de prendre son envol, une communauté sent le besoin de définir ses contours, de cerner sa thématique, de préciser son *modus operandi*. Au terme d'une bonne réflexion, tout cela mérite d'être consigné dans un document qu'on appelle souvent « la charte de la communauté ». La charte est plus qu'un document interne. Elle peut être destinée à plusieurs catégories de personnes : d'abord aux membres existants, comme pierre d'assise de la définition et de la régie de la communauté ; aux membres potentiels pour les renseigner sur sa nature et promouvoir la participation, ainsi qu'à toute personne de l'organisation hôte qui veut ou pourrait éventuellement interagir avec cette communauté.

La charte devrait permettre de répondre à ces grandes questions :

- Quelle est la nature de cette communauté ?
- Quelle est sa raison d'être ?
- De qui est-elle composée ?
- Quels sont ses objectifs ?
- Quel est son domaine d'intérêt, sa pratique ?
- Comment est-elle régie ?

En élaborant les réponses à ces questions, on peut inclure plusieurs éléments d'intérêt : le contexte de création, les noms de ceux qui détiennent les rôles particuliers (parrain, commanditaire, animateur, etc.), l'envergure géographique ou fonctionnelle, les règles de fonctionnement interne, etc.

Voici un exemple réel, celui de la Communauté de pratique virtuelle en santé du cœur qui s'est dotée d'un véritable document contractuel solidement structuré.

LA COMMUNAUTÉ DE PRATIQUE VIRTUELLE EN SANTÉ DU CŒUR

(Extraits de la Convention de la participante relative au projet de communauté de pratique en santé du cœur.)

Description du projet et de la structure de gestion du projet

But du projet

Le projet « Infirmière virtuelle en téléconsultation :

développement d'une communauté de pratique infirmière en santé du cœur » vise d'une part à organiser et à animer en réseau une communauté de pratique francophone entre infirmières(iers) spécialisé(e)s en cardiologie, disséminé(e)s à travers différentes régions du Canada. D'autre part, il vise à permettre et à faciliter la communication, l'échange, le partage et la construction de connaissances entre ces infirmières(iers) pour produire un référentiel de connaissances sur la promotion, la prévention et la prise en charge de la santé du cœur.

Objectifs spécifiques du projet

Trois objectifs spécifiques sont fixés dans le cadre de ce projet :

- 1) Développer au moyen de forums électroniques de discussion des connaissances applicables en soins infirmiers à des fins de promotion, de prévention et de prise en charge de la santé du cœur ;
- 2) Exploiter en collectivité les savoirs explicites et tacites des infirmières(iers) spécialistes dans le domaine de la cardiologie sur la promotion, la prévention et la prise en charge de la santé du cœur pour qu'ils servent de principale matrice à la création d'un référentiel de connaissances ;
- 3) Rendre accessible, au grand public francophone, des contenus cliniques enrichis par des connaissances issues de la communauté de pratique en cardiologie de telle sorte que l'on puisse répondre au souci de sécurité et de bien-être du patient tout en promouvant et en éduquant la population canadienne d'expression française à la santé du cœur dans tout le réseau de santé canadien.

2. OBLIGATION DES PARTIES

2.2 L'Ordre des infirmières et infirmiers du Québec (OIIQ) met à la disposition de la participante, pour toute la durée du projet de communauté de pratique en santé du cœur, les méthodes de construction, de



CHARTRE DE COMMUNAUTÉ (SUITE)

6C

gestion et de diffusion de connaissances et d'animation de communauté de pratique. L'OIIQ met également à la disposition de la participante un droit d'accès à Knowledge Forum et un accès à l'environnement technologique de type « intranet » réservé via le site corporatif de l'OIIQ (Internet). L'OIIQ fournit à distance, par voie téléphonique ou électronique, selon le cas, le support technique requis relativement à l'usage de Knowledge Forum. L'OIIQ est responsable de la formation de la participante relativement à l'utilisation de Knowledge Forum.

2.7 La participante s'engage à allouer 2 heures par semaine à la communauté de pratique en santé du cœur pendant une période d'environ 6 mois, sauf durant sa période de vacances.

3. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

3.1 La participante reconnaît que l'OIIQ, ou les personnes désignées par lui, est le titulaire de tous les droits, titres et intérêts liés aux méthodes de construction, de gestion et de diffusion des connaissances de même que de l'animation d'une communauté de pratique, à la licence d'utilisation de l'environnement Knowledge Forum, à l'environnement technologique de type « intranet » réservé à la participante ainsi qu'au système de diffusion grand public via son site de l'Infirmière virtuelle en téléconsultation^{MC}.

3.2 La participante reconnaît que seul l'OIIQ peut exploiter ou adapter le référentiel de connaissances développé par la communauté de pratique en santé du cœur afin de permettre la production et la diffusion de divers contenus professionnels auprès des divers publics cibles, notamment sur son site de l'Infirmière virtuelle en téléconsultation. La participante reconnaît que l'OIIQ est le seul titulaire des droits de propriété intellectuelle, dont le droit d'auteur, des différents contenus professionnels développés à partir du référentiel de connaissances.

3.3 Nonobstant l'article 3.2, la participante peut utiliser, à des fins personnelles, les données ou les

informations contenues dans le référentiel de connaissances développé par la communauté de pratique en santé du cœur. Dans un tel cas, la participante doit indiquer que ces données ou informations proviennent du projet de communauté de pratique en santé du cœur.

3.4 Dans le cas où la participante est en désaccord, en tout ou en partie, avec les contenus professionnels produits par l'OIIQ dans le cadre du projet de communauté de pratique en santé du cœur, l'OIIQ doit, à la demande de la participante, convenir avec celle-ci des modalités lui permettant de signifier son désaccord.

3.5 L'OIIQ s'engage, lors de toute production ou diffusion des contenus professionnels développés à partir du référentiel de connaissances, à indiquer le nom de la participante.

3.6 Dans tous les autres cas non prévus dans la présente section, l'OIIQ peut accorder des droits d'utilisation ou d'exploitation du référentiel de connaissances développé au cours du projet de communauté de pratique en santé du cœur.

4. GARANTIES

La participante garantit que les informations ou les données transmises dans le référentiel de connaissances développé par la communauté de pratique en santé du cœur peuvent être utilisées ou diffusées. La participante garantit que les informations ou les données transmises ne sont pas de nature confidentielle ou ne portent pas atteinte à la vie privée. De façon générale, la participante garantit que l'OIIQ peut exploiter, utiliser ou diffuser les informations ou les données transmises sans enfreindre une loi ou un règlement.