



WIKIMEDIA
FRANCE



GUIDE PRATIQUE

DES GROUPES LOCAUX

INTRODUCTION

Pourquoi un guide pratique ?

Ce guide vise à accompagner les groupes locaux dans leur développement en abordant les points clés d'une dynamique régionale. L'objectif est d'inspirer et de faciliter la mise en place d'actions et l'implication de chacun. C'est un document ressource, structuré en fiches thématiques. Il propose des explications détaillées au sujet des thématiques relatives aux groupes locaux et comporte également des méthodes, concernant les principales actions envisageables, afin de proposer des outils opérationnels. Ce guide tend à faciliter l'aspect technique des actions, afin qu'elles se déroulent avec le plus d'aisance possible.

Ce guide c'est vous !

Les rédacteurs de ce guide se sont grandement inspirés de vos expériences donc n'hésitez pas à faire des retours : s'il y a des choses que vous ne comprenez pas, si vous avez des compléments à proposer, ou bien pour nous parler de vos expériences). La démarche se veut itérative, ceci est une première version.

SOMMAIRE

1. Pourquoi constituer un groupe local ?
2. Les différents usages du groupe local
3. Contribuer localement : études de cas
4. Établir un plan d'actions régional
5. Renseigner la fiche action
6. Un soutien salarié
7. Qui peut être partenaire ?
8. Formaliser un partenariat
9. Les différents financements
10. Établir un budget
11. Intégrer de nouveaux membres
12. Utiliser le Wikimembres
13. Organiser et communiquer sur un événement
14. Organiser une formation
15. Organiser une sortie photo
16. Les assurances
17. Les différents projets Wikimedia
18. Du droit d'auteur au domaine public
19. Les différentes licences Creative Commons

POURQUOI CONSTITUER UN GROUPE LOCAL ?

CONVIVIALITÉ

Le groupe local est source de convivialité. Il permet de créer de vraies rencontres, au delà des écrans, de se réunir autour de centres d'intérêts communs. C'est l'occasion de partager, de confronter les points de vues, de co-construire des projets.

EFFICACITÉ

Constituer un groupe local permet de coordonner les actions en s'inscrivant dans une stratégie collective. Par ce biais, vous mutualisez les compétences, additionnez des savoirs et amplifiez votre force d'action. Ainsi vous gagnez en terme d'impact, de visibilité et de crédibilité auprès des partenaires.

FINANCEMENT

Un financement spécifique est à disposition pour mener à bien les actions. Ce programme a été mis en place pour répondre spécifiquement aux besoins financiers des groupes locaux. Répartis entre l'ensemble des groupes et des dynamiques locales, ces fonds permettent d'investir dans du matériel, dans des actions de communication et de sensibilisation ou à des besoins plus spécifiques liés à une action.

SOUTIEN TECHNIQUE

En vous structurant vous pouvez bénéficier d'un soutien particulier de la part de l'équipe salariée et des autres groupes locaux, profiter de formations, obtenir du matériel (informatique, photo, scanner à livre...), participer aux temps forts de l'association, etc.

COMMENT S'ORGANISE LE GROUPE ?

Choisir un référent

Le rôle de ce bénévole est de veiller en interne au bon fonctionnement du groupe local et d'être le principal vecteur d'informations entre les membres du groupe et les salariés pour faciliter les échanges. Le référent (un adhérent) peut être élu ou nommé au sein du groupe pour un mandat d'une année. Ce rôle de relais peut être effectué par un binôme si le besoin s'en fait sentir.

L'organisation de temps forts entre les groupe locaux

Deux fois par an, le référent sera convié à un regroupement des relais locaux (France entière) pour faciliter le partage d'expériences mais aussi faire connaître les besoins de son groupe. Ces rencontres auront pour but d'échanger sur les bonnes pratiques et sur les problématiques éventuelles mais aussi d'accueillir les nouveaux référents, de les former et également de tirer les bilans des actions menées.



QUELLES ACTIONS MENÉES ?

Un groupe local s'inscrit au cœur de la vie d'un territoire, ce qui offre de nombreuses possibilités d'actions. Le groupe local peut ainsi adopter différents rôles et postures selon ses envies. Cette fiche expose les actions habituellement menées dans l'objectif d'inspirer les membres.

RAYONNEMENT LOCAL

Organiser des actions afin d'attirer de nouveaux membres.

WIKIPERMANENCES : Ce sont des rencontres physiques régulières, de wikimédiens, ouvertes au grand public. La Wikipermanence est là pour répondre aux questions, permettre des démonstrations, offrir une aide aux nouveaux et, si cela se fait régulièrement, permettre un suivi.

SENSIBILISATION : Organiser des ateliers de sensibilisation permet d'élargir le cercle des contributeurs ou a minima de faire connaître le domaine du libre et les actions du groupe local. Ce dernier gagne également à organiser ces temps avec des institutions locales. Vous pouvez proposer des ateliers, portant sur un projet en particulier, une thématique spécifique ou vous inscrire dans un événement plus large comme un salon ou un colloque.

ÉVÉNEMENTIEL : Prendre en charge la tenue d'un stand dans un lieu public, un jour de grande affluence est idéal pour sensibiliser la population aux projets Wikimedia. Vous pouvez, par exemple, vous installer au marché, avec le kit de communication pour être clairement identifié, et inviter les habitants à discuter (voir fiche 13).

DÉVELOPPEMENT PARTENARIAL

Faire croître le nombre de partenariats locaux.

VEILLE AUPRÈS DES ORGANISATIONS : Les institutions de la région sont d'excellents partenaires en matière de libération de contenus. Elles peuvent apporter une expertise, mettre à disposition des documents passés dans le domaine public et ainsi contribuer à l'alimentation des projets Wikimedia. Le groupe local peut aller à leur rencontre, proposer un partenariat et/ou des actions spécifiques, effectuer de la veille sur le domaine public etc. (voir fiches 7 et 8).

OUTILS

Acquérir de nouveaux outils pour répondre aux besoins spécifiques des membres.

CARTOGRAPHIE : Repérer et lister des lieux pouvant alimenter les contenus des projets Wikimedia (essentiellement pour des prises de photos) et par ce biais, valoriser votre région. L'idéal étant de réaliser ce recensement sur une cartographie numérique collaborative qui serait alimentée par tous les acteurs du territoire.

EXPERTISE

Former des acteurs locaux à devenir formateur à leur tour.

FORMATION : Apprendre et transmettre les méthodes d'apport de contenu. Pour se former à présenter les projets Wikimedia ou acquérir de nouvelles compétences (voir fiche 14).

ANCRAGE LOCAL

Amener les collectivités locales à s'engager.

LIEU DE RENCONTRE : Trouver un lieu dédié aux rendez-vous du groupe permet d'organiser des Wikipermanences et autres actions, de stocker le matériel, mais aussi d'être plus visible pour les nouveaux membres éventuels qui sauront ainsi où vous trouver. Veillez à choisir un lieu ressource clairement identifiable par le grand public (espace dans une maison des associations, une médiathèque, un tiers lieu...).

CONVIVIALITÉ

Créer et souder une communauté autour de nos actions.

WIKIRENCONTRES : Le groupe local est avant tout une communauté qui se retrouve pour discuter, rencontrer des contributeurs et planifier des actions. Les groupes locaux existants ont souvent émergé des suites de moments conviviaux. Vous pouvez proposer une sortie aux membres de votre région afin d'établir un premier contact.

CONTRIBUER LOCALEMENT

ÉTUDE DE CAS

Cette fiche comporte deux exemples d'actions réalisées dans le cadre d'un groupe local afin d'inspirer les membres par des exemples concrets.

DÉROULEMENT D'UNE ACTION

EXEMPLE DU PROTESTANTISME EN ALSACE

IDÉE : Lancer une action sur le thème du protestantisme en Alsace fut l'idée d'une contributrice, membre du groupe local alsacien, afin d'améliorer les articles Wikipédia. L'action avait deux objectifs : améliorer des articles et en créer de nouveaux avec l'aide de personnalités de premier plan sur ce sujet.

SENSIBILISATION : La première étape fut de sensibiliser les participants à Wikipédia par une présentation, puis par la distribution d'une liste contenant les 100 articles les plus populaires (sur 2 585) liés à la fois au protestantisme et à l'Alsace. Effectuée sous le patronage du célèbre théologien Marc Lienhard, cette première rencontre parvint à réunir une dizaine de spécialistes (historiens, archivistes, bibliothécaires, magistrats, universitaires, pasteurs).

APPROPRIATION : Une phase de réflexion autour des articles fut alors engagée par le groupe durant lequel chacun prit le temps d'analyser les articles avec soin, afin de réfléchir aux lacunes majeures (articles médiocres ou absents).

RÉPARTITION : Lors de la seconde rencontre, le débat se focalisa sur les insuffisances observées afin de faire un point sur les tâches à effectuer et sur leur répartition au sein du groupe.

IMPLICATION : Tous se montrèrent très motivés pour prendre en charge les relectures ou créations d'articles et plusieurs participants étaient même déjà passés du côté des contributeurs actifs. Des rencontres

périodiques commencèrent à être mises en place à la médiathèque protestante, lieu ressource phare de la thématique. Un véritable groupe de travail fut constitué.

PÉRENNISATION : Lors d'une réunion intermédiaire, les nouveaux wikipédiens effectuèrent un diagnostic pour faire le point sur les travaux en cours. Les articles à créer furent répartis entre les membres du groupe, et une réflexion fut engagée autour de l'élargissement du cercle de participants, notamment en vue de faciliter la maintenance des articles à l'avenir.

CONTRIBUTION : Durant plusieurs mois, chacun apporta sa contribution sur le protestantisme par l'écriture d'articles et leur retranscription sur Wikipédia.

ILLUSTRATION : En vue d'illustrer les articles Wikipédia liés au protestantisme, et d'enrichir Wikimedia Commons, la médiathèque a fourni un ensemble de documents à scanner : gravures anciennes, photos et cartes. Des photographes ont également pris des portraits de représentants de la communauté protestante et des photos des bâtiments.

EVALUATION : Cette mobilisation de différents profils d'acteurs, sur une année, a permis : la formation de nouveaux contributeurs aguerris, l'écriture de plus de 75 articles sur Wikipédia dont certains labélisés "article de qualité", ainsi que la publication de nombreuses photos et iconographies sur Wikimedia Commons.

L'ÉMERGENCE D'UN GROUPE LOCAL

EXEMPLE DE LA DYNAMIQUE RENNAISE

RENCONTRE : « Pour information, la semaine prochaine aura lieu une conférence, j'y serai, avis aux amateurs ». Cette simple annonce postée par un contributeur en 2008 sur Wikipédia fut à l'origine de la première rencontre : trois contributeurs s'y donnèrent rendez-vous.

PROJET COMMUN : Quelques temps après cette première rencontre, les trois contributeurs décidèrent de se réunir à nouveau autour d'un projet commun : contribuer sur l'histoire de Rennes.

COMMUNICATION : Une nouvelle annonce fut diffusée sur les canaux de communication (page projet Rennes, page des rencontres locales, IRC) afin d'avertir d'autres contributeurs du lancement de cette dynamique locale.

IMPLICATION : Le projet dura deux mois, en tirant parti des ressources de la Bibliothèque de Rennes Métropole, ouverte en nocturne le mardi soir, à raison d'une rencontre chaque semaine. Chacune de ces studieuses séances était suivie d'un temps convivial qui a perduré sous le nom de « mardi c'est Wiki ».

PÉRENNISATION : Ces temps passés ensemble permirent de créer des liens plus forts entre les contributeurs, toujours partenaires aujourd'hui. De nouvelles actions furent menées, notamment des visites et sorties photos organisées dans les villes voisines, dans le but d'apporter des contenus sur Wikimedia Commons et d'illustrer les articles sur Wikipédia.

EVALUATION : Les rencontres régulières autour d'actions et de sorties communes ont permis d'aboutir à la création d'un collectif toujours très actif. Au fil du temps, le groupe a permis d'enrichir considérablement des centaines d'articles. Ces expériences furent une porte d'entrée vers l'association pour de nouveaux venus souhaitant s'investir davantage. Certains prenant part à des groupes de travail thématiques. Par exemple en 2010, ils prirent en charge les aspects techniques du partenariat avec la BnF pour développer un système d'import de données. Cinq membres ont d'ailleurs souhaité s'investir davantage dans la vie de l'association en intégrant le conseil d'administration.



ÉTABLIR UN PLAN D'ACTIONS RÉGIONAL

Les groupes locaux sont encouragés à définir des objectifs et des priorités pertinentes pour leurs régions. Mettre en place un plan d'actions vise à apporter plus de cohérence aux initiatives locales, tout en favorisant la créativité des adhérents. Les plans d'actions régionaux seront écrits pour une année. Grâce à ce document, les salariés auront une meilleure visibilité sur vos projets et pourront apporter une réelle plus-value, du fait d'un accompagnement précisé et adapté à chaque groupe local.

ACCROÎTRE LA COHÉRENCE DES PROJETS EN RÉGION POUR FAVORISER LA DYNAMIQUE LOCALE

RÉALISER UN ÉTAT DES LIEUX

Une rencontre est organisée entre le groupe local et le pôle réseau afin de cibler aux mieux les attentes et les projets des membres. Différents points seront alors abordés :

- actions passées et fonctionnement du groupe
- motivations, envies et besoins des membres
- compétences et savoir-faire mobilisables
- besoins financiers, humains et logistiques
- partenariats existants et envisagés

DÉFINIR UN PLAN D'ACTIONS

Établir le plan d'actions local, c'est définir de manière concrète vers quoi le groupe local va agir dans un futur proche. Pour cela il exprime clairement les enjeux et les objectifs et y répond par un ensemble d'actions :

1. Définir l'orientation globale en choisissant les grandes thématiques prioritaires pour le groupe parmi les suivantes : convivialité, ancrage local, rayonnement local, développement partenarial, outils et expertise (voir fiche 2).
2. Décliner en actions concrètes afin de rendre le plan opérationnel.
3. Inscrire ces actions dans le plan d'actions global de l'association en générant les fiches actions correspondantes dans les axes concernés (voir fiche 5).

DIFFUSER LE PLAN D'ACTIONS

Sur le site interne : Le Wikimembres

Le plan d'actions sera reporté sur le Wikimembres, afin de s'assurer du soutien des salariés qui auront ainsi le temps et le recul nécessaire pour accompagner la réalisation des actions sur les aspects qui concernent leurs domaines d'expertises.

Sur le site externe : wikimedia.fr

Le plan d'actions sera également reporté sur le site de l'association afin de le rendre accessible aux partenaires et au grand public. Bénéficiant d'une meilleure visibilité concernant la structuration de ses actions, le groupe local pourra plus facilement attirer de nouvelles personnes, fédérer les acteurs locaux et inciter les institutions locales à s'engager dans l'aventure. Le groupe local gagnera en visibilité et en crédibilité.

AXE 1. Augmenter le nombre de contributeurs et enrichir les contenus, en sensibilisant et formant différents publics cibles : enseignement secondaire et supérieur, GLAM, associations et groupes culturels, recherche, sports, gastronomie, économie sociale et solidaire.

AXE 2. Apporter un accompagnement de proximité qui facilite l'implication et la créativité des membres : développer une organisation par région, financer les projets locaux, favoriser les liens entre les régions, valoriser les langues régionales et établir des partenariats avec les collectivités locales.

AXE 3. Favoriser les liens internationaux : international, francophonie et Afrique.

RÉVISER LE PLAN D'ACTIONS

Chaque année, un bilan des actions menées est effectué avec le pôle réseau. Puis une nouvelle réflexion commune s'engage pour écrire un plan d'actions pour l'année suivante. Il peut très bien être dans la continuité du premier en suivant les mêmes axes et thématiques ou bien être totalement réorienté en fonction du bilan tiré du premier plan d'actions et des envies des membres.

LE PLAN D'ACTIONS GLOBAL DE L'ASSOCIATION (2015-2016)

Il se décline en six axes, sous divisés en secteurs. Chaque action s'inscrit automatiquement dans l'un d'eux. Si vous avez des difficultés pour inscrire vos actions dans cette matrice n'hésitez pas à prendre conseil auprès de l'équipe salariée.

AXE 4. Améliorer les outils présents dans l'environnement wiki : faciliter la production des membres, offrir des prestations d'assistance à la production de contenus, contribuer au développement d'outils répondant à nos besoins.

AXE 5. Rendre l'environnement favorable aux projets Wikimedia : sensibiliser aux projets Wikimedia et à la culture libre, sensibiliser aux questions autour du domaine public.

AXE 6. Accroître la portée de l'association : développer des outils de pilotage stratégique, diversifier les sources de financements, rendre cohérents les différents outils de communication et répondre aux obligations associatives.



RENSEIGNER LA FICHE ACTION

La fiche action permet de centraliser toutes les informations relatives à un projet, de clarifier les idées et de formaliser par écrit les modalités et dynamiques de l'action. Dans le cadre du développement des plans d'actions, elle devient une véritable ressource pour les membres du groupes mais aussi pour les salariés et permet une vision globale et ce, même à distance.

LA FICHE ACTION EST UN OUTIL :

- **DE COMMUNICATION** : on peut la partager entre les membres du groupe, les salariés mais aussi avec les partenaires et donc faciliter une compréhension partagée
- **DE PROJECTION** : on peut imaginer un scénario de réalisation de l'action
- **D'ÉVALUATION** : on peut la relire régulièrement et comparer les objectifs fixés avec les résultats de l'action
- **D'ENGAGEMENT** : elle clarifie les responsabilités de chacun et les modalités de l'action et permet de passer de l'idée au projet en fonction des contraintes (temps, moyens financiers, matériels...)

En résumé, elle synthétise et permet en une page d'avoir une vision globale du projet.

QUI RENSEIGNE CETTE FICHE ACTION ?

Le membre, à l'origine de l'action ou le plus impliqué dans le projet, est souvent le plus à même de le faire. Cependant, l'ensemble des membres concernés par la mise en place et la réalisation du projet est invité à participer. Le salarié référent complètera également la fiche action.

INFORMATIONS

Si vous ne parvenez pas à remplir la fiche, ou si vous n'avez pas le temps, n'hésitez pas à solliciter le salarié responsable de la thématique afférente.

DÉROULEMENT

Se connecter sur le Wikimembres <https://membres.wikimedia.fr/Matrice:Index>, chercher l'axe, puis le secteur correspondant à votre action. Si la fiche action n'existe pas, il convient de la générer. Si vous n'y parvenez pas faites-vous aider par le salarié référent. Une fois générée, la fiche action peut être remplie selon les indications avec les informations dont vous disposez. Si plusieurs membres travaillent sur la même action, il est préférable d'engager une réflexion préalable puis d'en faire une synthèse. Les listes de diffusion et l'espace discussion du groupe local sur le Wikimembres sont réservés à cet effet. Après le déroulement de l'action, il est important de renseigner les deux derniers champs, à savoir : le nombre de personnes touchées par l'action et l'évaluation de l'action.

MODÈLE DE FICHE ACTION

GÉNÉRALITÉS

- Axe** : numéro de l'axe concerné
- Code comptable** : code pour la comptabilité analytique s'il existe (optionnel)
- Date début** : date de début de l'action
- Date fin** : date de fin de l'action
- Action** : titre de l'action
- Domaine** : type d'action (formation, Edit-a-thon, tenue de stand...)
- Contexte** : origine de l'action
- Enjeux** : objectifs généraux de l'action
- Description** : description de l'action
- Localisation** : lieu de l'action (ville, structure...)

PILOTAGE

- Pilotage** : personne responsable de la mise en œuvre
- Calendrier** : dates clés
- Moyens nouveaux** : liste des moyens nécessaires (matériels, financiers, logistiques, administratifs)
- Points de vigilance** : liste des points à risques
- Documentation** : liens vers des documents utiles à la réalisation de l'action

PARTENAIRES ASSOCIÉS

- Partenaires internes** : partenaires appartenant au mouvement (salariés, autres groupes locaux, autres chapitres...)
- Partenaires externes** : les autres partenaires au mouvement (collectivité, entreprise, association...)

BUDGET

- Coût total** : estimation du coût de l'action
- Apports partenaires** : apports des partenaires externes (matériels, financiers, logistiques)
- Montant demandé** : montant demandé à l'association pour le déroulement de l'action

BILAN

- Public touché** : public touché (nombre et type de personnes)
- Autres commentaires** : point de vue personnel
- Actions futures** : est ce que l'action est destinée à être reconduite ?

UN SOUTIEN SALARIÉ

Cette fiche présente l'équipe salariée et leurs domaines d'expertise. Ainsi lorsque vous avez un besoin spécifique, lors de la mise en place d'une action par exemple, elle vous permet d'identifier la personne qui sera la plus apte à répondre à votre demande. L'équipe salariée est là en soutien des actions bénévoles et ne vise aucunement à les remplacer. N'hésitez pas à vous adresser à l'un d'eux si vous avez des questions ou si vous rencontrez des difficultés.

POLE DIRECTION



NATHALIE MARTIN

Directrice exécutive
nathalie.martin@wikimedia.fr
06 88 87 57 85

POLE DIRECTION



NADIA AYACHI

Attachée de direction
nadia.ayachi@wikimedia.fr
01 42 36 26 24

POLE FINANCES



ANIA SZYSKA

Comptable
ania.szyska@wikimedia.fr
01 42 36 97 71

POLE FINANCES



JONATHAN BALIMA

Comptable
jonathan.balima@wikimedia.fr
01 42 36 97 71

COORDINATION RESSOURCES ET DEVELOPPEMENT



ANNE-LAURE PRÉVOST

Conseillère spéciale partenariats et relations institutionnelles
annelaure.prevost@wikimedia.fr
07 62 93 42 02

POLE DEVELOPPEMENT



MATHIEU DENEL

Chargé de mission sensibilisation et évaluation
mathieu.denel@wikimedia.fr
07 62 92 42 01

COORDINATION FINANCES ET RESEAU



CYRILLE BERTIN

Conseiller spécial financements et participation
cyrille.bertin@wikimedia.fr
06 82 37 62 75

POLE RESEAU



PIERRE-ANTOINE LE PAGE

Chargé de mission organisation territoriale
pierreantoine.lepage@wikimedia.fr
07 62 92 42 03

DOMAINES D'EXPERTISE

- Prospective partenariale et suivi des partenariats
- Relations institutionnelles et presse
- Relations internationales
- Lobbying

DOMAINES D'EXPERTISE

- Formation des acteurs et des organisations
- Evaluation de l'impact des actions
- Organisation des concours

DOMAINES D'EXPERTISE

- Stratégie globale
- Recherche de fonds publics et privés
- Développement de la participation
- Suivi et mise en valeur des innovations

DOMAINES D'EXPERTISE

- Soutien à la création et à l'activité des groupes locaux
- Développement de l'adhésion et du bénévolat
- Relations collectivités territoriales

POLE RESSOURCES



JEAN-PHILIPPE KMIEC

Chargé de mission communication et événementiel
jeanphilippe.kmiec@wikimedia.fr
06 78 25 56 28

POLE RESSOURCES



SYLVAIN BOISSEL

Administrateur systèmes et réseaux
sylvain.boissel@wikimedia.fr
01 42 36 97 72

DOMAINES D'EXPERTISE

- Élaboration de la stratégie de communication
- Création et amélioration d'outils de communication
- Animation des réseaux sociaux
- Gestion des événementiels

DOMAINES D'EXPERTISE

- Accréditations et prêt de matériel
- Conception d'outils et développement web
- Administration système Linux
- Soutien technique

LES LISTES LOCALES

N'hésitez pas à aller rendre visite aux autres groupes locaux (si vous êtes en déplacement dans une région par exemple) cela peut être l'occasion de rencontrer des Wikimédiens, de voir ce qui se fait dans les régions voisines et pourquoi pas de co-construire des actions inter-groupes.

Une prise de contact par mail peut constituer une première approche :

alsace@wikimedia.fr // Aquitaine : bordeaux@wikimedia.fr // auvergne@wikimedia.fr // bourgogne@wikimedia.fr // Bretagne : brest@wikimedia.fr / rennes@wikimedia.fr // centre@wikimedia.fr // champagneardenne@wikimedia.fr // corse@wikimedia.fr // franchecomte@wikimedia.fr // Île-de-France : paris@wikimedia.fr // Languedoc-Roussillon : montpellier@wikimedia.fr // limousin@wikimedia.fr // lorraine@wikimedia.fr // Midi-Pyrénées : toulouse@wikimedia.fr // normandie@lists.wikimedia.fr // Nord-Pas-de-Calais : lille@wikimedia.fr // Pays-de-la-Loire : nantes@wikimedia.fr // picardie@wikimedia.fr // poitoucharentes@wikimedia.fr // paca@wikimedia.fr // Rhône-Alpes : grenoble@wikimedia.fr / lyon@wikimedia.fr // saint-etienne@wikimedia.fr //

QUI PEUT ÊTRE PARTENAIRE ?

De nombreux probables partenaires sont présents dans votre environnement. Une collaboration permet différents apports réciproques par le biais d'actions menées conjointement. Cette fiche n'est pas restrictive, elle présente seulement les partenaires habituels et les actions couramment mises en place avec eux, afin de vous inspirer.

1

COLLECTIVITÉS LOCALES

(services culturels, numériques/open data, cabinet du maire...)

- les sensibiliser aux enjeux de la connaissance libre
- avoir un accès privilégié aux équipements culturels
- prévoir des actions sur le long terme...

MUSÉES (GLAM)

(direction des musées, animateurs et médiateurs culturels...)

- valoriser leurs collections sur les projets Wikimedia
- former les équipes salariées...

2

BIBLIOTHÈQUES ET MÉDIATHÈQUES (GLAM)

(bibliothèques départementales et espaces publics numériques...)

- avoir accès à des fonds photographiques
- scanner des livres anciens
- récupérer les métadonnées de fichiers à verser sur Commons
- organiser des ateliers contributifs...

3

4

LYCÉES ET UNIVERSITÉS (GLAM)

(écoles primaires, collèges, lycées, universités, universités populaires...)

- enrichir les pratiques pédagogiques des professeurs
- sensibiliser, former des étudiants...

9

À DESTINATION DU GRAND PUBLIC

- l'amener à contribuer à l'apport de contenus
- réfléchir à de nouvelles actions pour valoriser le territoire...

ENTREPRISES LOCALES

- valoriser, par la vidéo et la photo, des savoir-faire ancestraux et techniques particulières
- mobiliser les salariés de ces entreprises sur une sortie thématique...

8

7

ACTEURS DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

- les sensibiliser à la contribution sur Wikipédia
- participer à des colloques et débats sur l'accès à la connaissance, l'open data et l'open content...

ASSOCIATIONS THÉMATIQUES

(sportives ou culturelles, mouvement d'éducation populaire...)

- organiser des sorties thématiques
- leur permettre de valoriser et d'enrichir les articles sur Wikipédia
- prendre des photos des différentes disciplines sportives...

6

5

ARCHIVES (GLAM)

- avoir accès à des fonds anciens et des sources originales
- les accompagner au téléversement de contenus sur Commons
- valoriser les territoires...

FORMALISER UN PARTENARIAT

Toute forme de coopération ou collaboration entre l'association Wikimedia France et d'autres organisations est considérée comme un partenariat. Celui-ci constitue une magnifique opportunité pour les membres en matière de libération de ressources ainsi que pour découvrir l'intérieur des organisations et institutions. Formaliser un partenariat peut prendre du temps (en moyenne 3 mois). C'est un processus comportant 6 étapes-clés, explicitées ci-dessous.

1 IDENTIFIER UN PARTENAIRE PERTINENT

Voir la fiche **QUI PEUT ÊTRE PARTENAIRE ?** (n°7)

Cette étape est normalement effectuée lors de la rédaction du plan d'actions (fiche n°4)

IDENTIFIER LES PERSONNES RESSOURCES

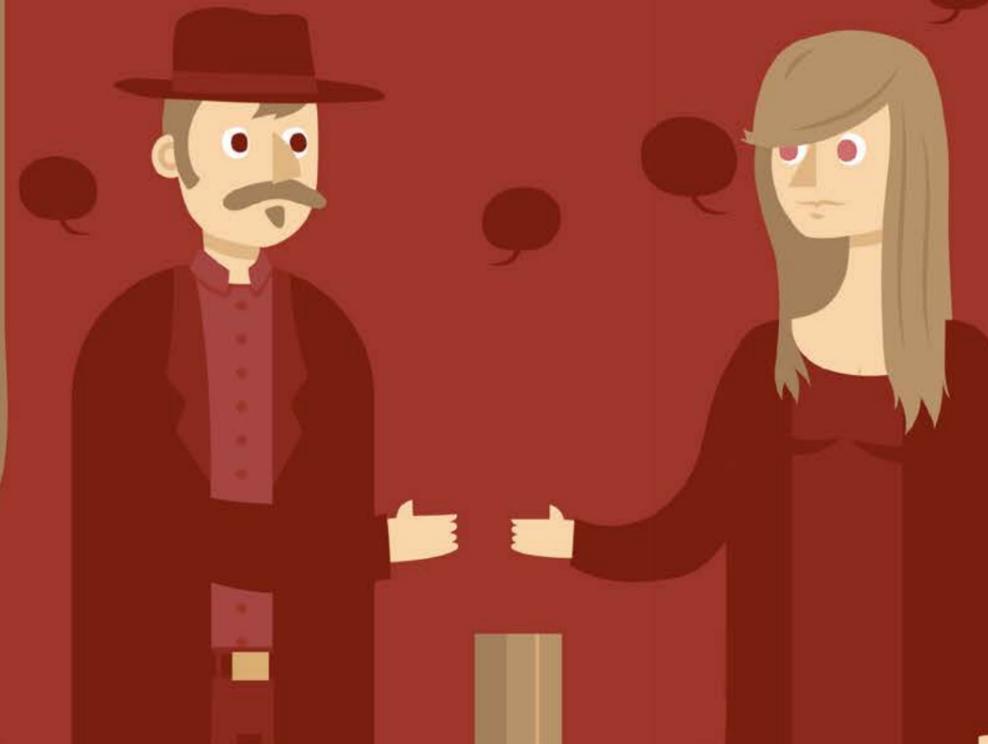
Tout contact est une ressource potentielle au sein de l'institution, quelque soit son poste ou son rôle. Cependant, pour une première approche avec une structure, il est pertinent de s'adresser à la personne adéquate (bien souvent la porte d'entrée est le/la chargé(e) de mission numérique ou nouveaux médias, qui est l'interlocuteur le plus sensibilisé).

Quelques conseils :

- Centraliser les informations concernant les personnes identifiées sur le Wikimembres.
- "Diagnostiquer" le futur partenaire sur son degré de transition numérique.
- Demander à Wikimedia France si des contacts n'ont pas déjà été pris par un autre biais.

Pour chaque étape de cette démarche, de la définition du projet à la contractualisation, n'oubliez pas de prendre contact avec la conseillère spéciale partenariats et relations institutionnelles, qui pourra vous accompagner à chaque étape.

annelaure.prevost@wikimedia.fr
07 62 92 42 03



2 PREMIER CONTACT

Que ce soit par mail, par téléphone ou lors d'une rencontre informelle, la première prise de contact constitue un moment décisif.

CONSTRUIRE SON ARGUMENTAIRE

Pour parvenir à obtenir un rendez-vous suite à ce premier échange, il convient d'être le plus clair possible sur la raison de cette sollicitation, et de ne pas oublier de présenter rapidement Wikimedia France et le groupe local.

La démarche est bilatérale. Essayez de savoir lors de ce premier contact quels sont les enjeux du partenaire, ses besoins, comment les projets Wikimedia viennent s'ancrer dans la stratégie.

Faire le lien avec des exemples de partenariats réussis peut également aider à convaincre et à mobiliser. N'oubliez pas de sonder le degré de connaissance du partenaire sur la question du libre, des licences et sur les projets Wikimedia pour adapter votre discours ; une phase de sensibilisation est en général nécessaire.

3 CIRCONSCRIRE LE PÉRIMÈTRE DES ACTIONS

Une fois le dialogue établi entre les deux parties, il s'agit ensuite de se mettre d'accord sur les enjeux et les objectifs en confrontant les attentes et les limites de chacun et en rappelant les principes de base de tout partenariat.

Un conseil :

- Consulter la démarche partenariale de l'association

Le diagnostic, qui servira de base à l'élaboration d'une ou plusieurs actions peut être préparé en amont, notamment si c'est le groupe local qui sollicite un partenaire. Il est important que ce diagnostic reflète des pistes d'actions qui intéressent le partenaire ET le groupe local, la motivation des Wikimédiens étant le levier essentiel de toute action.

4 PRISE DE DÉCISION

Une fois les actions décidées, il faut aboutir à un consensus partagé sur les contributions des parties (modalités financières, mise à disposition de ressources humaines, matérielles et documentaires) ainsi que sur les modalités de mise en œuvre de l'action (objet, déroulement, calendrier et moyens mobilisés). Souvent, les actions mises en œuvre par les membres sont peu coûteuses. N'hésitez pas à imaginer des idées de contreparties (visites privées de sections non ouvertes au public, billets d'entrée, prêt de salle à titre gratuit pour un événement, etc.)

Un conseil :

- Bien remplir la fiche action sur le Wikimembres afin d'éviter la perte d'information. Cet historique sera très utile si d'autres membres prennent le relais ou si le partenariat met du temps à se construire.

5 RÉDACTION DE LA CONVENTION

Toute contractualisation passe inévitablement par l'association, ce qui ne vous empêche pas de participer activement à la rédaction de la convention. Voici ce qu'elle doit contenir :

- **Désignation des parties et de leurs représentants** (qui est en capacité juridique de signer)
- **Préambule** (rappel du contexte du partenariat)
- **Objet du partenariat** (quelles actions sont envisagées)
- **Livrables** (s'il y en a)
- **Contributions de chaque partie**
- **Calendrier du partenariat** (étapes de mise en œuvre du projet, etc.)
- **Modalités d'évaluation du partenariat** (quels indicateurs pour mesurer l'impact, quel processus d'évaluation des actions, etc.)
- **Durée du partenariat** (quelle durée et quel type de reconduction)
- **Focus particulier sur les licences libres** (et notamment les licences des projets Wikimedia)
- **Conditions de résiliation**
- **Encart pour signature des parties**

6 ÉVALUATION

Chaque partie s'engage à faire un bilan des actions passées et à le partager avec l'autre partie, afin d'être dans une démarche proactive, de tirer des enseignements des actions menées et d'enrichir les actions à venir. L'évaluation porte sur les points suivants :

- **Pertinence et accomplissement des objectifs**
- **Efficience des actions** (optimisation des ressources)
- **Efficacité** (écarts avec les objectifs)
- **Impact** (effets et retombées sur les projets Wikimedia, mais aussi à l'externe)
- **Durabilité de ces actions** (autonomisation du partenaire, des personnes formées, de l'attraction ou de la rétention de contributeurs etc.)
- **Qualité de la relation** (forces et faiblesses du partenariat, contributions des parties, qualité des interactions)

LES DIFFÉRENTS FINANCEMENTS

Certaines actions peuvent demander des financements particuliers pour être réalisées. L'association met donc à la disposition de ses membres différents circuits de financements.

FINANCEMENTS LOCAUX

Ce programme a été mis en place pour répondre spécifiquement aux besoins financiers des groupes locaux. Répartis entre l'ensemble des groupes et des dynamiques locales, ces fonds permettent d'investir dans du matériel (informatique, photo, scanner à livre...), dans des actions de communication et de sensibilisation ou des besoins plus spécifiques liés à une action.

Les actions financées par ce programme doivent avoir été préalablement écrites et budgétées dans les plans d'actions locaux des différents groupes. L'équipe salariée peut vous aider à évaluer et/ou estimer vos besoins.

Ces budgets ne sont pas automatiquement alloués suite à la demande d'un groupe, l'association étudiant la demande et répartissant équitablement la somme entre les différents groupes locaux.

CROWDFUNDING

L'objectif est de faire financer des projets portés par les groupes locaux ou thématiques sous la forme de dons versés via une plateforme internet dédiée. Les membres intéressés seront formés à la réalisation d'une campagne de crowdfunding et accompagnés durant son déroulement par le pôle finances.

Les membres souhaitant mettre en place un crowdfunding sont invités à se rapprocher du conseiller spécial financements et participation, afin de planifier un rendez-vous pour détailler le projet, étudier la faisabilité, le chiffrer précisément aussi bien financièrement qu'en termes d'objectifs à atteindre. Durant cette phase, une réflexion sera menée quant aux contreparties qui seront proposées aux donateurs du projet.

Le groupe porteur du projet devra construire le socle minimal de sa communauté, en sollicitant très activement son premier cercle de soutiens (familial, amical, ou professionnel) à le rejoindre sur la plate-forme où sera présentée son action afin d'obtenir ses premiers soutiens. Il participera ensuite à l'attraction de son second cercle de soutiens (les amis d'amis), pour finalement utiliser la plate-forme pour rechercher son troisième cercle de soutiens beaucoup plus étendu.

Afin d'en savoir plus, n'hésitez pas à vous rapprocher de notre conseiller spécial financements et participation :

01 42 36 97 71
cyrille.bertin@wikimedia.fr

LES BOURSES EXCEPTIONNELLES

Lors de l'organisation d'un événement international (Wikimania, chapters meeting, etc.), les membres de l'association qui souhaiteraient s'y rendre peuvent faire la demande auprès de Wikimedia France pour la prise en charge de leurs frais de déplacement et d'hébergement.

Ces bourses, d'un montant défini par l'association en fonction de l'événement et du lieu, font l'objet d'une validation et ne sont pas automatiques.

MICRO-FINANCEMENT

Le micro-financement se demande à titre individuel, par tout contributeur aux projets Wikimedia, pour des financements isolés, hors programmes et hors groupes locaux ou thématiques.

Il couvre l'achat, la location de matériel ou d'équipement mis à disposition des wikimédiens dans le but d'apporter des contributions ou du contenu. Le budget maximum est inférieur à 2000€ et les projets seront remboursés aux frais réels.

L'attribution est tranchée par la commission micro-financement composée d'adhérents et d'un membre du CA. Les actions présentées devant la commission doivent faire l'objet d'un budget documenté accompagné d'une description du projet. Ce dernier doit rentrer dans les

missions de l'association et être suffisamment détaillé. Chaque bénéficiaire devra fournir un rapport sur l'utilisation des fonds, une fois l'action réalisée.

Pour effectuer une demande de micro-financement, rendez-vous sur la page suivante :

http://meta.wikimedia.org/wiki/Wikimedia_France/Micro-financement

afin de déposer votre demande, puis envoyer un email de confirmation à la liste micro-financement :

microfi@lists.wikimedia.fr



ÉTABLIR UN BUDGET

Lors de la déclinaison du plan d'actions en actions concrètes, il est important d'estimer les besoins financiers de chacun des événements prévus.

POURQUOI ÉTABLIR UN BUDGET ?

L'élaboration et la rédaction d'un plan d'actions révèlent souvent des besoins divers. Pour prétendre à leur satisfaction, il convient de les recenser et, si nécessaire, d'étudier l'ensemble des coûts qu'engendrera chaque action. Ces coûts peuvent facilement être pris en charge par l'association Wikimedia France, néanmoins, cette dernière, comme toute association, doit anticiper ses dépenses et se soumettre à la rédaction d'un budget prévisionnel.

COMMENT BUDGÉTER VOTRE PLAN D' ACTIONS ?

Il est utile de lister, pour chaque action du plan :

- **Besoins techniques ou logistiques** : développement de solutions, édition d'outils de communication, prêt de matériel, remboursement de frais de missions.
- **Besoin humains** : autres membres/contributeurs du groupe local ou thématique, salariés de Wikimedia France, ou personnalités extérieures (par exemple faire venir une personne de l'étranger et financer son billet d'avion).

LA MISE EN ŒUVRE D' ACTIONS PEUT AUSSI GÉNÉRER DES RECETTES :

À l'instar des coûts, il est tout autant nécessaire d'évaluer les recettes potentielles auxquelles l'organisation peut prétendre.

- **Financement par un partenaire**
- **Opportunité de lancer un financement participatif**
- **Éligibilité à certaines subventions**



VALIDATION DU BUDGET

Pour faire valider le budget établi, imprimez le tableau « financement des groupes locaux » disponible sur le Wikimembres. Une fois cette fiche remplie, faite la parvenir au pôle réseau de l'association, pour qu'il puisse étudier votre demande.

- **Précisez l'action dans laquelle s'inscrit la demande**
- **Déclinez les différents objets de la demande**
- **Détaillez le montant des dépenses envisagées**
- **Précisez les raisons de votre demande**
- **Calculez le budget total de l'action**

POINTS DE VIGILANCE

Ces budgets ne sont pas automatiquement alloués suite à la demande d'un groupe, l'association étudiant, dans un premier temps, la demande, vous devez recevoir un accord écrit avant d'engager toutes dépenses.

Il est important de suivre ses dépenses et de conserver l'ensemble des justificatifs pour les transmettre au pôle finances de l'association, afin d'obtenir un remboursement.

Imprimez une fiche de note de frais, ne pas oublier d'y joindre la facture et votre RIB puis faire parvenir le tout par courrier aux comptables.

http://membres.wikimedia.fr/Notes_de_frais

Contact :

07 62 92 42 03
Pierreantoine.lepage@wikimedia.fr

INTÉGRER DE NOUVEAUX MEMBRES

En tant que groupe local il peut être intéressant d'intégrer de nouveaux membres. Il existe différentes manières d'amener des contributeurs à entrer en contact avec le groupe local que ce soit pour participer à des actions ou rencontrer des membres actifs.

S'ADRESSER À UNE COMMUNAUTÉ EN PASSANT PAR LES PORTAILS

Les portails, en structurant la nébuleuse des articles autour d'un thème donné, permettent de se repérer plus facilement dans Wikipédia grâce à des regroupements géographiques et thématiques. La page de discussion présente sur chaque portail permet de proposer des articles à traiter, de réaliser un état des lieux de l'activité des contributeurs, mais aussi de lancer des sujets de discussion.

VIA LES PORTAILS GÉOGRAPHIQUES

Catégorie:Portail:France
Catégorie:Portail:Département français
Catégorie:Portail:Ville de France...

L'entrée géographique est intéressante car souvent les contributeurs associés au portail sont susceptibles d'être proches géographiquement, ce qui facilite les Wikirencontres. Vous pouvez, sur la page discussion associée, mobiliser les contributeurs sur la valorisation de leur territoire géographique en leur proposant de participer à une rencontre, une sortie photo ou toutes autres actions susceptibles de les intéresser.

VIA LES PORTAILS THÉMATIQUES

Chaque portail géographique comporte des sous-parties thématiques qui traitent de sujets variés. Il est donc possible de proposer des actions en lien avec les contributions. Vous pouvez repérer les manques et proposer aux contributeurs concernés des actions dans la vie réelle pour les améliorer : sorties photos, accès à des sources dans un musée ou une bibliothèque...

:)

PERSONNALISER L'APPROCHE EN S'ADRESSANT DIRECTEMENT AUX CONTRIBUTEURS

Échanger personnellement avec un contributeur, que ce soit via internet ou de visu, peut faciliter l'investissement local et favoriser les rencontres.

VIA LES WIKIPERMANENCES

Une Wikipermanence est une rencontre physique entre des wikimédiens et de nouveaux ou futurs wikimédiens qui souhaitent acquérir des connaissances et des conseils sur le fonctionnement de Wikipédia et/ou sur ses projets frères. La Wikipermanence s'adresse au grand public. Elle peut porter sur une thématique spécifique et donc toucher un public particulier, ou être généraliste. Il ne s'agit pas d'une simple rencontre entre wikimédiens : la Wikipermanence est là pour répondre aux questions, permettre des démonstrations, offrir une aide aux nouveaux et, si cela se fait régulièrement, permettre un suivi. Pour les groupes locaux, les Wikipermanences sont l'occasion d'élargir le cercle des contributeurs ou a minima de faire connaître le domaine du libre et les actions menées.

VIA D'AUTRES TYPES D'ÉVÉNEMENTS

Des ateliers de sensibilisation, la tenue d'un stand ou des formations dispensées à des publics ciblés permettent de gagner en visibilité. Ils peuvent porter sur un projet en particulier, une thématique spécifique ou s'inscrire dans un événement plus large comme un salon ou un colloque.

Des soirées débats, portant sur une question liée aux projets Wikimedia, co-animées par une ou deux personnes spécialisées sur la question et se terminant par un repas collectif et partagé, est également un biais intéressant pour le recrutement de nouveaux membres. Ces soirées peuvent porter sur un sujet d'actualité, une problématique locale, un focus historique, etc.

Le groupe local gagne à organiser ces temps avec des institutions locales.

VIA LA MESSAGERIE OU LES PAGES DE DISCUSSION UTILISATEURS

Une liste des auteurs est visible sur l'historique de chaque article Wikipédia. On peut donc être redirigé sur les pages utilisateurs, où de nombreuses informations peuvent apparaître : localisation, sujet de contribution, sociologie générale, passions de la personne... Vous pouvez contacter ces acteurs via la messagerie privée ou la page de discussion utilisateur pour leur proposer des actions locales en lien avec leurs aspirations.



UTILISER LE WIKIMEMBRES

Le Wikimembres est le site internet réservé aux adhérents et salariés de l'association Wikimedia France. Ce Wiki est un espace d'échanges d'informations, de mise en réseau et de discussion. Il permet aux membres des groupes locaux de centraliser leurs informations, de mettre en valeur les actions portées localement et de gagner en visibilité auprès des autres membres. C'est également l'outil qui permet à l'équipe salariée d'apporter un accompagnement de proximité.

LES ESPACES À RENSEIGNER

MENU DE GAUCHE

ACCUEIL

• **Agenda** : Pensez à reporter vos actions dans l'agenda afin que l'ensemble des membres et salariés de l'association soient au courant des actions.

ACTIVITÉS

• **Toutes nos actions** : Cet espace comprend la matrice et les six axes du plan d'actions général, sous divisées en secteurs, dans lesquels sont localisées les fiches actions. Elles sont à générer dans ce tableau (voir fiche 5)

LA PAGE DU GROUPE LOCAL

Chaque groupe local a sa page spécifique organisée en différentes parties. Voici les champs à renseigner :

PRÉSENTATION DU GROUPE

En quelques lignes

PLAN D' ACTIONS

Thématiques choisies, déclinées en actions (créer un hyperlien vers les fiches action concernées)

L'INFOBOX

Le référent
La liste des membres
Le contact général
La liste de discussion
Les partenaires
Les ressources
Les liens utiles

ACTIONS SUPPLÉMENTAIRES

Cet espace permet de noter les actions ou envies qui émergent en dehors du plan d'actions. Cela permet de faire la distinction entre ce qui a été envisagé dans le plan d'actions et son évolution, facilitant ainsi le retour d'expérience effectuée, lors de la redéfinition annuelle du plan d'actions.

Contact :

07 62 92 42 03

Pierreantoine.lepage@wikimedia.fr

ORGANISER ET COMMUNIQUER SUR UN ÉVÉNEMENT

La vie des groupes locaux est rythmée par l'organisation régulière d'événements : sorties photo, édit-a-thons, hackathons, formations... Pour que ces moments puissent être une réussite, voici quelques conseils :

COMMUNIQUER EFFICACEMENT

LES OUTILS PROPOSÉS

- Communication externe : réseaux sociaux (Twitter, Facebook) - agenda du libre - agenda des communs - site internet des partenaires - affiches - bouche à oreille - médias locaux
- Communication interne : Wikimembres - listes de diffusion

POSER DES AFFICHES ET DES FLYERS

- Commerces, bibliothèques, offices du tourisme, maisons des habitants, maisons des associations, universités, espaces de Coworking
- Panneaux d'affichages libres de la ville.

PENDANT L'ÉVÉNEMENT

- Pensez au kit de communication.
- Faites en sorte de vous rendre identifiable (vêtement avec le logo, badge ou autre)

LES 10 POINTS CLEFS DE L'ORGANISATION

1. Veiller à bien définir le public visé en fonction des thématiques.
2. Choisir un thème porteur. Si l'événement s'y prête, inviter un intervenant qui suscite l'intérêt. Il peut s'agir d'une personnalité du mouvement ou bien d'un spécialiste de la thématique envisagée.
3. Choisir une date et un horaire appropriés. Pour une conférence en semaine, ne pas l'organiser avant 18h voir 19h. Le week-end est préférable pour une sortie.
4. Établir une liste des encadrants et faire un planning des présences. Si nécessaire, veiller à ce que l'un d'entre eux ait le statut "créateurs de comptes".
5. Envoyer les invitations trois semaines à l'avance en tablant sur un ratio d'une personne présente sur dix. Effectuer une relance une semaine avant le jour J.
6. Mettre en place un système de "réponses" pour estimer le nombre de personnes présentes (par mail, questionnaire ou billetterie en ligne) avec une date butoir.
7. Vérifier que le lieu d'accueil possède une connexion internet correcte, en wi-fi ou en filaire.
8. Préparer votre intervention. Différents supports de présentation sont présents sur Méta ou le Wikimembres.
9. Pour un événement de type édit-à-thon anticiper les besoins de « formation de formateurs »
10. Penser à prévoir un vidéo projecteur ou, un écran TV avec une connectique adaptée; des multiprises si chacun vient avec son ordinateur, etc.

LES DIFFÉRENTES ÉTAPES

PRÉPARATION

Bien définir l'événement, les besoins logistiques, financiers et administratifs, puis prendre contact avec l'équipe salariée.

Remplir la fiche action avec toutes les informations disponibles.

Réserver une salle adaptée et ce, très en amont de l'événement.
Prévoir le matériel : appareil photo, ordinateur, multiprise...

Préparer le kit de communication : affiches, banderoles, flyers... Communiquer sur des médias adaptés au public. Affiches et envoi d'invitations aux journalistes locaux, 3 semaines avant l'événement.

Lister les personnes présentes sur la fiche projet. Pensez à prendre des bulletins d'adhésion ainsi que des fiches de renseignements.

Prendre des photos. Bien demander la permission aux personnes présentes.

Prendre un temps de discussion informelle avec les participants. Un cocktail au terme de l'événement ou un repas collectif lors de sorties.

Faire un compte-rendu rapide sur la fiche action du Wikimembres (nombre de participants, remarques...) en prenant en compte les éléments de la démarche qualité.

Envoyer un mail de remerciements aux participants et aux partenaires.

TIMING

Avant l'action

L'équipe salariée est là pour aider les bénévoles à bien calibrer les actions. Ensuite, elle se répartit les tâches en fonction des besoins.

Permettre d'avoir une vision commune. Chacun a ainsi la possibilité de suivre les avancées de l'action.

Pour ne pas être pris de court pendant l'action.

Afin d'attirer l'attention, de gagner en visibilité. En fonction du public visé, il convient d'adapter la communication aux parties prenantes proches de la thématique choisie.

Pour pouvoir les relancer, rester en contact et proposer des actions par la suite.

Afin de garder une trace de l'événement, cela pourra illustrer un article du blog, et/ou la Wikirevue.

C'est un moment essentiel pour nouer des relations particulières et inciter les personnes à s'engager dans des actions.

Cela permet d'avoir un suivi des actions menées, de prendre du recul sur l'événement et d'en tirer des enseignements.

Cela permet de garder un lien puis de l'entretenir.

Pendant l'action

Après l'action



ORGANISER UNE FORMATION

Cette fiche s'adresse aux formateurs et futurs formateurs. Elle met en lumière les points essentiels d'une formation réussie et retrace les étapes nécessaires à son bon déroulement. Le chargé de mission sensibilisation et évaluation est également là pour vous accompagner spécialement dans vos démarches de formation.

1 DÉLIMITER LES BESOINS EN AMONT

Prendre connaissance de l'environnement dans lequel s'inscrit l'intervention permet de faire le point sur les besoins des partenaires. La compréhension du contexte de formation constitue la première étape. Il est important de délimiter les besoins en amont, principalement dans le cas où un partenaire sollicite l'association, celui-ci n'ayant pas forcément une idée précise des conditions de réalisation et d'organisation de la formation.

Les questions à garder en tête :

A qui s'adresse-t-elle ?

Délimiter une typologie de public. Les participants seront qualifiés de stagiaires.
S'agit-il de former le personnel d'un musée ou bien du grand public ?

Quelle est la nature de leurs besoins ?

Définir les objectifs pédagogiques et le contenu de la formation. Il s'agit de se mettre d'accord sur les enjeux et les objectifs en confrontant les attentes et les limites de chacun (contribution aux projets Wikimedia, licences libres...).

Quel est leur niveau d'expertise ?

Sonder le degré d'expertise des stagiaires sur la question du libre, des licences et sur les projets Wikimedia permet d'adapter le contenu (apport théorique et pratique).
S'informer sur le niveau général : fonctions occupées, expériences en lien avec la formation...

Quels sont les besoins matériels ?

Prendre connaissance du niveau d'équipement du lieu où se déroulera la formation et de la nature du matériel mis à disposition afin d'anticiper sur d'éventuels soucis techniques (connexion wifi, mise à disposition d'une salle, d'ordinateurs, vidéoprojecteur, multiprises...).

A l'issue de cette première phase, le formateur devra être en mesure de produire un document récapitulatif reprenant le thème de l'intervention, l'objectif, les interactions, les conditions matérielles.

2 PRÉPARER

Une formation se prépare en fonction du diagnostic établi en amont. Il est important de maîtriser le sujet abordé, de préparer les supports qui animeront le temps de formation et de réfléchir aux méthodes pédagogiques déployées. En fonction des attentes, il peut être nécessaire de jongler entre une partie théorique et des exercices pratiques.

Avoir une idée précise du nombre de participants permet, dans le cadre de certaines formations, de demander en amont aux stagiaires de se créer un compte ou de demander sur Wikipédia le statut de « créateur de comptes » pour le formateur.

3 ANIMER

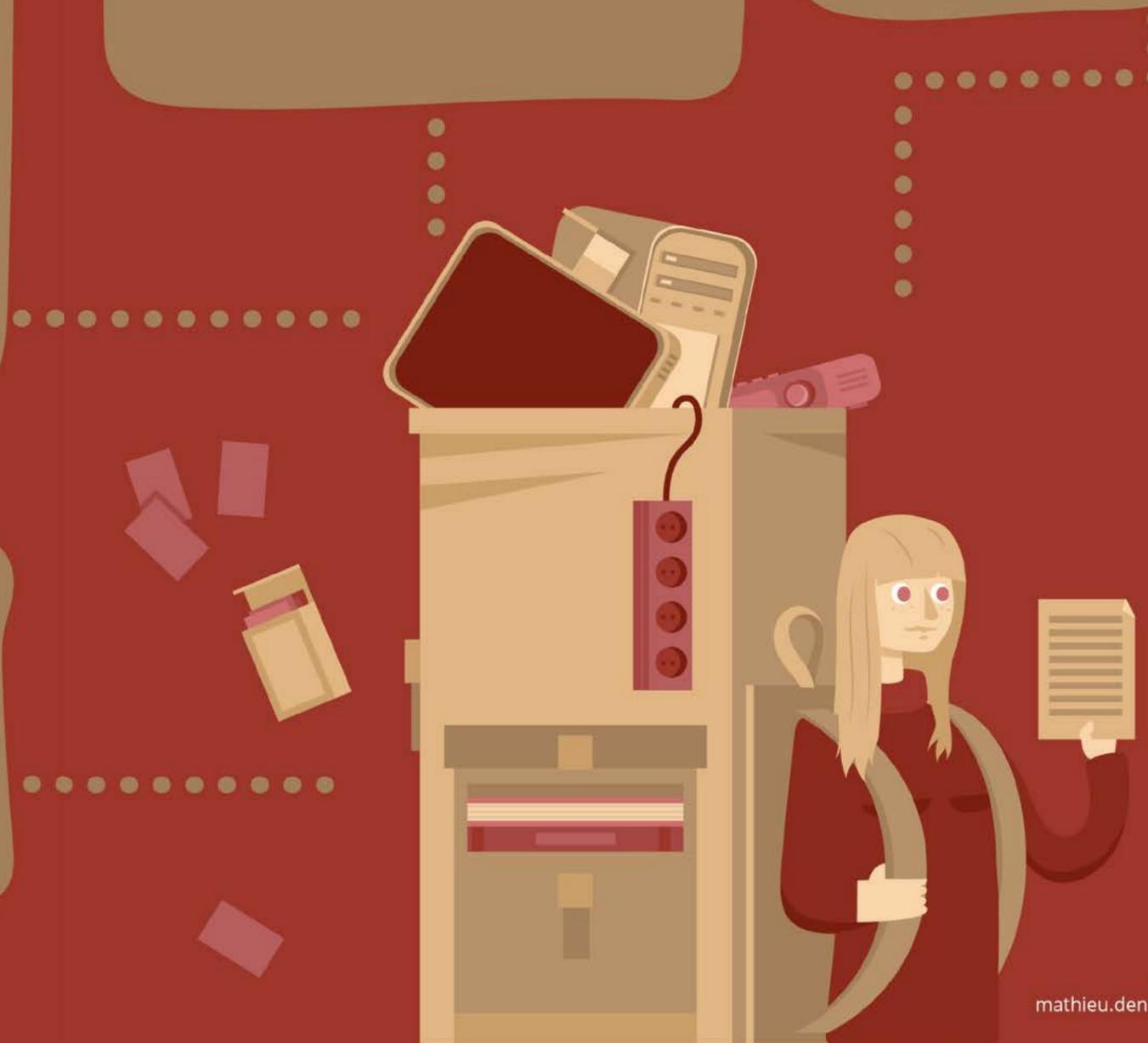
La méthode choisie peut varier en fonction de la taille du groupe, de la pratique du formateur, du temps imparti mais aussi des objectifs de l'intervention : contribution de façon autonome aux projets Wikimedia, sensibilisation, acquisition d'un savoir. Pour ce faire, vous pouvez utiliser des techniques pédagogiques comme l'exposé, les exercices, les témoignages, les études de cas, les jeux de rôles, les débats, l'expérimentation, la conduite de projet...

Il convient donc de maîtriser le sujet traité de l'illustrer avec des sources originales et de faire référence à des cas pratiques. Il ne faut pas hésiter à reconnaître les limites de l'intervention et d'en faire part au groupe (par exemple dans le cadre d'une sensibilisation aux licences libres à des juristes de métier).

Le stagiaire retiendra mieux s'il construit son propre savoir. Pour cela vous pouvez le mettre en situation de cas concrets afin qu'il réalise l'action pour laquelle il souhaite être formé et l'inviter à lister ses points de blocage et ses interrogations pour vous solliciter.

4 ÉVALUER

La manière la plus simple d'évaluer les acquis est de questionner les participants. Plusieurs options sont possibles : par un questionnaire (QCM), des exercices à résoudre, une mini étude de cas, une analyse d'une situation réelle ou encore par la préparation d'une action qui se déroulera après la formation et dont vous pouvez réaliser le suivi. Il est également souhaitable de faire un compte-rendu entre les formateurs et de le communiquer à l'équipe salariée via le Wikimembres. Il est aussi essentiel d'échanger avec les partenaires sur la formation, ses points positifs et négatifs, afin de dégager des pistes d'amélioration pour la suite.



ORGANISER UNE SORTIE PHOTO

Cette fiche vous accompagne dans l'organisation d'une sortie ou d'un week-end photo, autour d'un thème à couvrir, afin de produire des photos utiles aux projets Wikimedia.

AVANT LA SORTIE

1. Une sortie photo peut prendre plusieurs formes. Il est important de définir, à l'avance, le thème et les objectifs de la sortie pour produire des photos utiles. Il faut donc identifier les sujets à couvrir en faisant des recherches sur Commons ou en identifiant les manques sur Wikipédia.

2. La sortie photo peut être l'occasion d'avoir un accès privilégié à un monument ou de bénéficier d'une visite guidée des lieux. De nombreux offices de tourisme acceptent de faire des visites thématiques pour les groupes, renseignez-vous avant !

3. Annoncez la rencontre sur la page dédiée de votre région sur Wikipédia : fr.wikipedia.org/wiki/WP:IRL
Créez la fiche action correspondante sur le Wikimembres.

PENDANT LA SORTIE

4. Se rencontrer, échanger, guider les nouveaux, faire les photos.

5. Si la sortie rassemble plusieurs photographes, il est possible de faire des équipes avec des objectifs différents.

6. Une sortie photo, c'est aussi un moment de convivialité et d'échanges entre contributeurs. Prévoyez un lieu pour déjeuner, dîner ou prendre un verre ensemble.

APRÈS LA SORTIE

7. Chacun trie et retouche ses photos et les verse sur Commons. Créez rapidement une catégorie pour regrouper toutes les photos de la sortie. Si celle-ci s'est faite avec le soutien de Wikimedia France (financement, prêt de matériel...), ajouter les bandeaux adéquats. Laissez un mot sur la page où a été organisée la rencontre avec un compte-rendu de la sortie (qui était là, ce qui a été fait...) et les instructions de versement. N'oubliez pas de remplir les éléments de la fiche action.

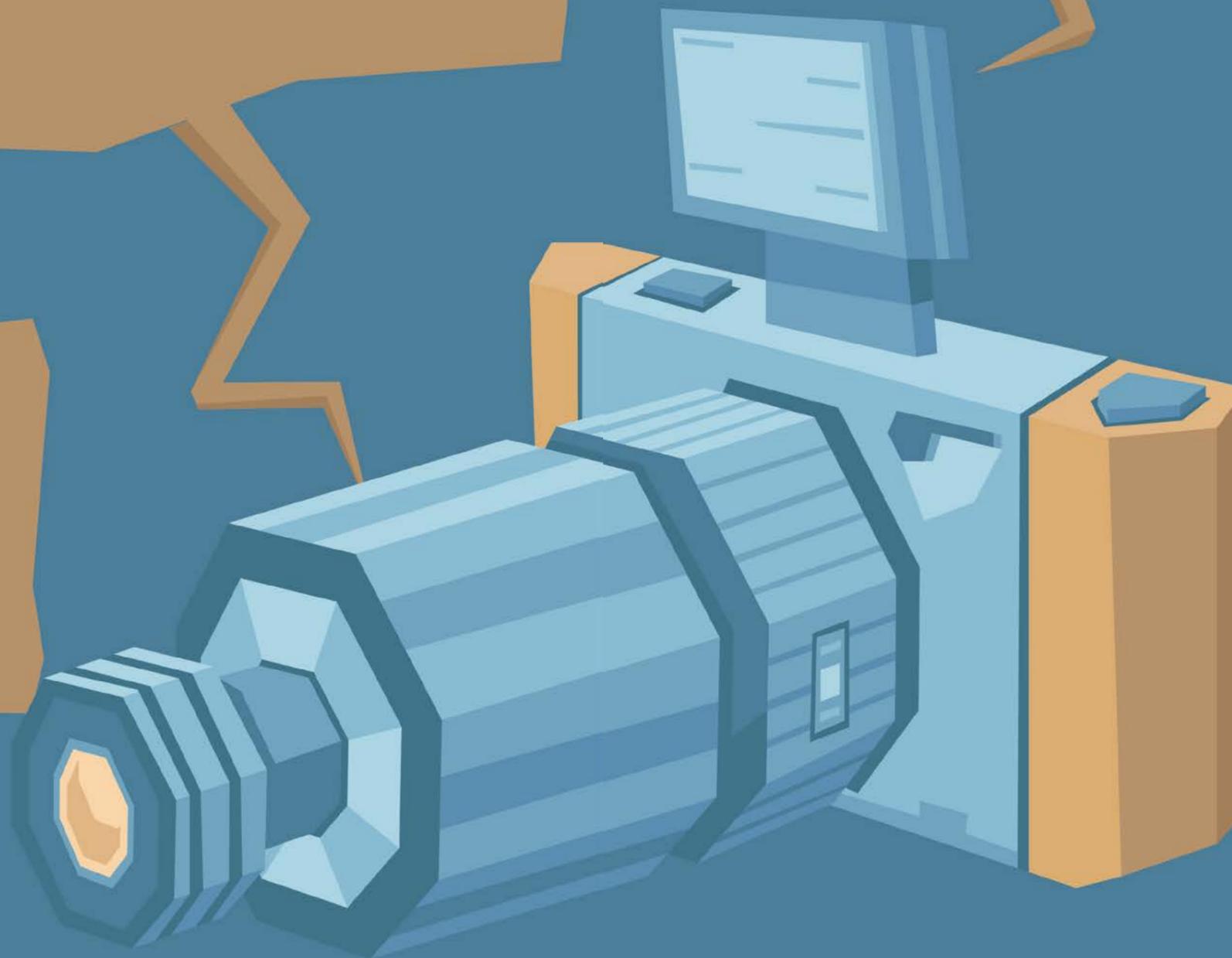
SOUTIEN DE WIKIMÉDIA FRANCE AUX PHOTOGRAPHES

Wikimédia France organise plusieurs sorties photo tous les ans, l'association peut fournir un soutien aux photographes bénévoles de plusieurs manières :

- Participation aux frais de déplacement
- Prêt à long terme de matériel photographique aux groupes locaux
- Aide à la réalisation de certaines initiatives de contributeurs via la commission micro-financement.

Plus généralement, pour tous les photographes bénévoles :

- Aide à l'obtention d'accréditations pour des événements sportifs ou culturels.
- Organisation régulière d'ateliers de formations à la photographie.



Contact :

01 42 36 97 72

Sylvain.boissel@wikimedia.fr

ASSURANCES

LA RESPONSABILITÉ ET LA PROTECTION

Les membres de Wikimedia France sont protégés dans le cadre de leurs actions au sein de l'association. En cas de dommage, il faut absolument contacter Nadia Ayachi à l'adresse suivante :

nadia.ayachi@wikimedia.fr

Elle vous demandera de remplir une attestation, puis elle enclenchera les démarches nécessaires avec notre assurance partenaire.

LES ASSURANCES

Certaines actions demandent d'apporter sur le terrain du matériel. Voici les conditions de l'assurance qui a été souscrite :

- Plafond sinistre vol matériel personnel de membres de l'association : 600€
- Matériel d'occasion assuré = Bien neuf sur le marché 10% par année d'âge valeur résiduelle de 20%
- Les non-membres ne sont pas couverts.

Important : En tant que membre, il vous est conseillé d'assurer votre propre matériel. Le plafond étant de 600€, il ne couvrira pas la perte de vos biens les plus coûteux.

UNE PROTECTION SUPPLÉMENTAIRE

Après de la fondation du bénévolat, chaque bénévole peut souscrire une couverture de sa responsabilité civile. Cette assurance est comparable à la législation sur les accidents du travail des salariés.

Les bénévoles peuvent en bénéficier gratuitement.

<http://www.fondation-benevolat.net>



Contact :

01 42 36 26 24
nadia.ayachi@wikimedia.fr

LES DIFFÉRENTS PROJETS WIKIMÉDIA

Les projets Wikimedia peuvent être sources d'inspiration pour de nouveaux partenariats et projets. Leur diversité permet de proposer des projets novateurs à des personnes aujourd'hui éloignées de nos activités. Cela peut être une formidable porte d'entrée vers la compréhension des logiques contributives mais aussi pour découvrir l'univers Wiki et son langage particulier, ses licences libres et ses réseaux de contributeurs à travers toute la France et plus loin encore.



WIKIVERSITÉ est un projet destiné à accueillir et développer les contenus pédagogiques libres et gratuits. A l'heure des MOOCs et des cours en ligne, cette plateforme propose d'offrir au plus grand nombre des ressources pédagogiques de haute qualité.

Ex : proposer à des juristes de partager des ressources et des explications sur des textes de Loi et des cas pratiques.

WIKTIONNAIRE est un dictionnaire libre et gratuit que chacun peut améliorer. Que ce soit pour faire revivre des langues locales ou pour les partager aux apprenants, ce projet peut également contenir des enregistrements des mots.

Ex : proposer aux membres parlant le basque d'enregistrer en audio les mots afin que tous puissent apprendre à les prononcer.



WIKIPÉDIA est un projet d'encyclopédie collective établie sur Internet, universelle et multilingue. Il a pour objectif d'offrir un contenu librement réutilisable, objectif et vérifiable, que chacun peut modifier et améliorer.

Ex : contribuer sur une thématique locale.



WIKIDATA est une base de données permettant de structurer et relier les informations avant de les intégrer sur les autres projets. Mais nul besoin d'être informaticien pour aider à ranger les informations à la bonne place !

Ex : téléverser un jeu de données



WIKINEWS est une source d'information universelle. Ce média innovant permet de retranscrire des informations provenant des journalistes citoyens.

Ex : proposer à des étudiants en journalisme d'écrire des articles.



WIKIQUOTE est un projet libre de collecte de citations. Qu'elles soient d'homme politique ou du monde des affaires, les sorties verbales n'auront plus de secrets pour Wikipédia, destination finale de cette collection pour mettre en valeur les articles.

Ex : diffuser en classe un film et demander aux élèves de relever les citations pour enrichir la page du film sur Wikipédia.



WIKISOURCE permet de faire revivre des textes et des livres anciens. Il suffit de retranscrire l'image scannée en texte brut, afin qu'un ordinateur puisse lire le texte, puis effectuer une recherche automatique, etc. Ensuite une communauté de contributeurs s'active pour retranscrire et corriger les éventuelles fautes.

Ex : lors d'un salon du livre, installer un scanner à livre pour numériser les livres du domaine public.

WIKIVOYAGE s'adresse aux voyageurs adeptes des bons plans et des découvertes touristiques, il ravira les baroudeurs avides de préparer leurs prochaines expéditions.

Ex : proposer à un tour opérateur et à un guide touristique de renseigner des informations utiles.

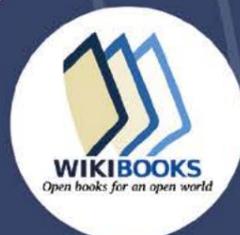


WIKIMEDIA COMMONS est une médiathèque en ligne et s'adresse à toute personne souhaitant partager des fichiers audios, vidéos et photos. Ces sources permettent ensuite de mettre en valeur les articles sur Wikipédia et de les rendre plus interactifs.

Ex : organiser une sortie photo pour illustrer un article sur Wikipédia.

WIKISPECIES est un répertoire libre et ouvert des espèces vivantes. Véritable mine d'informations, il permet d'illustrer et de cartographier l'intégralité du monde vivant.

Ex : proposer à des zoologistes de documenter sur la plate forme les articles correspondant aux animaux présents dans leur zoo.



WIKIBOOKS est une collection de textes pédagogiques libres rassemblés en livres, écrits en collaboration.

Ex : écrire un livre de manière collaborative.

DU DROIT D'AUTEUR AU DOMAINE PUBLIC

Pour mener ses actions de manière appropriée, le groupe local est invité à prendre connaissance de quelques points concernant le droit d'auteur et le domaine public. Que ce soit des musées, des bibliothèques, des archives, il est toujours nécessaire de se renseigner et de questionner les partenaires sur les droits régissant les œuvres. Pour rediffuser une œuvre sur les projets Wikimedia, il est obligatoire qu'elle soit dans le domaine public ou que l'institution partenaire accepte de libérer ses droits.

LE DROIT D'AUTEUR EN FRANCE

En France, le droit d'auteur est régi par le Code de la Propriété Intellectuelle (CPI). Il protège toutes les "œuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination". Afin que ce droit s'applique, deux exigences doivent être respectées : la concrétisation formelle de l'œuvre et la forme originale. Par ailleurs, l'acquisition de la protection du droit d'auteur ne nécessite pas de formalité. Ainsi, le droit d'auteur protège automatiquement les œuvres littéraires, artistiques, factuelles, informationnelles et audiovisuelles, ainsi que leurs auteurs.

DROIT MORAL

Le droit d'auteur confère à son titulaire, qu'il s'agisse de l'artiste lui-même ou de ses ayants-droits (héritiers, sociétés de production), deux formes de droits distincts : le droit moral et le droit patrimonial. Le droit moral est attaché à une personne et permet le respect du nom de l'auteur, de sa qualité et de son œuvre.

DROIT PATRIMONIAL

Le droit patrimonial est défini comme la propriété de l'auteur sur son œuvre : il peut ainsi exploiter son œuvre de la manière qu'il le souhaite, et éventuellement, en tirer un bénéfice.

LE DOMAINE PUBLIC

Le droit moral est perpétuel, inaliénable, imprescriptible, insaisissable et indépendant de la valeur de l'œuvre. Les prérogatives induites par le droit patrimonial sont reconnues à l'auteur durant toute sa vie et au-delà jusqu'à soixante-dix ans après sa mort. Une fois ce délai passé, l'œuvre s'élève dans le domaine public. Il existe cependant 4 exceptions à ce délai :

Oeuvres de collaboration

70 ans après la mort du dernier vivant des collaborateurs

Oeuvres collectives, anonymes et pseudonymes

70 ans après le 1er janvier de l'année civile suivant celle de la publication de l'œuvre

Oeuvres posthumes

25 ans après le 1er janvier de l'année civile de la publication

Prorogations de guerre

Les artistes morts pour la France bénéficient d'une prorogation de 30 ans supplémentaire



MISE EN GARDE

Attention, les infractions au droit d'auteur sont sanctionnées pénalement par le Code de la Propriété Intellectuelle. Si ses droits ont été violés, l'auteur ou l'ayant-droit peut intenter une action en contrefaçon, afin d'obtenir réparation voire des sanctions pénales.

LES DIFFÉRENTES LICENCES CREATIVE COMMONS

Afin d'encourager de manière simple et licite la circulation des œuvres, l'échange et la créativité, l'ensemble des données publiées sur les projets Wikimedia sont déposées sous 2 licences libres : la licence de documentation libre GNU (GFDL), et depuis 2009, certaines des licences Creative Commons.

Creative Commons est un ensemble de sept licences généralistes résultant d'une combinaison d'options modulables, facilement identifiables grâce à leurs icônes. Ces licences ne retirent pas à l'auteur son droit moral, mais elles lui permettent d'indiquer la manière dont il souhaite que son droit patrimonial soit appliqué (modifications autorisées ou non, utilisation commerciale ou non, etc.). Ainsi, ces licences s'adressent aux auteurs préférant partager leur travail et enrichir le patrimoine commun de la culture et de l'information libres. Accessible librement, l'œuvre peut ainsi évoluer tout au long de sa diffusion et faire éclore des dérivés de plus en plus nombreux.

**ACCEPTÉES
SUR LES PROJETS
WIKIMEDIA**

LA LIBÉRATION ET LE PARTAGE DES CONTENUS

La plupart des actions menées dans le cadre de Wikimedia France constituent le défrichage d'un type d'action innovant pour les partenaires qui s'engagent à ses côtés. En effet, le fait de libérer des contenus, de rendre accessible du patrimoine, de favoriser la production de contenus pour lequel chaque contributeur est responsable de ce qu'il écrit constitue un saut dans l'inconnu, et ce dans un univers numérique où toute information se propage rapidement.

MISE EN GARDE

Attention, les licences CC sont non-révocables : si les utilisateurs font le choix de cesser de distribuer leurs œuvres sous CC, ce choix ne s'applique pas aux copies (modifiées ou non) déjà en circulation. Les licences CC-0, CC-BY et CC-BY-SA autorisent la réutilisation commerciale. Cela implique qu'un tiers peut utiliser les ressources disponibles sur les projets Wikimedia et en tirer un bénéfice pécunier. Il est important de mentionner cet aspect des licences CC à vos futurs partenaires.

LICENCES CREATIVE COMMONS, LEURS CODES ET LEURS SYMBOLES

DÉSIGNATION COMPLÈTE DU CONTRAT	TERME ABRÉGÉ DÉSIGNANT LA LICENCE	SYMBOLES DÉSIGNANT LA LICENCE
ZÉRO	CC-ZERO	
PATERNITÉ	CC-BY	
PATERNITÉ PARTAGE DES CONDITIONS INITIALES À L'IDENTIQUE	CC-BY-SA	
PATERNITÉ PAS DE MODIFICATION	CC-BY-ND	
PATERNITÉ PAS D'UTILISATION COMMERCIALE	CC-BY-NC	
PATERNITÉ PAS D'UTILISATION COMMERCIALE PARTAGE DES CONDITIONS INITIALES À L'IDENTIQUE	CC-BY-NC-SA	
PATERNITÉ PAS D'UTILISATION COMMERCIALE PAS DE MODIFICATION	CC-BY-NC-ND	





WIKIMEDIA FRANCE

Version 1.0

avril 2015

Edition de la publication : Wikimedia France

Direction de la publication : Nathalie Martin

Rédaction : Pierre-Antoine Le Page, Maud Launay

Maquette et Mise en page : Jean-Philippe Kmiec et Marc Brouillon

*Merci à toute l'équipe salariée ainsi qu'à tous les membres
de Wikimedia France*

CC-0 Wikimedia France