



Gironde music box
PORTAIL MUSICAL DE LA GIRONDE

La Gironde Music Box
<http://www.girondemusicbox.fr/>

Charte éditoriale

1 – Objectifs :

Depuis quelques années les médiathèques tentent de soutenir et de valoriser la production musicale locale en proposant à leur public des fonds spécifiques qui rassemblent les disques des musiciens et des éditeurs phonographiques mais aussi les ouvrages des éditeurs de la région.

Ces fonds ont le mérite d'offrir un panorama de la création locale, mais ce panorama reste très incomplet dans la mesure où il ne concerne que les musiciens ayant à faire valoir une production discographique sur support physique (compact disc ou livre).

Plusieurs de nos structures ont entamé une démarche de mise en avant du fonds local et mettent en place des outils de médiation autour de celui-ci (soit par le biais d'achats de disques compacts ou de livres d'artistes locaux, soit par la mise en place d'animations dédiée à la musique locale).

Nos collections, constituées principalement de documents ou supports physiques, rendent-elles compte à elles seules de la vie musicale de notre territoire ?

L'univers musical a connu de profonds bouleversements correspondant à une refonte complète du modèle économique de la musique mais aussi à une refonte de la consommation musicale (très impactée par le développement du numérique - internet et les réseaux sociaux - et par l'explosion du marché des appareils mobiles - smartphone, tablette, iphone...).

Quelle offre numérique de service public pourrions-nous imaginer qui puisse répondre à nos besoins comme aux attentes des publics et des professionnels ?

Nous avons envisagé la conception d'un site internet selon un mode de travail collaboratif et mutualisé ayant pour objectif de donner une visibilité aux acteurs de la vie musicale du département (artistes, associations, institutions, manifestations) et couvrant l'ensemble des esthétiques musicales.

Ce projet numérique recouvre donc des enjeux culturels et professionnels ambitieux et inédits. Il trouve ses racines autour d'un projet similaire, « l'emicobox », porté par une partie du personnel de la Bibliothèque Francophone Multimédia de Limoges et dédié à la création musicale en Limousin. Nos collègues de la médiathèque de Pessac ayant remis en lumière ce projet au sein du groupe des Bibliothécaires Musicaux d'Aquitaine (BiMudAq), groupe régional de l'ACIM, il en est devenu le projet phare depuis 2011.

Les objectifs de la Gironde Music box sont multiples :

- **Investir le champ du numérique c'est répondre à un manque** patent pour les publics comme pour les professionnels : il n'existe pas de site internet non commercial qui repère, sélectionne, recense et promotionne l'ensemble de la filière musicale de notre territoire et l'ensemble des esthétiques du champ musical.

alors même que la scène musicale en Région, et en Gironde en particulier, concentre avec sa capitale régionale, Bordeaux, plusieurs centaines d'artistes, de nombreux lieux de diffusion (dont 4 SMAC), des éditeurs, des acteurs institutionnels (FEPPIA, RAMA, Conservatoire à vocation Régional...) et un ensemble de manifestations / festivals sur l'ensemble de son territoire, **il manquait à notre région un site de référence** de par la qualité du référencement que des contenus proposés (répertoire, fil d'actualité musicale, écoute en ligne).

- **Questionner nos missions et activités : nous, acteurs du service public, sommes des partenaires actifs de la vie musicale locale et permettons la mise en place d'outils documentaires novateurs à destination des utilisateurs de part l'exploration de contenus organisés et ludiques.** Alimenté et modéré par chaque bibliothécaire / administrateur, consultable par l'ensemble des internautes et des usagers dans nos médiathèques ou à distance sur les portails des bibliothèques.

Le Code de déontologie du bibliothécaire_adopté lors du conseil national de l'Association des bibliothécaires français, le 23 mars 2003 rappelle que :

- « *Le bibliothécaire est chargé par sa collectivité publique ou privée de répondre aux besoins de la communauté en matière de culture, d'information, de formation et de loisirs.* » (...)
- **Répondre à une exigence démocratique d'accès à la culture** qui rende visible l'ensemble de l'activité du champ musical.

D'après la Charte des Bibliothèques adoptée par le Conseil Supérieur des Bibliothèques. Titre 1 : Missions et accessibilité des bibliothèques. Article 3 :

« La bibliothèque est un service public nécessaire à l'exercice de la démocratie. Elle doit assurer l'égalité d'accès à la lecture et aux sources documentaires pour permettre l'indépendance intellectuelle de chaque individu et contribuer au progrès de la société » (...) « permettre un accès à l'information respectant la plus grande ouverture possible, libre, égal et gratuit, sans préjuger de son utilisation ultérieure, garantir l'autonomie de l'utilisateur, lui faire partager le respect du document, favoriser l'autoformation, promouvoir auprès de l'utilisateur une conception de la bibliothèque ouverte, tolérante, conviviale. »

- **Coopérer et mutualiser entre professionnel de l'information musicale** : Pensé au départ comme un répertoire de la scène musicale aquitaine, le projet s'est repensé comme un projet girondin ayant pour ambition que d'autres bibliothécaires musicaux nous sollicitent afin de développer sur leur territoire des projets similaires au nôtre et que fleurissent des « Landes Music Box », des « Pays Basque Music Box »...

« Les personnels des bibliothèques forment un corps professionnel solidaire. Au sein de ce corps, le bibliothécaire trouve aide et assistance, et apporte ses connaissances et son expérience. Dans ce cadre, le bibliothécaire contribue à l'utilité sociale de la profession et encourage la coopération, la mutualisation d'outils, l'appartenance à un réseau de coopération et de partage des savoirs ».

Code de déontologie du bibliothécaire_adopté lors du conseil national de l'Association des bibliothécaires français, le 23 mars 2003.

- Cette plate forme s'inscrit donc dans une **démarche locale de développement culturel de proximité**. Elle veut se penser comme un lieu de partage de l'information qui prenne le contre pied des sites plus généralistes de référencement des artistes musicaux, référencés par le prisme unique de leur notoriété. Au contraire, montrer la diversité et la richesse des champs esthétiques.
-
- **Regrouper dans un même répertoire une somme d'informations collectée auprès de tous les médias à notre disposition** de l'imprimé aux réseaux sociaux (facebook, bandcamp) sans oublier la presse gratuite, les Webzines, les « flyers » mais aussi la communication des structures associatives ou des institutions culturelles : caractère inédit de la démarche puisque personne n'a mené ce travail jusqu'à aujourd'hui.
- Montrer une facette de nos missions qui est de documenter les contenus musicaux par le biais du référencement et de la mise en avant de ces contenus modérés par nos soins.
- Nous souhaitons montrer notre expertise de professionnels de la musique sur la scène locale et que les bibliothèques soient perçues comme des membres actifs de la promotion musicale en parallèle à la filière musicale.

A qui souhaitons-nous nous adresser ? :

Répertoire d'artistes, de lieux de diffusion, d'éditeurs, de manifestations autour de la musique, nous souhaitons que cette plate forme devienne **un outil de promotion de la création de la vie musicale de notre territoire dans toutes ses composantes**. A ce titre, le monde associatif et institutionnel sera lui aussi mis en avant sur le site, les bibliothèques musicales proposant tout au long de l'année des partenariats leur permettant de construire une programmation de qualité (concerts, siestes musicales, ateliers, conférences...).

- Aux artistes, aux structures associatives, aux institutions, aux programmateurs, aux bibliothécaires musicaux, aux usagers de nos structures et surtout au-delà au niveau national : à tout internaute qui souhaiterait se sensibiliser et s'approprier un pan entier de la vie musicale en Gironde.
- Proposer aux particuliers comme aux professionnels un outil raisonné qui valorise la recherche d'information et permette la découverte et l'exploration : Outil numérique par définition, ce répertoire musical permettra d'offrir des ponts entre les artistes, les labels, les salles de spectacles et les différentes esthétiques musicales par le biais des techniques numériques (indexation matière, nuage de tags, écoutes musicales en streaming). En cela, nous répondons à une demande de prescription à distance de nos publics, demande de consommation musicale et de découverte liés au numérique et à Internet.

2 - Que trouvons-nous sur la Gironde Music Box ? :

 La Gironde Music Box est un portail convivial et intuitif. Un soin important a été apporté à l'ergonomie du site et à la charte graphique.

Le site ne vise pas à l'exhaustivité. Nous opérons des choix en fonction de la pertinence de la démarche de chacun des acteurs de cette scène et de part la qualité musicale proposée (mise en avant régulière de ces choix par le biais de sélections musicales via Soundcloud par exemple). Seront exclus les lieux de vente autour de la pratique musicale (magasins d'instruments par exemple).

Des artistes classés par esthétique musicale :

- Le site recense de façon sélective les artistes nés ou se produisant souvent sur les scènes locales girondines. Les musiciens doivent être en activité. Un onglet « archives » regroupera les musiciens ayant cessé leur activité (exemple : Noir Désir)
- La Gironde Music Box propose une fiche pour chaque musicien ou groupe girondin.
- Toutes les esthétiques musicales sont représentées (rock, musique du monde, jazz, blues, funk, rhythm & blues, musique improvisée, musique classique...).

Des informations sur le réseau musical en Gironde (édition, distribution, évènements, salle de spectacle, intervenants, associations et institutions)

- Un volet est associé à la vie musicale locale.
- Un recensement des sites web donne accès à l'actualité des concerts

Une présentation des membres participants ou la rubrique “Qui sommes-nous” :

Il serait judicieux pour personnaliser le site de se créer des avatars qui permettraient de représenter les membres participants. Cela permettrait par une rapide présentation de 2/3 lignes de nous situer professionnellement et d'affirmer comme cela notre valeur ajoutée professionnelle.

Cela permettrait de mettre les participants en évidence (tous et bien évidemment Xavier afin que son travail soit mis en valeur)

Par contre quand nous communiquons au titre de la Gironde Music Box le mieux est vraiment d'employer le “nous” et non le “je” afin d'incarner l'esprit qui est le nôtre c'est-à-dire dans un esprit collectif.

Un volet présentant les bibliothèques musicales du département :

- Sera également présent un volet avec la présentation des bibliothèques participantes au projet avec un lien vers leurs catalogues ou leurs sites. (Ou éventuellement un renvoi vers un court texte de présentation avec une adresse mail en l'absence de site propre)
- Notre but est de faire un relais du site vers nos structures physiques comme maillon de diffusion de la filière musicale locale. Nos animations musicales pourront être par exemple intégrées dans la Gironde Music Box en relais avec nos pages Facebook, Twitter et Myspace.

Des outils de veille et de curation d'information (le scoop it)

- La Gironde Music Box pourrait également être intégré dans le portail documentaire de certaines structures participantes.

Des outils de communication sur les réseaux sociaux : scoop it, soundcloud et facebook

- Notre inscription au cœur des réseaux sociaux nous permettra d'aller plus loin que du signalement d'artistes, de lieux et d'être repérés comme un acteur de cette scène, un passeur.

En cours de réflexion :

- Une possibilité sera donnée aux usagers de noter les morceaux écoutés : on pourra laisser un commentaire ou noter par un système d'étoiles, de smiley
- Un système de flux RSS pourra éventuellement permettre de faire une veille informatique de l'actualité musicale de notre région. Le flux RSS pourra recenser les programmations des salles de spectacle locales ainsi que les animations musicales proposées par les bibliothèques.

En conclusion :

Le panel exhaustif des informations proposées donne à la Gironde Music Box un positionnement inédit sur le réseau musical de notre territoire et prend l'allure d'un véritable portail musical.

Nous n'avons pas de concurrents directs car les autres acteurs de la vie musicale locale sont sur des schémas commerciaux et de promotion commerciale ce qui n'est pas notre cas.

3 – Dispositif éditorial

La forme :

Les articles qui présentent les artistes sont d'abord informatifs. Nous proposons des fiches artistes décrivant le style musical, leur biographie, des extraits sonores et vidéo. Nous ne faisons pas de critiques positives ou négatives des artistes. Le ton pour les articles présentant les salles, les groupes.. est donc neutre et il n'y a pas de prises de position.

Notre parti pris critique se fera plutôt par le biais des sélections. Nous allons faire découvrir les groupes, les artistes via des sélections musicales (soundcloud). C'est par ce biais là que nous mettons en avant des artistes.

Nous nous positionnons comme bibliothécaires musicaux c'est à dire comme des professionnels de la documentation musicale. Nous référençons les groupes, les structures, les manifestations, les éditeurs. Nous modérons des contenus liés à l'information et publiés via un outil (scoop it) et nous proposons de la découverte. Nous assumons ici à travers ce blog nos missions d'ancrage sur notre territoire, de défense de la musique sans regard commercial (nous ne vendons pas, nous n'avons pas d'intérêt particulier) et de la promotion de la vie musicale locale.

Le comité éditorial :

La Gironde Music Box étant avant tout un projet collaboratif, son directeur de publication étant la Présidente de l'ACIM mais chacun des administrateurs du site publie le contenu de ses fiches. Chaque membre rédige des fiches artistes et nous nous en remettons à la rigueur des contributeurs pour en garantir la qualité.

Il est toutefois possible pour chacun, s'il constate une erreur ou un oubli, de modifier une fiche pour la rendre plus complète. En cas de modification majeure, il peut toujours en notifier les changements au rédacteur originel.

Chacun des membres du groupe initial peut mettre des informations sur le site. Il n'y a personne qui centralise, tout le monde accède aux informations via l'utilisation des outils comme "google drive" "gmail"...

Nos choix sont assumés collectivement. La solidarité s'opère automatiquement. Ce positionnement nous permettra de donner une réponse solidaire et collective si nous sommes interpellés par tel ou tel artiste ou structure en désaccord avec nous

pouvant aller jusqu'à la dé-publication d'une fiche (paroles choquantes par exemple).

Concernant le compte soundcloud, il s'agira de définir une charte éditoriale. Pour l'instant, il s'agit de sélections échelonnées dans le temps autour des nouveaux artistes intégrés sur le portail à un rythme de 2 à 3 mois. Il s'agira d'augmenter la fréquence, de thématiser les sélections (sélections « musique du monde » par exemple).

Le noyau dur des administrateurs reste le même mais des structures comme Bordeaux pourront proposer la contribution d'un autre administrateur (de part la taille et du nombre de bibliothécaires musicaux présents sur son réseau).

Toute autre contribution au projet devra être questionnée au sein d'un groupe de travail notamment dans le cadre de l'intégration future de la Gironde Music Box sur le portail de la Métropole.

La modération de contenus peut se faire en dehors du site même par la modération des flux et de contenus tels le facebook, le scoop it, le nettoyage des courriels reçus, la vérification des liens sur le site.

Par ailleurs, le réseau de la BDP 33 comme certains services du réseau de la bibliothèque de Bordeaux pourront nous faire remonter de l'information : soit de leur territoire via dépositaire ou bibliothécaires de quartier soit via l'envoi par courriel d'information sur les artistes et structures.

Le service de la documentation régionale (DLR) de la BM de Bordeaux a été sollicité par Nicolas CLEMENT afin de proposer une veille sur les abonnements à 6 journaux girondins (hebdomadaires). Informations précieuses qui n'apparaissent pas sur Internet. Une collègue du service Musique assure cette veille.

4 – Planning de publication

Le répertoire artiste n'est aucunement influencé par l'actualité : le but est ici de couvrir un maximum d'artistes du département. La régularité des publications importe donc peu, puisque dans l'idéal, nous aimerions rentrer tout le contenu le plus vite possible. Pas de planning de publication donc : il s'agit de créer autant de fiches d'artistes qu'il y a d'artistes, et autant de fiches articles qu'il y a d'associations, institutions, salles et autres.

En revanche, les pages Facebook et Scoop.it se doivent d'être vivantes et attractives. Ici, nous nous tiendrons à au moins 4 publications par semaine. Ces publications peuvent être de nature très diverses tant qu'elles concernent la scène musicale Girondine. Le publicateur sera seul juge de la pertinence de l'information et si elle mérite d'être relayée sur les réseaux sociaux ou pas.

Dans le cas de la page Facebook, nous ajouterons aux liens sur la scène musicale des morceaux et clips d'artistes Girondins, choisis de manière arbitraire en essayant de diversifier les genres. D'une manière générale, tout ce qui peut intéresser un amateur de musique vivant en Gironde est bon à publier : un facebook relayant un évènement par mois est inutile et invisible.

Établir un planning de publication des évènements et manifestations récurrentes afin d'épingler en page d'accueil du site (ou sur la fil d'actualité facebook) les temps forts que nous suivons.

En fin d'année, il est intéressant de le compléter avec les événements passés afin d'avoir un tableau de bord complet et mesurer les écarts annuels.

5 – Quel traitement des rubriques en fonction des différents types d'informations

Il y a 5 éléments dans la Gironde Music Box, et les informations qu'il traite sont différentes :

- les **fiches artistes et articles**, qui apparaissent sur la page d'accueil et qui présentent des artistes et acteurs Girondins ;
- le **Soundcloud**, qui relaye des sélections musicales d'artistes dont la fiche a été créée ;
- le **Scoop.it**, qui relaye de l'actualité musicale Girondine dénichée dans divers sites d'actualité locale, webzines ou journaux (gratuits ou abonnements) ;
- la **page Facebook**, qui est une sorte de vitrine de la Gironde Music Box, et qui publie tous les contenus jugés pertinents des trois éléments ci-dessus.
- La création d'une discographie « virtuelle » via le site « **Discogs.com** » nous permet de donner à notre outil numérique un ancrage mémoriel.
- La **chaîne YouTube du site**.

Ce site est un site d'information actualisé. Il devra veiller à mettre en place une veille d'information qui tienne compte de l'évolution de la vie musicale (fermeture de salles, arrêt d'activité de tel ou tel artiste).

Tous les contenus sont conservés. C'est une évidence pour les fiches artistes ; quant aux autres éléments de la Gironde Music Box, la nature même des réseaux sociaux implique que les publications anciennes sont éclipsées par les plus récents.

6 – Gabarits éditoriaux :

Les fiches artistes :

Elles comprennent les éléments suivants selon l'ordre suivant :

- **TITRE** : Nom de l'artiste en lettres majuscules (on emploiera la forme « rejetée » : DUPONT, JEAN-PIERRE ou ENDIABLES, LES
- **CATEGORIE** : Sélectionner la catégorie correspondante (“artiste” pour les fiches artistes)
- **REGISTRE** : Genre musical de l'artiste renseigné.
- **GENRES** : Indexation libre permettant d'ajouter des termes et d'aller un peu plus loin que les registres musicaux, afin d'apposer des tags aux fiches artistes.
- **IMAGE** : Image de présentation de l'artiste. Privilégier la photo « portrait » plus personnelle. A défaut, elle peut être une pochette d'album ou autre, selon la qualité des images trouvées sur internet. L'image DOIT avoir un format paysage (plus large que haute) afin de ne pas être écrasée lors de la mise en ligne.
ACCROCHE : L'accroche (court texte de visualisation avant d'accéder à la fiche complète -le texte sous l'image sur la page d'accueil en somme) est automatiquement utilisée par le site comme le début du texte de présentation. Seulement, dans certains cas l'accroche s'arrête en plein milieu d'une phrase. Pour rédiger soi-même l'accroche, il suffit, comme indiqué ici, de cliquer sur “Modifier le résumé” au-dessus du texte de présentation lors de la création de la fiche. L'affiche doit introduire la présentation en une phrase ou deux.
- **PRESENTATION** de l'artiste : selon les informations trouvées sur internet, la longueur de la présentation peut varier du simple au double. L'important est de mettre un maximum d'informations sur l'artiste : date de formation, lieu d'origine, genre de musique, historique, nombre de musiciens... Un (grand) minimum serait aux alentours de 500 caractères. Par exemple, la rubrique de Los Dos Hermanos contient ces informations mises en forme pour un total de 663 caractères. Mais rien n'empêche d'aller jusqu'à plus de 1200 caractères comme dans la fiche de Dance to the End.
- **MEMBRES** : Noms et instruments des membres du groupe, sous la forme suivante :
“Prénom Nom : instrument”
Par exemple :
“Jimmy Page : guitare
Robert Plant : chant
John Paul Jones : basse / claviers
John Bonham : batterie”

- DISCOGRAPHIE : (recouper les infos via le bandcamp de l'artiste, le site de l'artiste, son facebook et myspace)
- *Discographie du groupe, incluant les EP, lives et splits, sous la forme:*

“Albums » :

Année de sortie - Titre de l'album 1 (label)

Année de sortie - Titre de l'album 2 (label)

Année de sortie - Titre de l'album 3 (live) (label)

« EP », 45t :

Année de sortie - Titre de l'EP 1 (label)

Splits

Année de sortie - Titre du split 1 (avec “nom de l'autre artiste” (label))”

Par exemple, dans le cas d'un groupe comme Sunn O))) :

“Albums :

2009 - Monoliths and Dimensions (Southern Lord Records)

2011 - Agharti Live 09-10 (live) (Southern Lord Records)

2014 - La Reh 012 (Southern Lord Records)

« EP »

2003 - Veils It White (Southern Lord Records)

2004 - Cro-Monolithic Remixes for an Iron Age (Southern Lord Records)

Splits

2006 - AngelComa (avec Earth) (Southern Lord Records)”

- SITES INTERNET : Site officiel, bandcamp, Facebook officiel... Il y a 4 champs, alors autant en mettre un maximum en mettant toujours le libellé correspondant.
- E-MAIL : contact de l'artiste (à défaut de l'agent artistique)
- DECOUVRIR : Lien soundcloud
- VIDEO : Lien youtube. Nous préférons des vidéos de bonne qualité sonore et visuelle. Il y a deux champs, il est donc possible de mettre un clip + un live pour mieux rendre compte de l'univers de l'artiste.
- ANIMATION EN BIBLIOTHEQUE : Si l'artiste a joué dans une médiathèque, écrire le lieu et la date.

Les étapes à respecter pour remplir la fiche : artiste (solo ou groupe) ou article (réservé aux structures, événement, salle de spectacle, festivals...)

- veiller à ce que la fiche “artiste” et « article » n'existe pas dans la base (cf « recherche »)
- importer une photo du groupe ou lieu ou logo association : privilégier les photos en bonne résolution et mettant en scène le groupe ou le lieu (éviter les logos)
- Remplissage des champs : pour rappel, les noms des artistes et structures s'inscrivent en majuscule, choisir la catégorie, puis le registre, définir un genre (bien normé), insérer l'image (que vous tentiez de conserver sur votre ordinateur), texte de présentation (le texte rédigé dans facebook, rubrique « à propos » est souvent une mine d'information sur le groupe, ses contacts, les membres du groupe...).
- Penser à indiquer les mentions de droits réservés. Exemple (D.R.) (Allez les Filles) si vous prenez une petite partie d'un texte ailleurs sur un autre site, listez les membres du groupe ou de l'association (directeur de la structure par exemple), indiquez la discographie (souvent mise à jour sur la page Bandcamp du groupe) <https://bandcamp.com/>, indiquez les sites web, facebook, bandcamp, twitter, Instagram..., notez l'email (cf facebook, rubrique « à propos »), trouvez des extraits sonores sur soundcloud (<https://soundcloud.com/>) et copier/coller les liens dans la rubrique « découvrir », faire la même chose avec youtube pour la rubrique vidéo (en recherchant dans la partie « vidéos » sur la page facebook du groupe ou directement sur youtube puis copier/coller le lien trouvé à l'emplacement situé sous la vidéo et noté « partager » (le lien apparaît sous la forme : <https://youtu.be/f9zKYWLMXAU>), pensez enfin à noter si le groupe a joué en médiathèque : pour cela, souvenez-vous du portail des bibliothèques de la métropole, rubrique agenda avec tri par ville ou date :<http://mediatheques.bordeaux-metropole.fr/search/site/?f%5Bo%5D=bundle%3Aarticle>)
- derrière un événement ou un festival se cache souvent une association
Pensez à renseigner dans la partie « membres » le nom de cette association.

Le scoop-it :

La recherche d'informations : la veille se réalise au quotidien via la presse payante (service documentation régionale bibliothèque de bordeaux) et gratuite (notamment Bordeaux 7) qui relaie pas mal d'information sur la scène émergente, sur les événements musicaux etc., les webzines, les sites d'actualités mais aussi les flyers, les programmes des salles de spectacles.

Sur les réseaux sociaux, « les amis des amis » d'artistes signalés sur facebook sont une source inépuisable de repérage d'artistes, structures, lieux de diffusion, etc.

Exemples :

Webzines, presse en ligne : quelques exemples

<http://www.muzzart.fr/news.html#>

(rubriques « actus/concerts, « sortie albums », « nouveaux groupes)

<http://www.happen.fr/>

<http://facesb.fr/blog/index.php>

<http://rue89bordeaux.com/>

<http://www.bordeaux7.com/bordeaux-sorties>

Réseaux sociaux :

https://www.facebook.com/Bordeaux.culture/timeline?ref=page_internal

<https://www.facebook.com/pages/Clubs-Concerts/153906826388>

Tous les articles sont tagués avec la même indexation matière utilisé sur la portail :

exemple : Cenon, Salle de spectacle, Rocher de Palmer, 2015, concert,

7- Référencement naturel :

Cette rubrique permet de rappeler à tous les principes du référencement naturel, mais également sur quels mots clés se positionne l'entreprise.

L'agrémenter d'exemples permet également de s'assurer de la bonne compréhension des éléments listés ci-après.

- mots clés : réaliser un tableau avec vocabulaire clé : mots-clés principaux et mots-clés secondaires
 - Attention dans le texte, l'indice de densité (nombre d'occurrences du mot clé dans le texte) est situé entre 2% et 7% du total des mots
 - les utiliser dans le titre des photos et des documents en pièces jointes via une nomenclature définie
- meta description
 - title : 70 caractères (50 sur mobile) avec le mot-clé placé dès le début.
 - Description : résumé incitatif avec un mot-clé placé dès le début, en 163 caractères (100 pour mobile). Rédiger une description unique pour chaque page.
- liens internes : ils doivent autant que possible de renvoyer à des articles déjà écrits ou à des rubriques du site. Renseigner les balises alt « Consultez la rubrique ». Ils s'ouvrent dans la page courante. Les faire sur plusieurs mots pour faciliter l'action, d'autant plus si on est sur mobile.

• liens externes : ils doivent renvoyer à des sites fiables et ayant une valeur ajoutée. Donner des exemples de titre « Charte éditoriale : rendez-vous sur www.ferreole.fr ». Ils s'ouvrent dans une nouvelle fenêtre.

La question à se poser concerne les “mots matières” :

On choisira d'utiliser les **termes issus de la PCDM4**. Mais attention : le site génère des propositions pour peu qu'on ait validé la moindre indexation. On retrouve ainsi des coquilles du genre « formes associées » entre elles « rock, folk » et qui crée du « bruit ».

8 – Principes éditoriaux :

En fonction de la « culture » éditoriale des contributeurs, il est important de rappeler quelques grands principes d'écriture.

- titre : doit-il être incitatif ou informatif ?
- mots simples et phrases courtes (les présentations des artistes doivent être calibrées, trop de texte de présentation rend nuisible l'attention)
- loi de proximité/du moindre effort
- règles internes à l'entreprise
- aligner le texte à gauche
- règles grammaticales
- règles typographiques accentuer les majuscules
- savoir se relire (orthographe) et enlever le contenu inutile
- etc.

On utilise la police par défaut, à savoir du Arial taille 13.

Il faut être vigilant : lors d'un copier/coller, le texte prend parfois la même police que là où l'on a trouvé le texte.

Pour éviter les « coquilles » de ce genre, faire un copier/coller dans une application telle que « wordpad » (dans windows, « wordpad » est situé dans « tous les programmes », puis « accessoires ». cet utilitaire enlève les scories.

9 – Formats des documents :

Cette rubrique permet de donner des préconisations sur la taille des contenus vidéo, illustrations, documents à télécharger

- Documents à télécharger : taille maximale en .pdf
- Images : indiquer si elles doivent être réalistes, comporter des personnes, etc.

taille, format – horizontal ou vertical- , dimension & définition –minimale et maximale- en fonction des rubriques.

L'image doit avoir un format paysage (plus large que haute) afin de ne pas être écrasée lors de la mise en ligne. Au minimum, la largeur devrait être 1,5 fois supérieure à la hauteur : une image de ~350 de hauteur devrait faire au moins ~525 de largeur. [Regardons cet exemple](#) : sur google images, il suffit de passer le curseur sur une image pour voir son format.

- Gabarits de la légende et copyright

leur provenance : photothèque de l'entreprise ou sites proposant d'images libres de droit.

vidéos : il est préférable d'intégrer dans la page les vidéos du lecteur YouTube. (code EMBED)

10 – Analyses des statistiques

Afin de s'assurer de l'efficacité éditoriale de ses contenus, il s'agit de vérifier

- le nombre de visites de la page,
- le temps moyen passé sur la page,
- la date de la dernière visite de la page,
- la date de sa dernière mise à jour.

Nous avons un outil statistique : Nous pourrions faire des rapports réguliers si besoin (ces semaines-ci on a entre 20 et 50 visites/jour en gros, ce qui n'est pas mal sachant qu'on n'a aucune communication et que le projet se relance doucement.) Les visiteurs cliquent en moyenne sur 5 pages et restent un peu plus de 5 minutes sur le site.

11 – Aspects juridiques :

Cette rubrique concerne :

- droits d'auteurs et propriété intellectuelle
- droit à l'image
- mentions légales : confidentialité des données, loi relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés
- code déontologique : récolte des informations et vérification des sources

Nous nous protégeons en indiquant :

- que chacun peut nous contacter pour modifier leur fiche et faire exercer leur droit à l'image....

- Modification des fiches par les artistes ou structures elles-mêmes si elles nous en font part. nous informons au maximum les artistes de leur référencement
- nous n'hébergeons que des liens, nous n'hébergeons pas de vidéos ou d'images.
-
- site non commercial, notre but est de faire connaître la musique de notre territoire. Creative commons.

