

Le 28 janvier 2007

**Compte –rendu de la Réunion Info/Com de la FAMDT
Paris, 12 décembre 2006 / 14h00-18h00**

Présents :

Audrey Lehont, CMT Ile de France
Guillaume Veillet, Trad Mag
Olivier Durif, CRMTL/FAMDT
Pierre et Dominique Henry, Musictrad
Guillaume Taillebourg, Saint Chartier
Eric C, Ile de Folk, la Bourrache
Guillaume Cordier, Zone franche
Gaël Lebellegui, Arcade
Dominique Passebon, UPCP Métive
François Bensignor, CIMT
POL, FAMDT
Jean Sébastien Esnault CMTRA
Josée Dubreuil AMTA
Jean-Claude Le Menuel, Archipels/Normandie
Môme Guilcher, ARIAM Ile de France
Monique Alfonsi et Alain Bitton-Andreotti, Tutti in piazza
Philippe Gibaux, Galaor
Jean-Paul Million, groupe Sans gain Lorraine
Marylène Burlot Ile de Folk
Marina Casula, Carrefour aquitaine

Le but de la réunion est de faire un état des lieux des outils d'information et de communication du secteur trad, de faire le point sur les objectifs de communication de chacune des structures. Ce n'était pas une réunion de réflexion sur les médias et sur l'exposition des Musiques et danses trad, réunion qui pourrait être organisée ultérieurement. Elle suivait les 2 journées de séminaires organisées pour les correspondants IRMA, auxquelles participaient 13 des 22 participants à cette première réunion.

José Dubreuil, AMTA¹

Travaille sur deux bases de données : RMD et Irma, + un site Internet qui n'est pas compatible avec les 2 autres, donc les données sont rentrées 3 fois !

Le fichier sert à faire circuler l'info, à faire des mailings différents pour annoncer les concerts, les bals, les actus, des mailings liés à la VPC, ou d'autres, liés à de gros événements.

Il y avait une lettre d'info trimestrielle version papier jusqu'à il y a un an. Maintenant, 1 lettre trimestrielle diffusée par Internet, comprenant en dernière de couv, la présentation des nouvelles publications,(diffusé également sur papier.) NON La Lettre comprend des infos générales, des interviews d'artistes, de luthiers, d'enseignants, des infos sur (les albums) l'actualité culturelle, publications. La lettre était diffusée à 5000 exemplaires, maintenant elle est à télécharger sur le site (car il n'y a plus de moyens financiers) pour des raisons budgétaires.

L'agenda est diffusé à 3000 exemplaires auprès de tous les adhérents qui n'ont pas internet, dans les lieux culturels (médiathèques, bibliothèques, salles de concerts, ..),

¹ NB : la fiche n'a pas été envoyée à POL en pièce jointe !

Le 28 janvier 2007

radios, offices de tourisme demandeurs... En dernière de couverture figure également la présentation des nouvelles publications.

Un catalogue des publications du Massif Central, diffusé par Internet et papier (ne concerne que la VPC). Ce catalogue est régulièrement ré-actualisé par l'envoi d'une feuille « Nouveautés ».

Il y a un site Internet présentant les artistes, les groupes, les luthiers, les lieux d'enseignement, les publications (ventes en ligne), les partenaires, les liens...

Question de Gaël : le site de l'AMTA sert-il à informer sur les actions de l'AMTA et/ou à relayer les projets sur le secteur et les territoires ?

Réponse : oui, du secteur et des marges. L'agenda (est sur les spécificités de) se veut exhaustif sur l'ensemble des musiques trad pratiquées en Auvergne et de ses bordures (ex : Tulle), c'est aussi l'agenda des musiciens d'Auvergne qui vont jouer ailleurs.

Question de POL : quels outils d'info utilise-t-elle pour s'informer sur le secteur?

Rép : Tout d'abord, nous sommes en lien permanent avec les artistes et organisateurs de la région. Puis, il y a Musictrad, Mustradem, Culture Europe, etc. Internet : super outil, très utilisé, sur l'activité des artistes aussi (Google : marche bien)

Jean-Sébastien Esnault, CMTRA

La lettre d'info existe depuis 16 ans, le n° 64 arrive. Elle change.

La version papier (13 000 exemplaires) est conservée : actus du secteur, avec souci d'équité sur les départements, + ouverture sur le Réseau des MA et les réseaux pluridisciplinaires.

Elle n'a aucun concurrent sur la région Rhône-Alpes : les autres réseaux en Ma n'ont pas de vecteurs d'info. Sinon, il existe des vecteurs de critiques journalistiques.

La lettre est aussi à télécharger : elle est diffusée aussi en mailing aux abonnés.

Bientôt des entretiens vont être mis en ligne de façon sonore comme les webradio, le podcast.

La lettre est très consultée sur Internet : il y a tout son historique (1 000 pages)

Le site vient de changer de plateforme, avec des fonctionnalités très interactives avec le secteur et le réseau : artistes (dates, images, sons) cours etc.

Il y a un contrôle de l'administrateur : avant qu'une info soit publiée (par les gens) sur le site, il y a une interface pour faire le tri (exemple pour qu'il n'y ait pas une info hip hop)

Pour les artistes, cette fonctionnalité existe depuis la semaine dernière, avant c'était de la saisie de fiches. Aujourd'hui, les artistes rentrent en ligne leurs actus selon des champs prédéfinis, concerne les amateurs et les pros.

La recherche sur le site peut se faire selon différents critères : par exemple, « groupe de musique kabyle », ou « groupe de musique alpestre », ou musique pro/amateur

Question de Gaël : quels sont les critères utilisés pour définir les musiciens et les groupes professionnels et amateurs ?

José de l'AMTA dit qu'elle ne qualifie pas selon ce critère.

Gaël dit que ça peut être indispensable, elle demande si ce sont les gens qui se définissent ainsi ?

Jean-Sébastien dit que oui, ce sont les gens qui se définissent.

Dominique : quels sont les retours, en pourcentage ?

Jean Sébastien : il y a 200 dates qui sont référencés, pour l'instant pas de retour sur les artistes, car c'est trop récent. Le site est en ligne depuis 72 ou 73 jours. Ce sont uniquement des dates en Rhône-Alpes.

Le 28 janvier 2007

L'ancienne base de données était sur Filemaker. Depuis la semaine dernière elle est en intranet et autorise une synchronisation à partir d'une auto-saisie en ligne, des bases IRMA et RMD pour les fiches artistes à partir d'une auto-saisie en ligne et ce avec la base RMD de l'ex-AMDRA). Ils ont un développeur commun de leur intranet avec RMD, et avec l'Agence régionale.

Le carnet d'adresses avant était en réseau (Mac et Linux)

Aujourd'hui avec le logiciel SPIP, on peut faire les newsletters à partir du site, le logiciel va gérer aussi les adresses mails donc c'est plus cohérent ; c'est un logiciel Open source.

Question de Gaël : est-ce que la synchronisation concerne tout type de fiches (ex : les producteurs) ?

Réponse : non seules les fiches artistes sont concernées, mais il y a la possibilité de saisir d'autres questionnaires en ligne, par exemple les fiches pour les luthiers.

Gaël Lebellegui, ARCADE (PACA)

L'Arcade est l'Agence régionale de coordination et de développement du spectacle vivant, donc le fonctionnement y est le même pour tous les secteurs, dans une perspective de gestion de l'information, d'accompagnement des professionnels et très peu d'opérationnel.

L'Arcade a initié la conception de RMD, donc il n'y a pas eu de choix d'un système d'information. Aujourd'hui c'est devenu Réseau Culture, qui gère d'autres secteurs (livre, patrimoine, etc.) et qui s'est adapté à l'observation (archivage des données en même temps que réactualisation constante).

En ce qui concerne le rôle de correspondant de l'IRMA, le fonctionnement est archaïque : aller – retour sur papier ou fichier Word.

La base de données est difficile à tenir à jour car c'est une région foisonnante. Il y a des relais dans les départements, mais pas trop sur le trad. Donc elle n'a connaissance que d'une petite moitié de l'info. La dimension communautaire des pratiques de musique et de danse par exemple y échappe complètement. En même temps, c'est une Agence régionale donc elle traite surtout des professionnels.

Le site propose des services transversaux : conseils juridiques et administratifs, ressource documentaire, offre de formation professionnelle continue, par exemple. Il y a aussi une base de données en ligne + un agenda des spectacles + un agenda des stages (tous types de stages y compris amateur). Depuis récemment, il y a une newsletter attachée au site internet.

Afin de pallier le problème général de la réactualisation des données, un système d'auto-saisie est à l'étude avec une synchronisation vers RMD. Egalement en réflexion une présentation d'une sélection d'artistes régionaux pour leur offrir une visibilité valorisante sur un site para-institutionnel ; se pose la question de savoir quels artistes mettre en ligne dans le nombre existant.

Les pages musiques trad sont difficiles à alimenter : elle met les sorties d'albums, les publications, les actualités notamment mais fait un service minimum. Le service trad a imaginé un « plan de mise en ligne » d'info et de ressources dans le but de dessiner le paysage trad en région (acteurs, projets, réflexion, informations).

Le site de l'Arcade est par ailleurs aussi un site portail pour le spectacle vivant en région, ce qui induit un manque de lisibilité des actions de l'Arcade-même.

En ce qui concerne les media régionaux spécialisés, il y a « Accordance », journal réalisé par la FRAMDT, qui fonctionne sur un mode rédactionnel au service des adhérents : sortie d'albums, dates de concerts et de stages et de bals, un peu de rédactionnel principalement sur le trad occitan et le folk sur toute la région mais aussi sur les musiques de création, peu de choses sur les musiques du monde. Publication entièrement bénévole, mais en difficulté.

Enfin, l'Arcade publie une lettre d'info sur le milieu du spectacle vivant, avec un rédactionnel court : c'est un relais d'information.

François Besignor pour le CIMT, IRMA

Le 28 janvier 2007

Il y a une base de données commune aux 3 Centres d'Informations de l'IRMA (CIR, Jazz et MDT/Mdu Monde), l'identification des fiches CIMT se fait par une case cochée sur la fiche. Et il y a un second niveau : les experts

Le fichier est identifié selon les correspondants en région, une partie du fichier est identifié national.

Il y a environ 10 000 fiches sur l'ensemble du secteur (artistes, spectacles, disques, médias, organismes), 1/3 du fichier concerne l'Ile de France.

Le guide du CIMT, Planètes Musiques, a un tout petit tirage, c'est le moins vendu et le moins tiré : le milieu n'est pas très consommateur, donc le guide n'est pas rentable. Il est édité tous les deux ans et sera présenté en mars 2007.

Lors de la dernière édition, il y avait un cahier Europe, avec 500 contacts. Cette année, il y aura réédition du cahier Europe et les fiches sont créées dans la base de données ; cela initie la constitution d'une base de données européenne.

Question de POL sur l'accès en ligne ? Quels services sont offerts?

Réponse : il y a le répertoire accessible à tout internaute. A côté il y a un 2^{ème} niveau: le Woffi, service payant pour gérer soi-même ce dont on a besoin dans la base de données. Pour l'instant, elle est limitée aux infos de l'Officiel de la Musique, donc toute la base Irma n'est pas accessible.

Dans Irma, il y a 3-4 bases de données différentes qui cohabitent mal, c'est donc un challenge pour les développeurs : faire un nouvel outil qui puisse les faire communiquer. Pour lui, le Woffi n'est pas d'actualité pour nous car les infos de Planètes Musiques ne sont par exemple pas accessibles pour nous.

Question de POL sur la fonction du CIMT comme portail général d'infos sur le secteur ?

François : le portail est sur le site de l'Irma. Le portail CIMT est destiné à relayer les actus des correspondants et partenaires du CIMT, donc il n'y a pas de création d'informations. Parmi les sites en lien, il n'y a pas les sites artistes. Il y a de l'info régionale.

Aujourd'hui, le site est le résultat de la transformation du site avec Spip. Possibilités de flux RSS, donc ça peut intéresser ceux qui ont des sites et va servir à alimenter l'info sur le site. C'est une technologie à utiliser entre nous.²

Guillaume Taillebourg, St Chartier et Grenier à Sons

Pas de bases de données, correspondant Irma comme il peut.

Sur le festival de Saint Chartier : gestion de l'info avec fichier excel : contacts français et étrangers, média, presse, luthiers.

Projet de correspondance mail avec les festivaliers, envie de développer une newsletter.

Il y a un site Internet avec des rubriques classiques à développer : saintchartier.org, mais c'est encore le programme de l'an passé.

Pierre et Dominique Henry, www.musictrad.org :

² Voir aussi le topo de la réunion IRMA

Le 28 janvier 2007

Structure légère montée en 1997 par 4 copains. C'est une petite équipe de personnes, qui changent pas mal. C'est un espace de rencontre, l'info qui existe est transmise par les gens : ex : les musiciens qui veulent une visibilité.

Le gros du Moteur est un nouveau concept : c'est un calendrier fédéré, selon une méthode dépôt libre, avec le nom de l'administrateur qui signe. Base de données qui fonctionne par date : rien n'est historicisé, l'info disparaît quand elle est passée. Les administrateurs peuvent intervenir sur la date pour la corriger ou la supprimer. Mais tout n'est pas vérifié car il en permanence **800 à 1000 dates** sur le site.

Recherche sur le site par calendrier. Le site « déborde » sur l'Europe avec les dates de groupes étrangers ou de groupes français qui se déplacent.

Il y a une autre base de données avec les fiches des membres qui permet de financer le référencement du site sur Google : c'est le **Tradbottin : 440 fiches**, les logiciels utilisés sont des logiciels libres.

Le point essentiel pour être connu, c'est le référencement.

La fiche de base est libre, créée par les artistes : et validée par les administrateurs. Il y a la possibilité de faire figurer un extrait sonore de 30 secondes.

PB : la question des droits d'auteurs : ce sont des extraits courts, de qualité réduite (mono).

La fiche appartient au groupe : c'est donc le groupe qui diffuse sa musique (et non le site), la SACEM autorise les groupes à diffuser leur musique s'il n'y a pas de publicité sur le site ni de vente. Il faut trouver une solution pour assurer la promotion des groupes.

Il y a 500 visites par jour.

Trad'dates : site Internet qui repose sur le principe de partage des dates, quelque chose de simple, si une info vient d'un autre calendrier, cela est signalé sur la fiche (transparence) : volonté de Pierre de créer une « fédération » autour de ce système de calendrier pour partager les dates, en utilisant un système simple, avec une fiche à remplir avec seulement 3 champs :

<i>Date et lieu</i>	<i>Source</i>
<i>Texte libre</i>	

Ca ne coûte pas cher et Musictrad cherche des partenaires intéressés pour participer à ce projet.

Olivier Durif, CMDT Limousin

Petite région, moins de 700 000 habitants, population la plus âgée d'Europe.

Un outil de diffusion « les nouvelles musicales », 5 000 exemplaires, une revue papier partagée avec les 2 ADAM et le CMT. Il coûte très cher, seulement 200 abonnés

Mailing concerne 1 000 personnes sur le territoire pour diffuser l'info, les infos d'autres asso sont diffusées aussi .

Il n'y a pas de site Internet car n'ont pas eu le temps de s'en occuper. Mais il participe au site de l'AMTA et il y fait référencer ses productions.

Aujourd'hui : changement en cours pour des raisons de coût car la diffusion devient onéreuse, d'où le souhait de diffuser les infos par Internet. Certes beaucoup d'outils existent : il y a un calendrier lié aux « nouvelles musicales » qui paraît 4 fois par an pour la Limousin, mais le CRMDT a un autre besoin : diffuser l'info par rapport aux MT. Il faut diffuser de l'info qualitative.

Il y a un réseau de correspondants sur le territoire donc il faut faire le lien en parlant des groupe set des gens et répondre au cahier des charges des MT : sources, patrimoine, formation... il faut donc passer plus de temps à diffuser de l'info qualitative.

Le 28 janvier 2007

Or la mémoire est courte, il y a peu de retour sur l'info qui a été diffusée, il faut réintroduire de la durée longue, il faut mettre de la musique en ligne, voire des cours de MT sur le net, avec un début de réflexion sur les musiques. Pour l'instant, il y a un public limité sur la région

Question de POL : est-ce le CRMTL veut des outils autonomes ? ou en lien avec les ADDM ?

Réponse : pour l'instant, volonté de lien avec le réseau du pays du Massif Central
Echéance la plus proche possible : début 2007, en lien avec les voisins CMTRA, AMTA et mettre en lien avec ce qui existe déjà pour éviter les doublons. **Il ne faut pas travailler pour sa chapelle, nécessité d'ouverture.**

Guillaume Veillet, Trad mag

Le site est à re-réfléchir car l'interface date de 96-97, les infos essentielles sont développées mais il y a beaucoup de choses à faire : notamment le fichier lecteurs, important à gérer, tout comme le calendrier.

Se pose aussi le pb de l'auto-concurrence entre le site et la version papier.

Recherche de financements pour faire quelque chose de cohérent sur le net. L'info arrive spontanément au site, même si elle n'est pas exhaustive : il y a un formulaire pré-rempli sur le site mais par courrier, l'info arrive sous des formes très variées (sur feuille volante, etc.) : c'est révélateur de la diversité des publics.³

Tradmag = Abonnés : 5000, tirage : 8000 exemplaires ; il y a quelques dépôts : 200 exemplaires vendus

Eric Collot « Paris danses en seine », et Marylène Burlot : Ile de Folk

Pour « Paris danses en seine » Danses et chants

Font des mailings irréguliers et des tracts ponctuels.

Ile de folk a un calendrier, le site est divisé en deux : d'un côté Paris danses en Seine et Danses en Ile de Folk : sous forme de journal, monté par Marylène, centré sur les événements, au départ actu sur le trad celtique en IFd et hors IDF, puis le site a évolué pour ne pas faire de ségrégation : le trad en général. Elle gère la totalité du site et fonctionne en réseau. Pour améliorer le référencement Google : une feuille d'info mensuelle qui exploite l'info reçue.

Une lettre d'info bimensuelle est envoyée à ses contacts : 5 000 contacts Internet gérés de façon artisanale.

Audrey Lehont, CMT Ile de France

Ce n'est pas un centre d'info ou de ressources (elle oriente vers l'Irma). Lieu de stages, ateliers, concerts. Les moyens d'information utilisés sont là pour valoriser le programme. Le CMT est avant tout une MJC.

Il n'y a pas vraiment de bases de données interne et utilise RMD.

Un fichier en interne pour gérer les contacts clients, groupes, assos, pros, lieux de diffusion, sur Excel : **3 000 contacts**.

Utilise le carnet d'adresses e-mail de façon artisanale, ça fonctionne pour l'instant : 1 000 contacts à qui elle envoie des communiqués ciblés

³ Remarque de Marylène de Ile de folk : il ne faut pas oublier que tout le monde n'a pas Internet.

Le 28 janvier 2007

Un programme paraît 2 fois par an : 5 000 et 8 000 exemplaires, prog des ateliers etc. Il a un peu plus de contenus depuis cette année (cause disparition festival des musiques vivantes), pas seulement ce qui se passe dans la MJC.+ contacts avec les membres du réseau en IDF

Il est envoyé à 3 000 personnes : adhérents, anciens festivaliers, public (contacts récupérés pendant les concerts)

Le site existe depuis juillet 2006 (avant il y avait un site créé par un bénévole), il a nécessité la formation d'Audrey à Dreamweaver et il demande un gros travail d'actualisation. Il donne des infos plus fournies sur les événements et les partenaires, avec des actualités sur les stages organisés au dernier moment et il y a tous les anciens programmes du festival depuis 30 ans.

C'est le même serveur que le site de la MJC, donc beaucoup de gens passent par la MJC avant d'y arriver. Il n'a pas vocation à être un calendrier exhaustif pour l'IDF.

Philippe Gibaux, Galaor

De l'Info diffusée sur papier : 1 000 exemplaires pour le bulletin

Un site : galaor.com et une lettre électronique envoyée à tous les acteurs existants. C'est du bricolage : il y a le projet de créer quelque chose de plus pratique (sur l'exemple de la base Irma) mais demande de moyens financiers régionaux.

Le pôle régional musiques actuelles (qui n'existe plus !) avait avant un calendrier mais Galaor avait toujours 30 à 50 dates de plus qu'eux.

Jean-Claude Le Menuel, Archipels (Normandie)

C'est une asso avec 4 permanents, elle n'a pas la mission d'info générale pour la Basse-Normandie. Sur le site : ASS- Archipels.org, il y a un certain nombre d'artistes qui sont recensés, le principe est de faire le lien avec des artistes issus de l'immigration en Région.

Il y a l'info générale sur la production et un calendrier (pas uniquement sur l'objet musical) et les archives du mois en cours et du suivant. Il peut relayer l'info pour d'autres manifestations que celles organisées par Archipels si elles rentrent dans son champ.

Toutes les fiches sont imprimables : fiche artiste et fiche technique sur le spectacle (à destination des petites structures), les fiches artistes concernent seulement ceux qui résident en Basse-Normandie. Environ 80 artistes et 130 spectacles. Il y a aussi des fiches cartonnées dans un catalogue envoyé à la demande (une cinquantaine de fiches).

Il y a des liens avec les partenaires programmeurs.

Il y a une lettre d'info mensuelle qui existe depuis février 2006, elle ne diffuse pas seulement de l'info sur les dates, elle a un peu de contenu, pour pouvoir régler la question de la passivité des médias locaux sur la question culturelle. 800 exemplaires, version papier destinée aux adhérents, artistes, partenaires institutionnels. Il y a aussi une lettre électronique, envoyée à la demande.

Ne diffuse pas tout le travail en MT pour ne pas faire doublon avec la Loure.

Jean-Paul Million, pour le Groupe sans gain (sansgain.org)

Site en lien avec tradlor.org qui concerne tous les groupes folk de Lorraine

Môme Guilcher, ARIAM_CMT Ile de France

L'ARIAM a une mission d'info, mais ça dépend dans quel secteur : elle peut renvoyer au CMT, ou sur des sites avec calendrier comme Musictrad. L'Ariam traite surtout l'info concernant la formation.

Utilise la base Irma et échange avec RMD, mais pb de fiches et de la réactualisation dans les deux bases, car les systèmes sont « étanches »

Le 28 janvier 2007

Il n'y a pas de journal, car il n'y a pas d'aspect « calendrier » des choses qui se font, mais des choses qui vont servir à l'action

Ils ont une base interne avec les contacts de l'ARIAM pour mailings, texte de comm' (tracts)

Il y a deux formules pour les contacts : une pour les mails et une pour les courriers papiers ; Les deux ne sont pas rédigés pareil et n'ont pas la même présentation.

Le site n'est pas vraiment en état de marche : le domaine musiques du monde du site est sinistré : il y a le minimum de contacts, un compte-rendu de réunion qui date d'il y a trois ans, un extrait sonore d'il y a six ans : le site est mort sur les musiques et danses du monde.

Dominique Passebon de l'UPCP-Métive, CRMDT Poitou Charentes et Vendée

Ils sont en pleine mutation informatique avec le passage sous Linux et des outils open source. A tester rapidement au 1^{er} trimestre 2007, pour être opérationnel le plus vite possible afin d'améliorer le travail d'info vers le public, vers les partenaires institutionnels et l'activité du centre de ressources pour les acteurs.

Actuellement plusieurs sites qui étaient dépassés : 1 pour Métive, sous dreamweaver, 1 pour le festival de Bouche à oreille, 1 pour le centre de documentation, 1 site sur la langue régionale. Maintenant ils seront tous réunis sous SPIP, plus dynamique. pour développer un calendrier et essayer de récupérer de l'info rapidement et directement.

Le site concerne le domaine des MDT et des cultures populaires sur la région et des infos générales sur les MT avec des articles et des brèves : permet la possibilité de générer une newsletter.

Elle souhaite la mise en place d'un catalogue des spectacles pour tous les publics et un guide de la formation (ou ? qui ? quoi ? comment ?) : avant ça existait sous format PDF).

En ce qui concerne les fichiers et la base de données, ils travaillaient avec RMD (et en ont essuyé les plâtres) : toutes les données ont été rapatriées sous Excel et maintenant il y a un projet de nouveau système (CRM en lien avec un ERP) pour le suivi des relations avec nos publics, un max d'infos sur les contacts, et avec un historique des relations.

Egalement mise en place d'un EPR pour faire permet un lien administratif avec tous les secteurs de la structure (compta, festival, tableau de bord) : quand ce sera opérationnel, on aura une vision générale sous le contact pour pouvoir travailler en groupe.

Intervention de Musictrad pour dire qu'ils utilisent déjà ces outils.

Métive a 5 000 contacts sur sa base de données, mais 600 seulement sur les musiciens pro et amateur, 3 000 contacts sont liés au public.

Il y a aussi la mise en place d'un autre outil de communication, un carnet d'adresses partagé, de mailings pour les contacts réguliers, avec aussi un agenda commun.

Leur attente et de pouvoir grâce à l'intervention des informaticiens d'éviter les doubles saisies (divers calendriers en région et en national) et alimenter la base Irma...

Monique Alfonsi et Alain Bitton-Andreotti, Tutti in piazza

Ils n'ont pas vocation à diffuser de l'info : ils ont un site Internet « perso », ils sont inscrits à musictrad, pour servir de relais

Au niveau Corse : il y a un outil culturel qui dépend de la Région avec une publication trimestrielle qui est très largement diffusée.

Le 28 janvier 2007

Marina Casula pour le CMDTA (Carrefour MDT Aquitaine)

Un fichier Excel de contacts : danseurs, musiciens, assos, en train d'être remis à jour grâce à une stagiaire qui réalise un état des lieux des MDT commandé parla région.

Une publication papier (800 exemplaires), trimestrielle jusqu'en début d'année 2006, stoppée pour des raisons de calendrier (parfois pas assez d'infos car trois mois à l'avance) et surtout coût élevé + la demande des partenaires de faire de l'info mois chère : d'où mise en place d'un site Internet avec des actus, annuaires, docs à télécharger, avantage réactivité même si la charge de travail est plus importante

DASTUM (Anna Jaouen, excusée mais POL fait le relais)

Base de données : 16 000 contacts sur RMD, remise à jour quotidienne sur 2 500 contacts actifs (VPC, Revue, collecteurs, institutionnels, asso)

Il y a une base de données Access sur un poste de travail qui n'est pas en réseau.

Un peu déçue de RMD

Il y a un site Internet avec un intranet

Une revue : « musique bretonne », dont la secrétaire de rédaction est à tiers-temps, c'est un bimestriel, tiré à 18 00 exemplaires. Le n° 200 sort en janvier, avec 28 ans d'existence

Son plan de comm' est en stand-by mais sa perspective est d'atteindre les 1 000 abonnés payants.

POL pour la FAMDT

La FAMDT a un nouveau site Internet depuis 2 ans : simple, lisible, pas cher et facilement mettable à jour, mais doit réfléchir à nouveau sur sa stratégie, sur comment il peut répondre aux besoins du trad en France, Il n'y a pas de compteur sur le site, il est assez bien référencé.

Le site est pratique sauf sur la ressource et les infos en ligne, dont l'arborescence n'est pas assez fine.

Base de données Filemaker : tout est géré par là ! 15 000 contacts, bien fournie sur les amateurs, les luthiers, ethno, les artistes, les clients de la VPC. Mise à jour quotidienne.

Mailings, catalogues, suivi des adhésions.

Il y a donc un seul fichier + les carnets d'adresses des logiciels de messageries + Pierre-Olivier a un Palm pour avoir le maximum d'adresses en déplacement mais cela pose pb de partage de carnets. Quand il y a de gros mailings à faire, c'est sous-traité à un routeur. Il y a peu de liens avec la base CIMT : la question de la répartition des missions est à revoir.

Guillaume Cordier, Zone franche (zone franche.org)

Site développé il y a 3-4 ans, d'abord pour les adhérents : ils sont **180** dans le réseau Musiques du monde, toutes activités confondues, chacun a la possibilité de mettre à jour sa fiche (avec un espace membre).

Il y a deux moteurs de recherche : 1 pour les adhérents 1 pour les actus.

Espace membre donc un certain d'infos ne sont pas visibles par le public : par exemple fiches juridiques. La partie espace public est gérée en interne

Site permet de faire du mailing (il y a un fichier membres sur le site) et aussi d'envoyer la newsletter : sélection des actus du mois, l'édito est fait à chaque fois par une personne différente.

Un espace « radio » a été développé récemment : la « compilation résonance » est diffusée aux radios, avec un retour de commentaire, pour construire la relation adhérents/médias, ils s'adressent aux radios locales et associatives.

Le 28 janvier 2007

Mais ça ne marche pas avec SPIP, les outils interactifs ne marchent pas. Des outils de publication sont à mettre en place avec SRP.

60 000 pages sont vues par mois, soit 20 000 visiteurs.

Le travail de référencement nécessite un travail de mise en réseau du site dans d'autres sites pour accéder à Google.

POL évoque le groupe de travail sur les médias mis en place par Zone Franche. Ce groupe a pour objectif de mieux faire connaître l'intérêt des artistes de ce secteur auprès des médias pour qu'ils y consacrent plus de place et de moyens. L'une des solutions imaginée par Marc Benaïche, de Mondomix, est de faire mieux évaluer l'impact de la fréquentation et de l'intérêt du public pour les M du M. La visibilité de notre secteur est sous-évaluée par ceux qui achètent des espaces. Pour faire cette démonstration, ils cherchent à convaincre un bureau d'étude rattaché à un média planneur de mener cette étude.

En effet, les medias planneurs achètent des espaces en gros, sur les différents médias, les réseaux d'affichages, la télé, radio, Internet, Presse, PQR, le sponsoring, l'événementiel..... Ils les revendent aux agences de communication qui elles-mêmes conseillent leurs clients. Ces media-planneurs doivent donc être en mesure d'orienter les budgets de communication vers tels ou tels supports en fonction des cibles marketing. Ils mènent donc régulièrement des études pour connaître les impacts de ces campagnes et de ces moyens de communication.

Le site de Mondomix annonce 3,5 millions de pages vues/mois. Mais pour être « rentable » ; un tel service doit atteindre les 20 millions de pages/mensuelles. A partir de ce seuil, la publicité –non captive- permet de couvrir les charges. La publicité non captive, ce sont les annonceurs non directement concernés par le secteur (les labels , les tourneurs et les festivals de M du M sont considérés comme annonceurs « captifs ») : les grands alcooliers, les voitures, les marques de vêtement....

Cette analyse est intéressante et doit être suivie par la FAMDT.

Mais la publicité ne concerne que peu de sites travaillant sur le secteur trad car ils sont non commerciaux pour la plupart. Sans parler de la réticence d'une grande partie du public trad par rapport à la pub et à la commercialisation, comme le rappelle Dominique de Musictrad. Jean-Paul de Groupe Sans Gain indique que le site de Tradlor a perdu des visiteurs quand il a été hébergé par une site qui acceptait la publicité.

Pour POL, la question commune qui doit maintenant nous occuper est celle de l'évaluation des **outils plus ou moins adaptés aux besoins de chacun, dans la perspective de partager les bonnes pratiques et en même temps d'organiser de façon cohérente la circulation et la hiérarchie des informations entre les besoins locaux et ceux plus généraux.**

Pour penser à partir d'un cas concret : cette semaine, Gaël a mis en ligne sur le site de l'ARCADE, un dossier complet sur les danses traditionnelles. Comment l'ensemble du public va accéder à cette info ? N.B. : élément de réponse : newsletter de l'arcade diffusée à l'ensemble des adresses mél de Réseau Culture, mailing du service trad vers ses contacts concernés au premier chef, présence sur la page d'accueil du site Arcade pendant quelques semaines. Il faut établir une stratégie commune, éviter le morcellement, la dispersion, organiser des regroupements et des passerelles.

Pierre de Musictrad : il faut réfléchir sur les médias qui, très vite, mettent en ligne tout ce qu'ils ont dans leurs tiroirs. Or les MT ont un fonds de tiroir gigantesque, or il n'y a pas de téléchargement possible : le public a du mal à trouver l'info. Pour l'instant, c'est trop difficile, trop long. Il faut y passer trop de temps, donc ça peut décourager les jeunes qui

Le 28 janvier 2007

veulent découvrir. Le secteur souffre d'une image assez vieillotte, donc pas attirante pour la publicité. D'où la nécessité de mieux communiquer sur cette musique.

La première mise en commun de l'information pourrait être de faire un groupe de travail sur le partage de dates des calendriers. Pierre développe alors son projet.

www.calendrier-musictrad.org

Le petit bilan réalisé à chaud à la suite de la réunion,

- a montré le besoin de faire le point sur ce sujet des outils et de la communication.
- que le tour de table était trop long. Et qu'il aurait mieux valu, après une présentation rapide de chacun des participants, passer en revue les outils (toutes les bases de données, puis tous les sites, puis toutes les publications...) plutôt qu'une présentation des différents outils de chaque participant..

La suite à donner sera élaborée en particulier sur propositions des participants, à la suite du compte rendu de la réunion et du retour des questionnaires, qui seront rassemblés par POL et mis à disposition des adhérents sur Internet.

Pistes de travail :

-Mutualisation et partage de dates (ça doit s'appeler une syndication) entre structures mettant en ligne des calendriers d'événements (concerts, bals, stages...). Voir proposition Musictrad.

- Hiérarchisation des informations (sous forme de base de données partagée ?) envisageable pour que les infos soient pertinentes aux différents niveaux territoriaux : international / national / régional / local. Comme pour la formation continue artistique, par exemple, mais ce n'est pas le seul..

- Travailler des partenariats entre structures nationales d'information (base du CIMT/IRMA, bases des centres, base RMD nationale et base Famdt...) : quid de la coexistence de x bases de données ?

- Repenser le site de la FAMDT, comme une plateforme d'orientation vers ce que l'on peut trouver ailleurs (que ce soit sur les sites des Centres ou ailleurs), ainsi que une plate forme de contenus, de ressources sur le trad (réflexion, documentation, analyse et état des lieux, recensement mais sur les dimensions pertinentes au niveau fédéral,), plate forme de valorisation des actions originales et des acteurs phares de son réseau, etc...

Cette phase 2 du site Internet de la FAMDT pourrait être présenté aux Assises du Trad en novembre 2007. Car il s'agit d'une déclinaison à travers son site web, du rôle de la Fédération.