

Fiche 10

Veille ciblée : déployez vos antennes

Votre organisation vient de lancer une campagne pour promouvoir l'outil d'optimisation de la consommation d'énergie pour les bâtiments. La réception est bonne, les téléchargements de l'outil augmentent. Mais en parallèle, le mouvement « anti-ondes électromagnétiques » reprend de l'ampleur... Vous vous rendez compte que certains porte-paroles de ce mouvement ont repris votre campagne à leur compte.

En intégrant une veille ciblée à toutes les étapes de vos projets, en particulier sur les sujets que vous savez sensibles, vous pourrez détecter non seulement l'émergence de mouvements ou d'opérations d'influence, mais aussi les inquiétudes sociétales sous-jacentes qui les alimentent. La compréhension fine de ces dynamiques sociales devient alors un atout stratégique en temps de crise [Fiche 17](#).

Quelques outils de veille

- **Organisez votre veille institutionnelle.** Le Réseau stratégique de veille et de prospective (RSVP) du gouvernement du Québec propose quelques outils simples d'approche, ainsi qu'une communauté de pratique.
- **Utilisez les options analytiques des plateformes de médias sociaux,** pour savoir en temps réel comment vos messages circulent.
- **Utilisez des agrégateurs de contenu** (Hootsuite, Sprout, Agorapulse, Google Trends, etc.) pour suivre chaque mention de votre nom.
- **Explorez la veille augmentée par l'IA!** Des outils comme Polly offrent l'analyse de sentiments, et la prédition de comportements, ou détectent les discours haineux (ex. : SAMbot)⁵⁴.

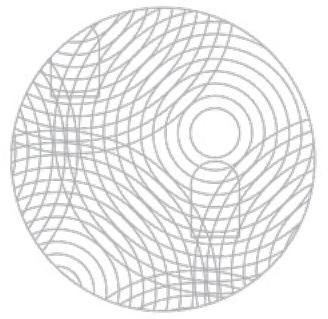
De fréquentes tactiques d'évitement

Certaines personnes ont intérêt à ne pas se faire repérer! Voici les techniques qu'elles utilisent régulièrement :

- Substituer des mots-clés surveillés par des variantes orthographiques, utiliser des métaphores ou des euphémismes, utiliser des emojis pour remplacer des lettres.
- Fragmenter les messages en plusieurs publications.
- Utiliser des images contenant du texte pour éviter la détection textuelle.
- Alterner entre plusieurs comptes coordonnés tout en restant sous les seuils d'activité suspects.
- Créer des « conversations miroirs » sur des plateformes secondaires, et utiliser les médias sociaux populaires uniquement pour des redirections.



Pour aller plus loin



Fiche 10

Veille ciblée : déployez vos antennes

Pour une veille responsable

- **Adaptez constamment vos critères de recherche** : ils doivent être justifiables au regard de votre mission, et vous devrez les adapter régulièrement pour répondre aux tactiques d'évitement utilisées par certains internautes.
- **N'intégrez jamais d'informations personnelles, confidentielles ou sensibles dans les requêtes⁵⁵**.
- Pour limiter les risques, vous pouvez activer certaines options sur les navigateurs Internet.
- Dans quelle mesure les informations que vous manipulez sont-elles sensibles?
- **La loi ne vous autorise pas à effectuer de veille dans des sphères privées**. Si certains comptes affichent clairement leur statut public ou privé, d'autres se situent dans une zone grise (groupes privés, mais largement ouverts, etc.). En cas de doute ou d'ambiguïté, consultez le service juridique de votre organisation.
- **Lorsque vous ciblez des groupes, pensez aux biais qui vous entourent**. Dans quelle mesure ce ciblage est-il justifié? Prenez en compte vos propres biais cognitifs (Fiche 3) et ceux inhérents aux algorithmes de certains outils numériques.
- **Vous utilisez les services de compagnies** pour effectuer de la veille ciblée? Tentez de vérifier dans quelle mesure ces dernières répondent aux bonnes pratiques évoquées plus haut.



Pour aller plus loin