

Quentin MORES
Lucas STAUDT
Nicolas RUBIO
Marion LIGIER
Antoine KRYS
Cyril MENTREL

Master 2 AMINJ CPN
Année 2020/2021
Université de Lorraine

Charte éditoriale - Museum XXI

UE 903 EC4 Préparation au projet tuteuré



SOMMAIRE

Introduction	2
Objectif de la charte	2
Présentation de la marque	2
Cibles et objectifs	3
Les cibles	3
Les objectifs	4
Trafic et support	4
Vision éditoriale	5
Territoire d'expression du Muséum XXI	5
Le ton de communication	6
Piliers éditoriaux	6
Les sujets et angles à éviter absolument.	7
Vocabulaire	7
Typographie / Ponctuation	8
Choix iconographiques	8

Introduction

Objectif de la charte

La charte éditoriale est un document de référence. Elle permet d'assurer la cohérence et la qualité d'une publication sur les différents supports de communication de la marque. Elle vise à formaliser les règles et les procédures auxquelles doivent se soumettre les membres d'un projet éditorial. Le fond et la forme sont donc définis au sein de cette charte.

Cette version de la charte est destinée à être partagée en interne au sein du groupe Muséum XXI. L'intégralité des productions est donc contrôlée par l'équipe. Tous les contenus produits par le groupe Muséum XXI se basent sur des ressources sous licence Creative Common afin d'assurer que les droits d'images et d'auteurs soient parfaitement respectés. Les productions fournies par le Muséum XXI sont la propriété du groupe Muséum XXI, par conséquent leurs utilisations, modifications et publications sur des sites extérieurs, et ceci sans accord préalable avec le groupe, sont illégales.

Présentation de la marque


Museum XXI est une conceptualisation sur le futur à travers une expérience muséale. L'objectif de ce musée est de porter un message au travers de faits historiques marquants, s'étant déroulés durant la première moitié du XXIème siècle, et de faits fictifs relatant d'un futur alternatif. Le projet a donc deux visions différentes, d'un côté il a un but de transmission historique, comme un musée classique, et de l'autre une démarche réflexive communautaire se basant sur les éléments fictifs mis en place, à travers la ligne temporelle alternative mise en place mais aussi à travers la scénarisation d'événements réalisés. Cette scénarisation d'événements est un outil permettant de créer des salles physiques temporaires basées autour d'une thématique (cette thématique peut être économique, sociale, écologique, technologique,...) et présentant un problème à résoudre pour l'utilisateur.


Pour la résolution de la salle, le client recevra des informations sur les conditions actuelles concernant la thématique de la salle ainsi que plusieurs informations pour mesurer son impact sur ce futur alternatif.


La présentation du Musée se fera *via* un site internet ainsi qu'une campagne sur les réseaux sociaux en plus de théoriser et développer le Muséum XXI en lui-même

Cibles et objectifs

Les cibles

Persona 1	Éowyn, 26 ans, femme, Nancy
	<p>Etudiante en art</p> <p>Fréquentation régulière des musées et centres culturels</p> <p>Recherche inspirations pour ses projets personnels</p>

Persona 2	Milo, 42 ans, homme, Gorze
	<p>Attaché territorial</p> <p>Passionné d'art</p> <p>Sensible à la transmission du patrimoine culturel</p>

Persona 3	Arya, 37 ans, femme, Corny-sur-Moselle
	<p>Maraîchère</p> <p>Soucieuse du travail de la terre, de l'environnement</p> <p>Comportement éco-responsable</p>

Les objectifs

- Développer une communauté française autour du Muséum
- Développer une communauté internationale autour du Muséum
- Fournir une vision réflexive sur le futur
- Théoriser, proposer et mettre en place 1 expérience scénarisée

Trafic et support

Rappel des (principaux) supports utilisés

- Site Web
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Vidéo (Chaîne Youtube)

Vision éditoriale

Le Muséum fournit des informations relatives à différents sujets thématiques tout en les mettant en contexte avec une démarche réflexive communautaire afin d'éveiller les consciences sur différents sujets mais aussi en proposant différentes solutions existantes pour les sujets traités.

Territoire d'expression du Muséum XXI

Muséum XXI relate tout d'abord d'événements passés et aussi d'événements se basant sur le futur alternatif. Les images utilisées et les contenus doivent être en relation directe avec les sujets traités par le muséum.

L'utilisation de points reliés entre eux est un aussi un élément fort de l'identité du Muséum.

Il est à utiliser avec parcimonie et quand le format se prête à l'élément visuel. Comme sur l'exemple ci-dessous.





Figure 1 : partenaires locaux potentiels.

Le ton de communication

Concernant le ton de communication il se doit d'être sobre et factuel. Chaque post doit contenir une information précise à véhiculer, que ce soit une nouvelle expérience proposée du Muséum XXI ou une information récente sur une thématique abordée par le Muséum. Le but doit être clairement identifiable, qu'il soit un but informatif ou qu'il amène à une réflexion sur un sujet précis. La négativité est à éviter majoritairement, la prise de position évidente est elle aussi à proscrire. La promotion d'événement est possible mais elle doit être pertinente pour le visiteur. L'humour peut être utilisé mais il n'est pas le ton principal à utiliser.

Les différents tons :

- Optimiste
- Assuré
- Factuel
- Humour (avec parcimonie et quand le sujet le permet)

Piliers éditoriaux

Les piliers éditoriaux du Muséum sont relativement larges puisqu'ils se basent sur les différentes thématiques abordées par le Muséum. On retrouve donc l'économie, la dimension sociale, l'écologie et l'évolution technologique comme piliers éditoriaux et cœur de cibles des sujets traités par le Muséum.

Les sujets et angles à éviter absolument.

Afin d'assurer la crédibilité du Muséum, seules les informations certifiées peuvent être relayées. Dans la même logique, plusieurs sujets sont à éviter. Toutes les informations relatant d'évènements extérieurs à la limite temporelle des années 2000 aux années 2050 sont à éviter.

Les angles des posts ne doivent pas être condescendants ni émettre de jugement sur une situation. Dans la même logique, toutes formulations pouvant heurter la sensibilité et les bonnes mœurs doivent être proscrites. Le but du Muséum est de relater des événements, et de permettre une réflexion aux visiteurs. Les informations.

Vocabulaire

- La négativité est acceptable, mais à utiliser avec un but précis, le message ne doit pas être seulement négatif. Si l'on utilise une information négative, ouvrir la réflexion par la suite peut être une bonne direction.
- Nuancer les propos
- Si il s'agit d'une production se basant sur le futur alternatif, il faut proposer un moyen au utilisateur de comprendre qu'il s'agit d'une information fictive
- Éviter les jeux de mots
- Ne jamais utiliser de "Je"
- Les anglicismes sont acceptés
- Lors d'utilisation de vocabulaire spécifique, une explication du terme est à prévoir

Typographie / Ponctuation

- Majuscule à chaque début de phrase
- Toujours un espace avant les caractères spéciaux
- Ne pas oublier les accents, même sur les majuscules
- Ne pas utiliser de parenthèses sauf si inévitables
- L'accroche d'une publication doit faire entre 70 et 90 caractères.
- Pour les publications des réseaux sociaux, il est recommandé de privilégier des textes courts.
- Écrire 1 500 plutôt que 1500
- L'utilisation des smileys doit être faite avec parcimonie, lorsque celles-ci sont pertinentes pour le message à véhiculer.

Choix iconographiques

Les différents supports et images utilisés par le Muséum doivent être à l'origine sous la licence creative common. Un respect de la charte graphique est de mise lors de la modification, de l'intégration et/ou de la publication de ces contenus. Il faut aussi veiller à garder le message clair avec une dynamique positive, avec l'utilisation de couleur en accord avec le sujet et en gardant un ton et un angle de vue positif.