



HAL
open science

Quelle peut être la place d'un blog dans une politique de communication dans le cadre de l'organisation d'un évènement culturel ?

Fanny Bricout

► To cite this version:

Fanny Bricout. Quelle peut être la place d'un blog dans une politique de communication dans le cadre de l'organisation d'un évènement culturel ?. Sciences de l'information et de la communication. 2009. mem_00486283

HAL Id: mem_00486283

https://memic.ccsd.cnrs.fr/mem_00486283v1

Submitted on 25 May 2010

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

BRICOUT Fanny
Master 1, Mention ICD
(Option : Sciences de l'Information et du Document)

Mémoire de stage :
Mission effectuée du 14/04/09 au 21/06/09
à Travail et Culture (Roubaix)

***Quelle peut être la place d'un blog dans une politique de
communication dans le cadre de l'organisation d'un évènement
culturel ?***

Sous la direction de :
M. Jean-Stéphane Carnel (responsable universitaire)
Mme Sukran Akinci (tuteur professionnel)

Soutenu le 30 juin 2009 à l'UFR IDIST
Université Charles de Gaulle, Lille 3 (Campus Pont de Bois)
BP 60 149, 59 653 Villeneuve d'Ascq Cedex

Remerciements :

Je tiens à remercier toute l'équipe de Travail et Culture pour son accueil chaleureux et l'attention qu'elle m'a accordée tout au long de mon stage.

*Un grand merci également pour m'avoir fait participer à tous les projets menés par l'association : le festival cinématographique de l'**Acharnière**, le **Cabaret de l'Union** et les réunions de travail sur le projet du **Travail au féminin**.*

*Je remercie aussi très fortement Sukran Akinci pour m'avoir impliquée dans son projet **En remontant l'Escaut...**, de m'avoir fait découvrir son travail et de m'avoir fait confiance pour toutes les missions.*

Je n'oublie pas non plus Monsieur Carnel pour son aide et son écoute dans le suivi de mon stage.

Sommaire :

Introduction : P.04

I. Présentation de l'association et de mes missions de stage :

1- L'association : P.04

1.1 - Un bref historique : P.04

1.2 - L'organisation de l'association : P.06

1.3 - Les actions de l'association : P.09

2- Mes missions sur le projet En remontant l'Escaut...: P.12

2.1 - Le contexte du projet : P.12

2.2 - Le projet artistique : P.13

2.3 - Ma mission sur le projet : Participation à la réalisation du plan de communication pour l'ensemble du projet à partir du premier évènement du projet à Mortagne-du-Nord : P.15

II. La création d'un blog d'information peut-elle être considérée comme un moyen de communication efficace et pertinent sur le projet En remontant l'Escaut... ?

1- Pourquoi le choix de l'utilisation d'un blog s'est-il posé ? P.17

1.1 - Comment se fait la communication sur les projets de l'association ? P.17

1.2 - Quels sont les besoins de l'association en matière de communication sur Internet ? P.20

1.3 - D'autres moyens de communication auraient-ils pu répondre à ces demandes ? P.23

2- Un blog peut-il convenir à ce type de projet ? P.27

2.1 - L'outil blog s'adapte-t-il aux contraintes du projet ? P.27

2.2 - Quels apports un blog peut-il fournir à un tel projet ? P.31

2.3 - Quelle relation peut-il entretenir avec les autres moyens de communication ? P.36

III. Le double langage du blog :

1- Le concept porté aux nues par les grands noms de la blogosphère	P.40
1.1- <i>Une simplicité de création revendiquée</i>	P.40
1.2- <i>Un outil d'expression personnelle</i>	P.42
1.3- <i>Un lieu de débats et d'échanges</i>	P.43
2- La reprise du concept à des fins moins altruistes :	P.46
2.1- <i>L'intégration du blog dans le monde de l'entreprise :</i>	P.46
2.2- <i>L'utilisation des blogs dans un but commercial :</i>	
P.48	
Conclusion :	P.51

Bibliographie et Webographie :	P.52
---------------------------------------	-------------

Lexique :	P.53
------------------	-------------

Annexes :	P.55
------------------	-------------

Introduction :

Dans le cadre de la première année du master professionnel Information Communication Document, j'ai réalisé mon stage, durant dix semaines, dans l'association Travail et Culture.

La démarche originale de TEC, de réaliser des projets culturels et artistiques sur et avec le monde du travail, m'avait, en effet, interpellée et fortement intéressée.

Ma mission de stage était de participer à l'organisation artistique et événementielle de la première manifestation culturelle du projet *En remontant l'Escaut...*, qui interroge les mutations du travail sur l'Escaut dans le Valenciennois.

Plus spécifiquement, j'ai été amenée à travailler sur le plan de communication du projet dans son ensemble en réalisant un weblog. Ainsi, cette mission m'a conduite à me poser la question : « **Quelle peut être la place d'un blog dans une politique de communication dans le cadre de l'organisation d'un évènement culturel ?** ».

La première partie de ce mémoire est consacrée à la présentation de l'association : son histoire, son organisation, son objet, et ses actions, pour cerner le plus clairement possible l'environnement professionnel. Le projet *En remontant l'Escaut...* et mes missions afférentes y sont aussi explicités de manière à contextualiser l'objet de mon étude.

La deuxième partie répond à l'interrogation centrale de mon stage, à savoir : « la création d'un blog d'information peut-elle être considérée comme un moyen de communication efficace sur le projet *En remontant l'Escaut...?* ». Il était en effet essentiel de se demander quel rôle le blog devait tenir, s'il était adapté au contexte, si d'autres outils ne convenaient pas davantage, s'il s'intégrait dans le plan de communication et s'il pouvait apporter une valeur supplémentaire à la communication sur le projet. Toutes ces questions ont trouvé réponse par l'observation et l'analyse du terrain, l'exploration de la littérature et de la blogosphère, et l'utilisation des enseignements dispensés dans le cadre de ma formation universitaire.

Enfin, cette expérience de mise en place d'un blog m'a conduite à avoir un regard critique sur l'abondante littérature traitant du sujet.

I. Présentation de l'association Travail et Culture et de mes missions de stage :

De manière à voir clairement les objectifs de cette association à la vocation particulière, il est important d'explicitier son évolution, sa structure et son fonctionnement ainsi que le projet *En remontant l'Escaut...* auquel j'ai participé durant mon stage, qui fournit un bon exemple des actions menées.

1- L'association Travail et Culture

L'association Travail et Culture ou son abréviation TEC est loin d'être une petite organisation en voie de développement, ainsi toute son histoire a forgé sa démarche, ses intentions et sa manière de fonctionner.

1.1- Un bref historique

L'association est née officiellement le 22 septembre 1944 de la rencontre entre des syndicalistes, des travailleurs, des intellectuels et des artistes. La plupart appartenait déjà à l'association de jeunesse catholique *Jeune France* créée à Vichy en 1940 « dans l'espoir d'un monde plus juste et éclairé par tous et pour tous » (mais dissoute par Pétain peu de temps après sa création) et au pluralisme de la résistance.

Les principaux fondateurs de l'association sont désormais bien connus : Pierre-Aimé Touchard (homme de lettres, administrateur à l'Académie Française, directeur du Conservatoire National d'art dramatique et directeur des programmes de l'ORTF¹), André Bazin (critique de cinéma et créateur du futur Téléràma), Jean-Marie Serreau (comédien et metteur en scène) et Joffre Dumazedier (pionnier de la sociologie du loisir).

Le but de cette association est alors de mettre en place un « bureau permanent d'études et de coordination de tous les efforts d'éducation et de culture populaire ». Leurs actions sont, à cette époque, tournées vers le théâtre, considéré comme un lieu privilégié d'échanges entre les artistes et le public, et la formation des élèves des écoles d'Art au métier d'animateur culturel. Elles s'étendront par la suite à la lecture, au cinéma, à la musique et aux arts plastiques afin de donner pour tous un réel accès à la culture et aux arts. TEC collabore, à cette période, aussi avec d'autres associations d'Éducation Populaire telles que Tourisme et Travail (avec laquelle elle va d'ailleurs fusionner pendant dix-huit mois), Peuple et Culture et l'Union Française des Auberges de Jeunesse.

À partir de 1949, se créent des sections dans toutes les régions de tradition ouvrière et industrielle, comme à Marseille, Montpellier, Lille et Grenoble. L'association gagne donc en ampleur sur le territoire français et se diversifie encore davantage. Elle est alors présente dans tous les secteurs d'activités culturelles, comme le spectacle vivant, l'exposition, le séjour culturel, la formation, la rencontre littéraire. Elle tisse également des liens très forts avec les comités d'entreprise qui profitent de ces diverses actions.

¹ ORTF : Office de Radiodiffusion Télévision Française

Cependant, à la fin des années 1950, la situation sociale et politique se crispe en France, notamment avec la guerre d'Algérie. Cela a de lourdes conséquences sur l'association et son action culturelle. Ses membres, en effet, étant très engagés politiquement et syndicalement, lui accordent moins de temps qu'à l'ordinaire. Les rentrées d'argent se font alors plus rares et la situation financière de Travail et Culture se dégrade fortement.

Pour y remédier, l'association occupe alors un rôle de prestataire de services et de billetterie pour les adhérents des comités d'entreprise. Un certain nombre de militants s'opposent fermement à cette nouvelle orientation de l'association qui perd, selon eux, sa démarche créatrice et sa réflexion des débuts. Les conflits internes sont de ce fait virulents.

1987 représente une date fatidique pour la fédération qui dépose le bilan, provoquant ainsi la chute des associations régionales. Seule l'antenne Nord-Pas-de-Calais, fondée le 28 mars 1977 et alors nommée URPF : Union Régionale du Pays Franc – Travail et Culture, survit.

Elle avait toujours entretenu des rapports plus libres avec la fédération gagnant alors en liberté d'action quant à la création artistique. Cette persistance est aussi en grande partie due aux subventions publiques qui financent pour la première fois les projets de l'antenne. L'association fonctionnera dès lors grâce à des financements publics et non plus de l'argent provenant des comités d'entreprise, comme cela était le cas auparavant. L'association met en place des activités essentiellement tournées vers la lecture comme des concours d'écriture, des résidences d'auteurs dans le monde du travail et la formation de bibliothécaires et de membres de comités d'entreprise pour les sensibiliser à la question de la lecture en entreprise.

En 1988, l'antenne s'enrichit d'un nouveau titre et devient TEC CRIAC : Travail et Culture Centre de Recherche et d'Innovation Artistique et Culturelle du monde du travail.

1.2 – *L'organisation de l'association*

Travail et Culture est une association de loi 1901 ainsi, comme le dit l'article premier de cette loi : « l'association est la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun, d'une façon permanente, leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices ». Son fonctionnement est donc régi par les conditions énoncées dans cette loi. Elle a cependant choisi de fonctionner sur un mode collégial en réunissant trois instances de décision :

- Le Conseil d'Administration est composé d'une trentaine de membres issus de quatre structures : les membres de droit (les présidents du Conseil Régional et du Conseil Général du Nord et le directeur des affaires culturelles), les membres associés choisis lors de l'assemblée générale annuelle selon des critères de compétence et d'appartenance à une structure partenaire, les membres élus parmi les adhérents collectifs et individuels de l'association et les membres invités à savoir le directeur de TEC et le délégué du personnel qui ne sont présents qu'à titre consultatif et ne prennent donc pas part aux votes. Ce conseil se réunit deux fois par an : en octobre - novembre pour acter les projets culturels de l'année suivante, voter le budget, demander des subventions, établir le rapport d'activités de l'année

précédente et réaffirmer l'orientation politique de l'association. La seconde réunion se tient en mars-avril pour rendre compte des activités de l'année en cours et élire le Bureau.

- Le Bureau est constitué de sept personnes. Deux présidents : Jean-Claude Champesme (chargé de relations avec le public dans le domaine théâtral, à la retraite), Pascale Favier (consultante), une secrétaire : Gabriella Marongui (professeur d'anglais), un trésorier : Jean-Claude Savener (ancien manager chez Olivetti), des membres participants sans statut précis et les deux membres invités du Conseil d'Administration. Cette instance se rassemble tous les quinze jours pour la « gestion financière et politique quotidienne de l'association » ainsi que pour valider les choix effectués par la direction.
- Les adhérents sont environ cent cinquante. Ils peuvent être des particuliers (syndicalistes, habitants, militants...) et, dans ce cas, leur cotisation varie entre 5€ et 30€, selon leur situation sociale. Les adhérents collectifs sont des comités d'entreprise, des associations culturelles et sociales, des syndicats payant entre 46€ et 762€. Ils sont représentés par un, voire trois délégués maximum.

Ces trois organisations sont très investies dans l'association car elles participent aux groupes de travail sur les projets pour avoir une véritable cohérence entre les décisions prises et leurs applications sur le terrain. Elles enrichissent également les actions en apportant leur expérience des milieux sociaux associatifs, syndicaux et culturels par courrier, e-mail ou téléphone et en mettant à disposition de l'équipe des contacts utiles. Elles assistent bien évidemment aussi aux événements de l'association.

Travail et Culture a la particularité d'être une association employeuse. Six salariés y travaillent et une bénévole, Annick Pavy, intervient pour tenir le centre de documentation. L'équipe était plus importante par le passé mais la fermeture des deux autres antennes à Grande-Synthe et à Biache-Saint-Vaast et la baisse des subventions ont contraint l'association à réduire son nombre de personnel. Des intervenants sont ponctuellement embauchés pour accomplir certaines missions comme des ingénieurs sons, des barmen...

- Nicolas Naudé est le directeur de la structure, il s'occupe de la gestion financière et artistique de l'association. Il en est aussi le représentant politique, ce qui l'amène à intervenir lors des rencontres avec des élus ou des partenaires importants et lors des manifestations publiques auxquelles l'association prend part. Il est également l'interlocuteur du Bureau.
- Nelly Godart est la secrétaire administrative. Elle est donc en charge de l'accueil physique et téléphonique et des tâches liées à sa fonction. Elle gère également la mise en forme de tous les documents de communication sur les projets et leur envoi.
- Jamila Azzouz travaille comme chargée de l'administration comptable, ce qui comprend le suivi comptable quotidien, l'émission des différentes factures et la gestion de la partie juridique (contrats, déclaration de charges sociales...)

- Trois chargés de mission mènent les projets artistiques et culturels de l'association : Bernard Pigache travaille sur le secteur Nord – Métropole Lilloise et gère le *Cabaret de l'Union* qui a lieu chaque mois à Roubaix. Sukran Akinci intervient dans le Valenciennois et s'occupe du projet *En remontant l'Escaut...* Hélène Miquel s'occupe du secteur Pas-de-Calais et prépare actuellement le projet *Travail au féminin* sur la place du travail dans la vie des femmes. Ces trois chargés de mission sont entièrement responsables de leur projet, qu'ils mènent de la conception du thème au suivi en passant par la mise en place sur le territoire. Ils sont toutefois encadrés et aidés par le directeur et les élus tout-au-long du projet.

Les ressources de TEC proviennent en majorité de deux types de financement : les subventions sur fonctionnement et les subventions sur projet.

En ce qui concerne le fonctionnement de l'association, les fonds servent avant tout à payer la masse salariale et les frais courants comme les charges, le loyer, la location de la voiture de fonction, les dépenses ponctuelles...

Cet argent est apporté par le Conseil Régional à hauteur d'environ 208.000€, le Conseil Général du Nord (85.000 €), le Conseil Général du Pas-de-Calais (25.000 €), l'aide à l'emploi provenant du Fonjep² (7120 €) et la ville de Roubaix (8.500 €).

Ces sommes n'évoluent plus depuis sept ans en dépit de l'augmentation du coût de la vie. La subvention donnée par le Conseil Général du Pas-de-Calais est même à la baisse depuis 2005. Cette année-là, le Pas-de-Calais avait stoppé net tout financement (il offrait pourtant 50.000 €) car, selon les termes de la collectivité, les activités de l'association ne correspondaient plus « aux objectifs et aux missions ». Une lutte menée par les adhérents, les partenaires, les salariés ainsi que les membres des deux autres Conseils ont cependant permis de recouvrer les actuels 25.000 €.

Cet exemple montre bien les difficultés de gestion et de prévision budgétaire auxquelles doit faire face toute association. Les chargés de mission sont donc en constante recherche de financement pour mettre en place leur projet mais aussi pour pouvoir le continuer l'année suivante. Cependant, il est également vrai qu'étant donné la spécificité des projets de TEC, qui utilisent la culture comme approche pour interroger la place du travail dans la société, les décideurs publics sont parfois déçus au moment d'inclure de telles actions dans des catégories déjà fixées.

Le financement sur projet varie en fonction des partenaires intervenant dans l'action menée sur les territoires. Il peut provenir des collectivités territoriales, des communautés d'agglomérations, des villes ou intercommunalités, des comités d'entreprise, de la DRAC³, de la DDJS⁴, du FEDER⁵, selon le thème.

Chaque projet possède son propre budget qui doit suffire à couvrir toutes les dépenses qu'il encoure comme le paiement des artistes et des intervenants, la communication, les frais d'organisation des soirées... Ainsi les chargés de mission tentent de développer le plus possible les partenariats gratuits. Ce qui signifie que sur le territoire, ils vont essayer d'établir des relations avec les services de mairie, les associations

² Fonjep : Fonds de coopération de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire

³ DRAC : Direction Régionale des Affaires Culturelles

⁴ DDJS : Direction Départementale de la Jeunesse et des Sports

⁵ FEDER : Fonds Européen de Développement Régional

locales, les foyers de jeunes travailleurs, les centres sociaux, les bibliothèques et les espaces culturels pouvant mettre à disposition des locaux et du matériel. Souvent les partenaires s'investissent aussi bien au niveau logistique, technique et humain dans les événements. Les alliances vont donc au-delà d'un simple service rendu.

L'association réussit également à obtenir de l'argent grâce aux cotisations des adhérents et à la vente de ses productions (livres, CD, bandes dessinées, journaux, films) sur des salons ou lorsqu'une structure est intéressée par un ancien projet. Cependant, ces rentrées d'argent ne permettent pas à l'association de générer du profit puisque tous les événements organisés sont gratuits pour être ouverts au plus grand nombre.

1.3 – *Les actions de l'association*

Comme son nom l'indique l'association Travail et Culture cherche à articuler ces deux pans de la vie sociale si prégnants dans la vie des individus.

Notre société accorde, en effet, une place essentielle au travail dans la vie quotidienne. Le métier exercé constitue un élément identitaire majeur utilisé pour se définir et catégoriser l'entourage sans avoir recours aux loisirs ou à d'autres caractéristiques. De même, ne pas avoir de profession est perçu et vécu comme un manque et conduit généralement à la marginalisation ou à l'exclusion. Le monde du travail possède ses propres règles (souvent liées à la rentabilité et au rendement), qui sont difficilement conciliables avec l'individualité du salarié.

De plus, la culture est par définition « l'héritage commun, vécu et transmis par les individus afin de donner sens à leurs pratiques », comme l'exprime Jean Caune. C'est donc une construction qui a pour base le vécu, les expériences, les échanges, etc. d'un groupe particulier. L'association part donc du principe qu'il est important de favoriser l'interaction entre ces deux mondes pour reconnaître au monde du travail le statut de culture à part entière.

TEC s'intéresse au travail dans sa globalité, elle ne se limite pas au travail en entreprise ou exercé dans une quelconque organisation mais prend en compte, au contraire, tout ce qui se rapporte à la sphère professionnelle : la valeur accordée au travail, l'investissement d'un métier dans la vie privée d'un salarié (trajet, mobilité, dissociation du travail et de l'habitat, relation avec la vie familiale et sociale, impact d'une situation de non-travail, de recherche d'emploi ou du passage à la retraite).

En tant que centre de recherche sur les mutations du travail, ce qu'est aussi Travail et Culture, l'association axe son action sur les transformations provoquées ou subies dans le monde du travail. Ainsi elle travaille également sur les innovations technologiques, les nouveaux modes de production, la mondialisation des échanges, les bouleversements dans les rapports sociaux, les changements dans l'urbanisme... Le but de l'association n'est ni d'amener les travailleurs à dénoncer les inégalités et les abus au travail ni de provoquer des luttes mais de mettre en lumière les grandes questions et thématiques qui les mobilisent.

Travail et Culture est une association de développement culturel. De ce fait, la création culturelle est au cœur de chaque projet. Elle met en relation des artistes (écrivains, peintres, photographes, musiciens, comédiens) et les travailleurs, les comités d'entreprise, les associations, les comités de chômeurs et les syndicats. L'association part du principe, en effet, que toute personne est détentrice d'une culture et que celle-ci est digne d'être mise en valeur par une collaboration artistique. Elle veut donc favoriser l'expression critique des hommes et des femmes sur et en dehors de leur lieu de travail, pour servir de socle à l'élaboration d'une œuvre. Les artistes ne sont donc pas coupés de la réalité. Au contraire, leur construction naît véritablement du terrain interrogé, que ce soit un quartier, une localité ou une entreprise. Ils cherchent à donner une dimension symbolique au quotidien d'un collectif.

Cependant, ces œuvres ainsi élaborées n'ont pas pour seule ambition d'être de belles créations intellectuelles, leur objectif principal est surtout de faire naître le débat, la réflexion et la communication entre les personnes. L'association développe alors des types d'actions très variées pour réunir les catégories socioprofessionnelles concernées par la thématique de la manifestation culturelle. Le public est donc différent pour chaque événement.

Elle s'est également donnée pour mission de contribuer au recul de toutes les formes de ségrégations sociales et culturelles, à la collecte de la mémoire vivante sur le thème du monde du travail, au développement culturel des territoires régionaux et à l'enrichissement du patrimoine public.

TEC se revendique d'Éducation Populaire. C'est un courant d'idées qui milite pour une diffusion de la connaissance au plus grand nombre pour permettre à chacun de s'épanouir et de trouver sa place de citoyen. L'association a d'ailleurs reçu l'agrément « Jeunesse et Éducation Populaire » par le haut commissaire à la jeunesse et est membre du CRAJEP⁶. Elle dispense alors des formations de militants, d'animateurs culturels, d'élus de comités d'entreprise et reçoit des stagiaires en formation. Elle met en place des ateliers artistiques avec des collégiens et des lycéens et possède également un centre de documentation de plus de 2.000 titres.

A terme, elle souhaite créer un observatoire des pratiques culturelles du monde du travail au niveau local, national et européen, de sorte que le réseau puisse mener une réflexion collective sur les mutations culturelles de la notion de travail.

Enfin, l'instauration de lieux de débats et d'échanges sur les divers territoires, donne aux travailleurs la possibilité de disposer de moyens d'expression, de mieux comprendre les évolutions de la société et d'avoir des clés pour agir sur ces changements.

Bien qu'implantée à Roubaix, TEC ne limite pas son champ d'action à la métropole lilloise mais mène aussi des projets dans toute la région Nord-Pas-de-Calais et plus particulièrement, comme nous l'avons vu précédemment, sur Roubaix, le Valenciennois et l'agglomération de Béthune. Ces choix de secteurs sont nés des relations nouées au fil du temps par les chargés de mission avec les populations et les partenaires, et des besoins à couvrir en matière d'action culturelle sur la thématique du monde du travail.

⁶ CRAJEP : Comité Régional des Associations de Jeunesse et d'Éducation Populaire

Les projets sont à 80% élaborés par l'équipe de Travail et Culture en fonction du contexte, d'un intérêt particulier du chargé de mission pour un sujet ou d'une actualité locale importante. Les thèmes peuvent être aussi choisis par les partenaires et les adhérents qui émettent parfois des demandes précises. Par exemple, pour octobre 2009, TEC effectuera probablement la programmation de la « semaine de cinéma social » organisée par le comité d'entreprise de la SNCF. Cependant, il est rare que l'association réponde aux commandes institutionnelles, car elles entrent difficilement dans la démarche de travail de l'association.

Les projets sont souvent conçus sur du long terme. Ils s'étendent généralement sur deux ou trois ans car leur mise en place réclame beaucoup de temps. Chaque projet est tout à fait spécifique à son territoire d'intervention par son thème et la mobilisation des populations locales. Cela nécessite du temps, de manière à construire une situation d'échanges qui repose sur une relation de confiance entre les intervenants et les salariés ou les habitants. De plus, une compréhension aigüe du territoire doit avoir lieu pour ne pas rester en surface, et véhiculer dans les œuvres de simples stéréotypes nés de la non-appartenance à ce groupe social.

La conception d'un projet passe par trois phases primordiales :

- L'élaboration requiert une immersion physique et intellectuelle dans la problématique du territoire. Il s'agit, en effet, de bien cerner les enjeux, les intérêts et les problèmes du thème choisi tout en s'appropriant le terrain. Le projet va alors être écrit afin d'être communiqué aux élus de l'association et aux politiques. Le chargé de mission, muni de ce dossier, va ensuite démarcher les partenaires institutionnels, associatifs et opérationnels et négocier des financements. Enfin, il sélectionne des intervenants tels que des artistes, des chercheurs et des experts selon leurs champs d'action, leurs domaines de prédilection, leurs travaux antérieurs et leurs apports possibles au projet.
- La co-construction : Elle s'établit en relation avec les partenaires du monde du travail, à la fois sur la réflexion menée et sur les formes d'action du projet. Le chargé de mission met alors en place les « résidences » d'artistes, les interventions culturelles et les formations.
- La restitution et la diffusion : C'est la phase d'aboutissement du projet. Le travail réalisé durant toute la période est alors présenté aux divers partenaires et au public. Cette restitution peut prendre plusieurs formes comme l'organisation de spectacles, d'expositions, de débats, d'éditions dans le circuit commercial... Le projet est par la suite évalué afin d'en retirer les effets produits et de valoriser les actions de l'association auprès des financeurs.

Il arrive aussi que les chargés de mission soient obligés de mener plusieurs projets simultanément, surtout pour des raisons financières (pour démarcher de nouveaux financeurs et éviter l'abandon de ce projet).

Ainsi, si l'association Travail et Culture a un fonctionnement et une organisation tout à fait classique, nous pouvons cependant constater qu'elle se distingue des autres par son initiative et son investissement dans ses

projets. Elle n'est en effet pas un simple prestataire d'événements, elle en conçoit tout le déroulement : de la phase de création intellectuelle à l'organisation de la soirée en passant par l'encadrement des intervenants et la recherche de partenaires. Cette implication permet de conserver une grande cohérence dans le projet bien qu'il se déroule sur plusieurs années. La démarche est également particulière étant donné le rôle tenu par la population, qui n'est pas seulement spectatrice de l'action culturelle, mais actrice dans le projet. L'œuvre naît en effet du territoire et est enrichie par le regard de l'intervenant.

2- *Mes missions sur le projet En remontant l'Escaut...*

Mon intervention, dans l'association, consistait à prendre part à l'organisation artistique et événementielle de la soirée de Mortagne-du-Nord, et plus spécifiquement à participer à l'élaboration des moyens de communication sur ce projet particulier, qu'il convient d'explicitier.

2.1 - *Le contexte du projet :*

C'est un projet mené, de 2008 à 2010, par l'association et plus particulièrement par la chargée de mission sur le Valenciennois, Sukran Akinci. Il concerne les territoires de la Porte du Hainaut et de Valenciennes Métropole qui sont concernés par les mutations du travail provoquées par les travaux sur l'Escaut.

Ce fleuve marque, en effet, très fortement le paysage du Nord puisqu'il le traverse sur 47 Km. Il a souvent été au cœur des enjeux économiques car il a constitué, pendant longtemps, le seul moyen de transport de marchandises en grande quantité.

Depuis 2008, il subit des transformations pour atteindre le gabarit européen de 3.000 tonnes afin d'être relié au Canal Seine-Nord Europe, qui verra le jour vers 2015. Cela permettrait ainsi le passage de plus grands bateaux, proposerait une alternative au transport routier pour les moyennes et longues distances et apporterait une nouvelle dynamique aux activités industrielles des alentours. En effet, le trafic de bateaux devrait, à partir de cette date, augmenter de manière importante, pour des raisons environnementales mais surtout économiques étant donnée la rentabilité du transport fluvial (un bateau de 3.000 tonnes équivaut à 1.500 camions).

De grands groupes industriels internationaux dans les domaines de l'automobile, du ferroviaire, de l'agro-alimentaire et de la métallurgie longent la voie d'eau et commencent à s'intéresser à ces aménagements. Par exemple, des quais de chargement, de déchargement, des plates-formes multimodales sont déjà en train d'être construits dans certaines communes. De nombreuses professions, en lien plus ou moins direct avec le fleuve, sont aussi bouleversées. C'est le cas des éclusiers qui sont actuellement en formation pour apprendre à gérer les écluses par caméra, à utiliser la géo-localisation des bateaux par satellite, à s'habituer à l'informatisation totale du système des écluses, avant de passer prochainement au travail 24H/24H.

2.2 – La présentation du projet artistique :

L'association est allée à la rencontre des populations de onze communes, qui bordent le fleuve, afin d'évaluer l'impact de ces transformations sur leur vie professionnelle et sociale. Ces communes sont : Mortagne-du-Nord, Condé-sur- L'Escaut, Fresnes-sur-Escaut, Escautpont, Saint-Saulve, Valenciennes, Trith-Saint-Léger, Prouvy, Haulchin, Denain et Bouchain (voir la carte mise en annexe en figure I page 56).

L'association y a emmené l'auteur de romans noirs Jean-Bernard Pouy et la photographe, engagée dans le champ social, Yohanne Lamoulère pour qu'ils s'inspirent des témoignages des salariés des entreprises qui utilisent le fleuve dans leurs activités, des employés des plates-formes multimodales, des éclusiers, des mariniers et des habitants pour composer leurs œuvres et donner ainsi à voir, à lire et à entendre ce monde social en transformation.

Des manifestations culturelles seront organisées dans chacune des communes selon une thématique qui leur est propre : à Mortagne-du-Nord en juin 2009, le thème sera l'histoire du port, à Condé-sur-Escaut en octobre ce sera le passage de l'activité minière de la ville au tourisme, à Fresnes-sur-Escaut en novembre ce sera l'immigration et la mine, à Escautpont en décembre, le travail des plates-formes multimodales, à Saint-Saulve en janvier 2010, la métallurgie, à Valenciennes en février, la retraite des mariniers, à Trith-Saint-Léger en mars, la séparation de la ville en deux par le passage de l'Escaut, à Prouvy et Haulchin en avril, le travail des malteries, à Denain en mai, les friches industrielles et à Bouchain, en juin, l'automobile. Tous ces événements se produisent en partenariat avec des entreprises locales, présentées dans la liste ci-dessous.

Nom de l'entreprise	Activités	Localité
CCES : Conteneurs Combinés Escaut Service	plates-formes de transport combiné fleuve-route pour les pièces automobiles et les produits agro-alimentaires	Prouvy - Haulchin
CCI : Chambre de Commerce et d'Industrie	contribution au développement économique du territoire	Valenciennes
Denain Logistique	activités de stockage de produits alimentaires et de conditionnement	Denain
Gagneraud	plate-forme multimodale au sein du site du laminoir de Vallourec et Mannesman	Saint-Saulve
Le Neptunia	approvisionnement des bateaux fluviaux en carburants et en articles de navigation	Antoing (Belgique)
LME : Laminés Marchands Européens	aciérie électrique	Trith-Saint-Léger
Malteries Franco-Belges	transformation de l'orge en malt pour le marché des boissons	Prouvy - Haulchin
Manugesteam	manutention, gestion, du stockage, conditionnement de marchandises en vrac	Trith-Saint-Léger
Mariniers	navigation et opérations de chargements pour le transport du fret	
Plaquet	chantier naval	Perrones-Lez-Antoing (Belgique)
Sevelnord : Site Européen des véhicules Légers du Nord	usine d'assemblage des véhicules de la PSA Peugeot Citroën et du groupe Fiat	Lieu Saint-Amand - Hordain
SNT: Société Nouvelle de Transformation	Installation d'un quai de déchargement pour l'implantation d'un terminal conteneur	Escautpont
Vallourec et Mannesmann	fabrication de tubes d'acier sans soudure	Saint-Saulve
VNF : Voies Navigables de France	gestion du transport fluvial, du développement du tourisme fluvial et de	Subdivision de Valenciennes

Fig 1 : Liste descriptive des entreprises partenaires

Les œuvres élaborées, conjointement entre les deux artistes, seront mises en scène dans un spectacle théâtral et précéderont un débat entre le public et des spécialistes de la question traitée (sociologues, économistes...). En septembre 2010, pendant dix jours, aura lieu chaque jour et dans chaque commune, la restitution de l'ensemble des deux ans de travail sur le territoire. Un livre comportant les textes ainsi que les photographies sera publié par la suite.

L'événement du 21 juin 2009 à Mortagne-du-Nord, reprend cette trame avec la présentation d'un spectacle à partir des textes et des photographies, sur une création musicale faite d'ambiances sonores locales, de la projection du film de Jean Renoir, *La Fille de l'Eau*, d'un apéritif et d'un bal.

L'association dispose pour les années 2009-2010 d'un budget de 127.000 € pour ce projet. Des partenaires institutionnels sont donc investis : le Conseil Régional et le Conseil Général du Nord donnent environ 17.000 €, mais cette somme sert exclusivement à payer le salaire et les frais courants de la chargée de mission. En ce qui concerne le financement du projet, les agglomérations de Valenciennes Métropole et de la Porte du Hainaut ont chacune apporté 22.000€, la DRAC avait participé en 2008 à hauteur de 8.000€ (elle ne peut donc plus désormais subventionner le projet) et le FIRC fournit 10.000€. Le budget du projet mis annexe en figure II page 57, fournit un détail plus complet des différentes sommes.

Bien que ces montants puissent sembler importants, il convient de garder à l'esprit que toutes les dépenses du projet doivent être couvertes par ce budget, ce qui comprend : les salaires de l'écrivain, de la photographe, ainsi que tous leurs frais de déplacement lors de leur résidence dans le département (transport, hôtel, restauration), la rémunération du comédien, de la créatrice sonore, de l'ingénieur son et du graphiste chargé d'élaborer les outils de communication. Les frais liés à l'organisation des manifestations y sont aussi compris, à savoir, le développement des photographies, le tirage des 5.000 flyers par commune, la location du matériel de projection, les droits à payer à la SACEM⁷ et aux auteurs, le traiteur pour le buffet, la publication du livre... C'est pour cela, qu'il est très important de nouer des partenariats gratuits au sein des communes. Par exemple, à Mortagne-du-Nord, la mairie met gracieusement à disposition la salle des fêtes et le personnel communal.

Le public attendu pour les événements du projet est très diversifié. L'équipe de TEC a établi, en effet, que les habitants des communes d'accueil, qui ont participé à l'élaboration ou qui sont intéressés par la proximité de la manifestation culturelle et par sa thématique, seraient présents aux soirées.

L'association est également très présente dans le Valenciennois depuis plusieurs années, elle a donc tissé des relations avec des membres des agglomérations proches qui ont collaboré sur des projets antérieurs et qui ont émis le souhait d'être informés des actions de TEC. Ces personnes sont aussi susceptibles de prendre part à l'événement.

Des « officiels », représentant les divers partenaires ainsi que des membres du Conseil d'Administration et du Bureau vont aussi être présents.

⁷ SACEM : Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique

Enfin, l'impact du choix du thème de la soirée est également à prendre en compte car les sujets peuvent intriguer de nombreuses personnes. Ainsi, comme nous pouvons le constater, les événements vont mobiliser des publics toujours nouveaux, étant donné l'aspect itinérant du projet. Ces spectateurs seront également très différents quant à leurs intérêts, la raison de leur venue et leur accès à l'information. En effet, par exemple, le public de Mortagne-du-Nord devrait être en grande partie composé de personnes âgées en raison de la thématique de la soirée à savoir l'histoire du port fluvial de Mortagne-du-Nord, qui va donc surtout attirer des habitants ayant connu cette période. La composition du public dépendra donc toujours du thème et de la population concernée.

De ce fait, le plan de communication fixé a du prendre en considération ces particularités inhérentes au projet à savoir la durée sur laquelle il s'étend, l'organisation dans une commune toujours nouvelle et la mobilisation d'un public très différent.

2.3 – Mon intervention sur le projet : la participation à la réalisation du plan de communication pour l'ensemble du projet à partir du premier évènement du projet à Mortagne-du-Nord

Ce 21 juin 2009, aura lieu à Mortagne-du-Nord, à 8km de Saint-Amand-les-Eaux, la première des dix étapes de présentation du projet. Ainsi, tout l'enjeu du plan de communication était de mettre en place des outils de communication à la fois personnalisés et réutilisables pour chaque commune. Leur rôle est de sensibiliser des personnes au thème du projet, de susciter l'envie d'assister à une action culturelle particulière et de les fidéliser (pour les faire venir aux autres manifestations réparties ensuite d'octobre 2009 à septembre 2010).

Ce plan de communication comprend deux aspects principaux : il utilise des documents palpables et des outils informatiques.

Les premiers sont destinés à faire connaître l'événement et le programme de la soirée de manière succincte. Ce sont des flyers et des affiches très esthétiques, spécifiques à la commune d'accueil par le choix d'une couleur et d'une photographie.

Cependant, la structure reste identique pour toutes les manifestations du projet. Cela pour deux raisons : une raison pratique, ne pas avoir à tout recommencer à chaque fois, sachant que les événements ne sont séparés que d'un mois, et une raison communicationnelle, il est en effet important de conserver une charte graphique et une cohérence pour les différents documents du projet, à destination du public.

J'ai participé à l'élaboration de ces deux moyens de communication en intervenant dans le choix du support, de la dimension, de la disposition, de la photographie, des couleurs, de la typographie, de la mise en page, du format d'envoi mais aussi dans la rédaction du texte de présentation du projet. Ces décisions ont été

prises à la suite de réunions plus ou moins formelles, des différentes propositions du graphiste, des souhaits et réactions des artistes, de la comparaison avec des productions antérieures et des idées de l'équipe.

Ma principale mission a été de concevoir les outils informatiques dans leur globalité.

J'ai alors élaboré une lettre d'information PDF⁸ destinée à accompagner, avant chaque événement, l'envoi mail et courrier du tract de communication. Elle est présente dans les annexes, page 58, en figure III.

Le projet n'est, en effet, pas vraiment explicite à la seule lecture de son titre et le texte explicatif présent sur le flyer est très bref. Cependant, il était inconcevable de définir plus amplement le projet sur ce support qui par définition doit être visuel et attractif. Ainsi pour pallier à l'incompréhension des enjeux ou de l'intérêt du projet, l'idée de créer un document d'information a été émise.

Cette lettre revient sur l'objet de *En remontant l'Escaut...* de manière un peu plus détaillée, sur la présentation de la commune et sur le programme de la soirée. Elle sera donc modifiée avant chaque nouvelle manifestation de manière à fournir un contenu d'actualité aux contacts présents dans la base de données de l'association.

J'ai également mis en place un blog, disponible à cette adresse : <http://enremontantlescaut.travailetculture.org> Je l'ai entièrement conçu : du choix de mise en page et d'organisation, à l'écriture des billets, en passant par la personnalisation de l'outil, en regard avec l'équipe bien évidemment. Il constitue une sorte de base de référence sur le projet dans son ensemble, renseignant alors sur le sujet, l'association, les partenaires, les artistes, les communes, les spectacles, le calendrier des manifestations...C'est l'outil le plus complet disponible pour le public. Il est en effet important que les personnes puissent avoir accès à un document officiel fait par l'association sur le projet, suffisamment détaillé pour répondre à toutes leurs questions et alimenté régulièrement. Un simple dossier papier n'aurait pu convenir en raison de la mobilité du projet, du nombre de personnes concernées et du budget de l'association.

Ainsi, la communication effectuée dans le cadre du projet *En remontant l'Escaut...*, s'est révélée être, par nécessité, très diversifiée pour toucher un public le plus large possible et pour respecter leurs choix d'accès à l'information. Il était en effet hors de question d'établir un plan de communication unique sur un seul support excluant de fait toute une partie de la population. Cependant, l'enjeu n'était pas juste de faire une bonne publicité sur le projet, mais de le faire connaître. L'association a donc souhaité mettre à disposition du public des informations et des explications lui permettant de l'aborder plus facilement.

⁸ PDF : Portable Document Format

II. La création d'un blog d'information peut-elle être considérée comme un moyen de communication efficace et pertinent sur le projet En remontant l'Escaut...?

Le blog, mot issu de la contraction de weblog que l'on pourrait traduire en français par « journal en ligne », existe depuis 1990. Cependant c'est véritablement depuis trois - quatre ans que le phénomène a pris une ampleur considérable, avec aujourd'hui plus de 80 millions de blogs à l'échelle mondiale dont 6 millions en France et une création toutes les secondes (entre mars 2003 et juin 2005), selon Technorati, un moteur de recherche spécialisé dans le domaine des blogs. Ainsi, il semblerait que le blog soit, comme le dit le blogueur le plus célèbre de France Loïc Le Meur, « l'un des plus grands succès du web depuis ces dix dernières années. »

1- Pourquoi le choix de l'utilisation d'un blog s'est-il posé ?

Il peut sembler étonnant d'intégrer dans le cadre professionnel de la communication sur un projet culturel, un outil qui subit encore la lourde réputation d'être la version moderne du journal intime adolescent. Ceci est un aspect indéniable, comme le prouve la place de Skyblog en tant que seconde plate-forme française d'hébergement. Pourtant les jeunes ne sont pas les seuls blogueurs. De plus en plus de personnes se laissent séduire chaque jour par ce mode de publication : des salariés, des chefs d'entreprise, des syndicats, des journalistes, des marques, des hommes politiques et bien évidemment des individuels. De la même manière, TEC a décidé d'ouvrir un blog consacré au projet *En remontant l'Escaut...*, non pour le côté « en vogue », mais à la suite d'une réflexion née de l'analyse de la situation actuelle et des besoins de l'association.

1.1-Comment se fait la communication sur les projets de l'association ?

Comme nous l'avons vu dans la première partie, l'association TEC existe depuis 1977 et bénéficie de subventions importantes en provenance de la Région et du Département. Elle est donc reconnue dans le monde institutionnel pour la qualité de ses projets qui mobilisent un public nombreux. Certains événements attirent, en effet, parfois jusqu'à deux cents personnes. Elle parvient de ce fait à faire connaître ses projets à un niveau assez large. Pour se faire, l'association utilise simultanément différents moyens de communication.

En 2002, TEC a pris conscience de l'importance de posséder un site Internet qui soit à la fois une vitrine de l'association et de ses différents projets. Elle a alors fait appel à une société roubaisienne, Insite.coop, qui existe depuis 1996 et qui est spécialisée dans la création de site web, d'Intranet et d'Extranet.

Cependant, dès la mise en ligne du site www.travailetculture.org, de nombreux dysfonctionnements, qui seront détaillés dans le point suivant, sont apparus. L'association a toutefois essayé de le conserver et de l'alimenter régulièrement, mais face aux problèmes quotidiens, elle a pris, cette année, la décision de le supprimer. Elle a alors sollicité un informaticien adhérent pour mettre en place un nouveau site plus en accord avec ses besoins. Depuis cette décision, la mise à jour du site est réduite au minimum à savoir l'annonce des événements à venir prochainement. Les anciens projets y sont encore explicités, tandis que les nouveaux y figurent à peine. Le site Internet a donc un impact limité en terme de communication.

L'association utilise alors de manière prépondérante les flyers. Ces derniers revêtent différents aspects en fonction des projets (des cartes postales, des encarts cartonnés ou souples, des formats 21X16 cm...). Ces documents sont très soignés car ce sont des travaux de graphistes. Ils sont tirés dans un nombre d'exemplaires important : entre 4.000 à 7.000 pour pouvoir être distribués à un nombre de personnes conséquent. Ces distributions se font dans les communes partenaires et dans les salons, et font alors l'objet de discussion avec le public sur l'association, la démarche, les enjeux, le travail artistique, les soirées...

Ces flyers sont également déposés dans certaines structures culturelles comme des théâtres, des cinémas, des médiathèques, des librairies, dans des lieux de passage, comme des offices de tourisme, des bars, des restaurants, des universités et des mairies. Ainsi, l'association essaie d'informer les populations en mettant à leur disposition ces tracts attractifs et informatifs.

Ces derniers sont aussi envoyés par courrier aux partenaires institutionnels, entrepreneuriaux et associatifs afin de leur montrer, au fur et à mesure, les réalisations du projet. L'envoi par voie postale concerne également 1.092 personnes présentes dans la base de données de l'association et qui ont spécifié vouloir recevoir les informations en provenance de TEC de cette manière. Les 2.368 autres contacts reçoivent le flyer numérisé par e-mail. Cet envoi massif permet de contacter un grand nombre de personnes à moindres frais. Les envois sont en général espacés de plusieurs semaines de manière à ne pas importuner les contacts qui verraient leur boîte e-mail saturée de messages de TEC et finiraient par ne même plus les ouvrir. Cependant les dates d'envoi dépendent aussi de l'actualité et de la répartition des manifestations de l'association.

De plus, il apparaît au cours d'entrevues avec des spectateurs que des chaînes de diffusion se constituent. Les contacts de TEC font, en effet, circuler l'information reçue à l'ensemble de leur réseau de manière totalement spontanée. Ce qui augmente encore la diffusion du message. L'association reprend ensuite les coordonnées des personnes intéressées souhaitant être contactées pour les événements ultérieurs.

Les flyers jouent donc un rôle très important au niveau communicationnel pour l'association qui n'hésite pas à les exploiter au maximum.

L'association avait mis en place jusqu'en 2005 une revue intitulée *La Missive*. Elle paraissait tous les deux mois et communiquait aux adhérents et aux partenaires les différentes informations récentes à savoir sur les projets menés par l'association. Elle permettait alors d'effectuer des annonces événementielles.

Son envoi, uniquement par voie postale, était cependant coûteux et circonscrit à un nombre de personnes défini. De plus, sa rédaction réclamait beaucoup de temps car il fallait soigner l'écriture et le contenu. Tout cela se faisant en supplément des missions habituelles, l'équipe a alors dû se résoudre à l'abandonner si elle ne voulait pas en restreindre la qualité. Ce document faisait partie intégrante du plan de communication de l'association. Un exemple de *Missive* est présent en annexe IV aux pages 59 et 60.

L'association fait aussi appel aux médias pour relayer les informations sur les événements. Elle les contacte deux semaines auparavant pour qu'ils signalent la programmation à leur public. Des communiqués et des dossiers de presse sont alors rédigés à leur intention.

L'association travaille surtout avec des médias locaux car la portée et la taille des soirées les concernent davantage. Par exemple, seront prévenus pour la manifestation du 21 juin à Mortagne-du-Nord : *La Voix du Nord éditions Valenciennes et Denain, Nord Éclair, l'Observatoire du Valenciennois, le Courrier de l'Escaut, le Journal de la CAPH, les Échos, Val infos, va-infos.com* pour ce qui est des journaux. Les médias nationaux reçoivent aussi l'information mais ils ne se manifestent que très rarement. Les télévisions régionales sont aussi appelées : *Wéo, France 3 Nord/Pas-de-Calais, France 3 Lille Métropole, M6 Lille...* ainsi que les radios : *Radio canal Sambre, Radio Scarpe-Sensée, Radio Condé-Macou, France Bleue*. Sur d'autres projets, des revues annoncent également parfois des événements de l'association comme le *Sortir, l'Événementiel, le Nord, Pays du Nord...*

Quelques jours seulement avant la tenue de la soirée, des relances sont effectuées par téléphone et par fax de manière à rappeler aux journalistes son existence et leur demander s'ils seront présents.

Cela permet d'effectuer une campagne de communication massive et touchant un public a priori non concerné.

L'association dispose donc de plusieurs outils d'information, dont elle se sert de façon complémentaire pour diversifier le plus possible les sources et ainsi contacter un public relativement vaste. La politique de communication de l'association semble donc être tout à fait satisfaisante. Cependant, l'analyse de cette situation montre également des failles, en particulier en rapport avec la visibilité sur Internet, auxquelles il convient de répondre par le recours à d'autres objets de communication diffusant davantage sur le Web.

1.2-Quels sont les besoins de l'association en matière de communication sur Internet ?

Comme il a été dit précédemment, il apparaît que le site Internet de l'association ne soit pas efficace et ne remplisse pas son rôle d'outil d'information du public. Les membres de l'équipe pointent, en effet, de nombreux problèmes dans sa conception et dans sa présentation.

La société Insite.coop possède pourtant de nombreuses références. Ses informaticiens ont créé les sites web de la ville de Béthune, de Tourcoing, de Mouscron, des préfectures du Nord et de l'Oise, de la Communauté d'Agglomération de la Porte du Hainaut, de l'École Supérieure de Journalisme de Lille...

Ils mettent en avant dans leur politique le fait d'élaborer « un site utile et utilisable ». Pour se faire, ils se servent du logiciel libre SPIP⁹ qui permet la publication sur Internet via un système de gestion de contenus (traduction française du CMS¹⁰). Ainsi, la présentation est simplifiée puisqu'elle a recours à l'utilisation de modèles, aussi appelés squelettes ou templates, qui jouent le rôle des feuilles de style CCS¹¹. Un langage de balisage léger remplace le HTML¹², permettant alors de saisir du contenu à partir d'un éditeur de texte utilisable aussi simplement que n'importe quel traitement de texte. Ces avantages sont d'ailleurs reconnus par la secrétaire de l'association, qui se charge de l'alimentation du site. Elle dit, en effet, ne pas éprouver de difficulté pour publier de nouveaux articles ou pour en supprimer.

Cependant, aucun changement majeur ne peut être effectué en interne. L'association doit contacter le prestataire, qui décide ou non d'effectuer des transformations. Ainsi, l'association n'a pas réussi à obtenir que la page d'accueil soit réorganisée autour du nouveau logo, elle arbore donc toujours un logo inusité, comme le prouve la capture d'écran (Fig.2) ci-dessous.



Fig 2 : Capture de la page d'accueil du site aux couleurs de l'ancien logo

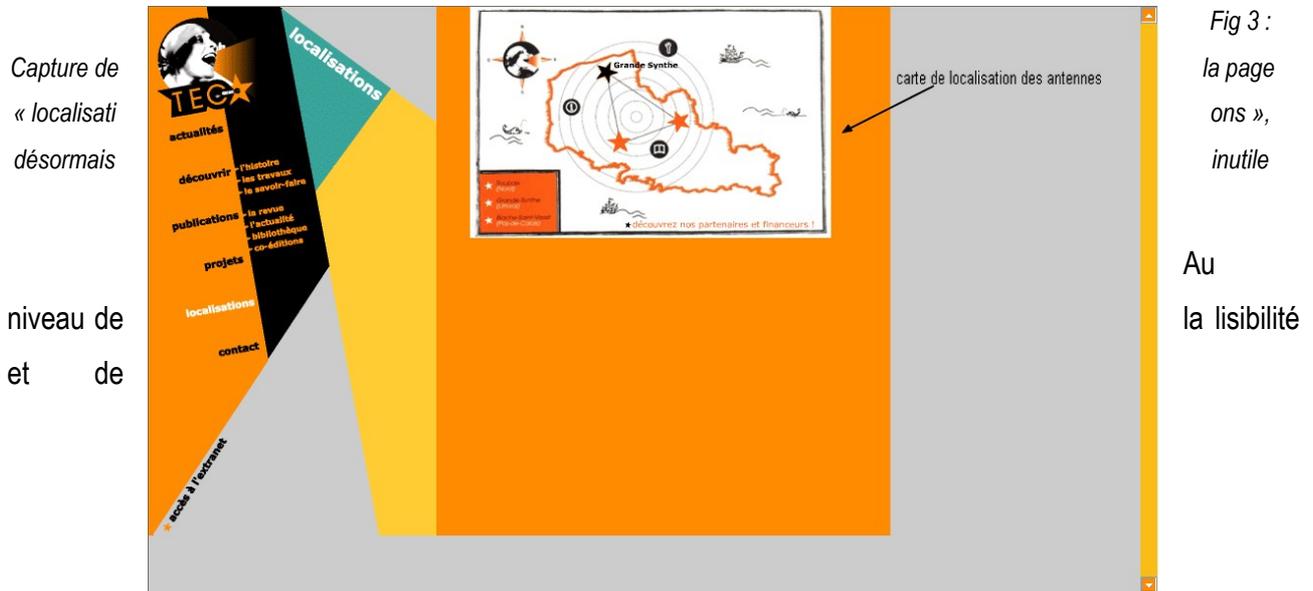
⁹ SPIP : Système de publication pour l'Internet partagé

¹⁰ CMS : Content Management System

¹¹ CSS : Cascading Style Sheets

¹² HTML : HyperText Markup Language

L'équipe voulait aussi qu'une nouvelle catégorie comprenant clairement ses coordonnées soit créée, mais cela posait, semble-t-il, des problèmes techniques. Enfin toute la catégorie « localisations », de la figure 3, pourrait être supprimée car elle n'a plus raison d'être depuis la fermeture des deux autres antennes il y a plus d'un an. Ce site ne correspond donc plus à l'image de l'association.



l'ergonomie, des problèmes sont également à dénombrer : Tout d'abord, la disposition du texte en colonnes ajustables avec des barres de défilement fait perdre la continuité de la lecture (comme vous pouvez le constater sur la figure 4, ci-dessous).



Fig 4 : Capture de la page « actualités »

Par ailleurs, comme le montre la figure 5 présente ci-dessous, certaines pages sont mal réparties voire quasi vides tandis que les listes de publications, par exemple, ne mettent pas en exergue une

structuration clairement identifiable. De ce fait, la présentation de l'association ainsi que ses projets ne sont pas mis en valeur.



Fig 5 : Capture de la page « projets » actuellement vide

L'annuaire disponible dans l'intranet présente aussi des faiblesses car bien qu'il permette de croiser un nombre important de critères, la recherche ne s'effectue pas par un système de troncature, qui, à partir des premières lettres du mot, propose les termes correspondants. L'équipe doit donc effectuer des recherches dans de longues listes avec les flèches du clavier. De ce fait, elle a tendance à limiter l'utilisation de l'annuaire aux contacts introuvables par d'autres moyens, et à se servir des Pages Jaunes en ligne pour le reste.

L'association reçoit parfois des plaintes d'internautes démunis face à ce site. Certaines informations recherchées essentielles demeurent, en effet, introuvables comme par exemple le numéro de téléphone de l'association.

Insite dit « optimiser le référencement », pourtant il apparaît que le site de TEC est difficilement retrouvable avec les moteurs de recherche. Il n'est en fait présent dans la première page de réponses qu'en cas de recherche sur le nom de l'association.

Les statistiques ne sont pourtant pas mauvaises car depuis la création du site en 2002, celui-ci a déjà reçu 175.930 visites, mais les connexions internes ne sont pas soustraites, ce qui peut, sans doute, fausser les résultats.

Face à ces nombreux problèmes qu'elle ne peut pas régler, l'association a décidé de refaire le site entièrement. Or, en attendant cette mise en place, qui risque de prendre plusieurs semaines voire quelques mois, les internautes sont confrontés à la confusion, énoncée précédemment : les projets récents ne sont, en

effet, pas alimentés mais l'annonce des événements y est présente, quelques semaines avant leur tenue. Ainsi des manifestations leur sont présentées sans qu'ils n'aient eu d'explications claires sur le projet.

Cette situation peut décourager les internautes et leur faire perdre l'habitude de consulter le site de TEC. Or, dans l'actuelle « société de l'information », où Internet occupe une place primordiale tant dans la vie privée que professionnelle, il est impensable qu'une association aussi impliquée dans la qualité de ses projets, ne puisse pas mieux les communiquer. Un audit mené l'an dernier, par une stagiaire, sur le *Cabaret de l'Union* a montré que 31% du public qui assiste à ces soirées ignore la démarche, la problématique et les projets en cours de l'association.

L'exploitation d'Internet pourrait être un bon moyen de se faire davantage connaître à une plus grande échelle et de manière plus approfondie. D'autant plus que désormais, les gens ont pris l'habitude de se procurer l'information de manière rapide sans se déplacer. Il semble, en effet, qu'Internet soit devenu la première source d'information consultée pour toute recherche d'information, avant même de se tourner vers les supports papiers. Ainsi, si la personne intéressée par un projet ou par l'association elle-même, ne trouve pas, tout en restant derrière son écran, l'information qui lui est utile, elle risque fortement d'abandonner sa recherche plutôt que de téléphoner ou d'envoyer un e-mail. Un site Internet non efficace risque donc de faire perdre à l'association un public potentiel et même d'endommager sa réputation. Avoir une visibilité sur le web est donc un des besoins majeurs et urgents de l'association.

Ces constats nous ont amenés, l'équipe et moi-même, à évaluer les différents outils de diffusion sur Internet disponibles sous peu de temps et ne nécessitant pas une attention chronophage.

1.3-D'autres moyens de communication auraient-ils pu répondre à ces demandes ?

La première étape avant de commencer à évoquer les différents moyens de communication en lien avec le web ou le support électronique, était de définir l'enjeu de cet outil.

Ainsi, l'équipe lui a déterminé comme objectif d'être à la fois informatif et communicatif. Cependant, comme l'a dit Robert Escarpit lorsqu'il était directeur du laboratoire des Sciences de l'Information et de la Communication rattaché au CNRS¹³ : « toute communication suppose l'information » et « une information non communiquée voit sa production progressivement abandonnée ». Il apparaît alors clairement qu'information et communication ne peuvent exister l'une sans l'autre. La question portait donc davantage sur le degré d'importance accordée à la place des explications sur le support.

Il a été établi que cet outil ne traiterait que d'un seul projet de manière à le mettre en lumière en donnant au public toutes les clés pour le comprendre. De plus, le fait de proposer des explications sur

¹³ CNRS : Comité National de la Recherche Scientifique

plusieurs projets en même temps aurait pu être rébarbatif pour le lecteur et l'aurait incité, de manière involontaire, à établir des comparaisons hasardeuses entre les projets.

Le projet *En remontant l'Escaut ...* en élaboration depuis 2008, va connaître fin juin sa première réalisation en public. L'association a donc éprouvé la nécessité de mettre en place un outil qui explique et communique sur le projet dans son ensemble avant cette première prestation. Commencer à en parler officiellement sur Internet au moment de la deuxième ou de la troisième manifestation serait un non-sens pour sa cohérence et son impact. Le projet est en effet conçu autour de ces rendez-vous réguliers au fil de l'Escaut. L'association souhaitait donc disposer de cet outil, encore inconnu au début de mon stage, dans des délais assez brefs.

Les budgets étant déjà déterminés, il fallait de préférence rechercher un moyen gratuit pour remplir cette tâche.

Par ailleurs, le personnel de l'association a déjà énormément de travail sur les projets en eux-mêmes. Les chargés de mission sont amenés à être absents du bureau durant de longues heures ou des journées entières pour découvrir le territoire, accompagner les artistes en résidence, se rendre à des rendez-vous avec les élus et les partenaires... De même, Nelly la secrétaire effectue en plus du secrétariat toute la diffusion de la communication. L'ajout d'un nouvel outil de communication sera donc une charge supplémentaire pour eux. Il convenait donc qu'il soit simple d'accès, que sa mise à jour soit rapide et qu'il ne nécessite pas de formation longue ou d'acquisition de connaissances techniques supplémentaires.

La première idée évoquée était de mettre en place une newsletter sur le projet *En remontant l'Escaut...* Pour clarifier, une newsletter est une lettre d'information à laquelle un internaute s'abonne afin de recevoir de manière régulière (tous les jours, semaines ou mois) les actualités, les activités et les informations sur les produits d'une structure. Cela permet de maintenir un lien avec tous les abonnés, comme une sorte de rendez-vous fixe, et de les tenir informés de façon officielle et totalement gratuite.

L'avantage pour l'association serait de pouvoir communiquer sur *En remontant l'Escaut...* : sur ses avancées, son orientation et ses événements. Cela permettrait d'impliquer les contacts dans le projet, qui recevraient de ses « nouvelles » régulièrement. De plus, le format de la newsletter est attractif car les articles sont généralement brefs, captivants et agrémentés de photographies, sans que l'écriture ne soit aussi réglementée et contraignante que dans un journal.

Cependant, cette solution n'a pas été retenue car elle ne permettait pas de développer suffisamment le contenu. La newsletter ne doit, en effet, pas être un journal ou une brochure. Il convient donc de restreindre sa taille à une ou deux pages. Au-delà, les internautes risquent de ne pas poursuivre leur lecture car elle se fera sur écran et que ce type de lecture est généralement peu apprécié. Ainsi, ce format n'était visiblement pas adapté à une explication détaillée du projet.

De plus, l'internaute qui souhaite recevoir la newsletter d'une organisation doit aller s'inscrire sur son site Internet. Or, étant donné que créer une nouvelle rubrique est actuellement impossible pour TEC et que l'équipe ne sait pas précisément le nombre de visiteurs du site, son installation aurait été problématique.

Nous n'avons pas éliminé, pour autant, totalement l'idée de concevoir une newsletter, mais nous l'avons adaptée aux besoins de l'association. Ainsi comme je l'ai dit précédemment, j'ai conçu une lettre d'information PDF qui accompagnera l'envoi du flyer quelques semaines puis quelques jours avant l'événement. Elle répond aux différents critères énoncés comme la simplicité d'utilisation, d'ajustement et le respect de l'équilibre entre promotion événementielle et information.

Tout d'abord, comme vous pouvez le constater sur la figure III mise en annexe page 58, cette lettre se compose de quatre parties : le haut de page est constitué de la bannière commune à tous les supports du projet et de la date d'envoi de la lettre, la première partie explique la raison d'être du projet et son objectif, la seconde présente très brièvement la commune d'accueil, la troisième énonce le déroulement de la soirée et le pied de page permet de contacter l'association par différents moyens. Elle est, de ce fait, plus détaillée que le flyer sans toutefois tout livrer du projet. Elle cherche alors à éveiller la curiosité du lecteur et ainsi l'amener à découvrir *En remontant l'Escaut...* à travers ses soirées.

Cette lettre-modèle a été créée au moyen des styles paramétrables sur le traitement de texte du logiciel libre Open Office Writer. Vous pouvez voir ces différents styles sur la version commentée de la lettre mise en figure V des annexes, page 61. La présentation est donc relativement fixe et établie d'avance. Ce qui permet de gagner un temps précieux étant donné que le délai d'envoi entre deux événements n'est que d'un mois. Le contenu textuel des trois parties ainsi que les photographies pourront être modifiés sans que la mise en page ne soit à refaire complètement. Si l'équipe souhaite cependant la transformer, elle pourra être ajustée très rapidement et facilement.

Le choix du format PDF a été fait pour des raisons techniques : pour que l'affichage ne varie pas en fonction du matériel informatique ou du logiciel possédé par l'internaute, mais aussi pour des raisons juridiques : la lettre utilisant des photographies d'artiste, il convenait d'essayer de les protéger au maximum.

Cette lettre d'information permet donc d'apporter un complément d'information sur le projet, mais elle ne suffit pas à en expliquer tout le contenu comme le souhaite, pourtant, l'équipe de TEC.

La seconde hypothèse étudiée était d'élaborer un site web consacré au projet *En remontant l'Escaut...* Cela permettrait à l'association d'être davantage présente sur Internet et de se faire connaître plus concrètement à travers l'un de ses projets. L'échelle de diffusion serait également plus importante que celle d'une newsletter envoyée aux contacts déjà présents dans la base de données de l'association. De plus, cette configuration pourrait amener des personnes supplémentaires, qui auraient fait la démarche de suivre le lien

présent sur les documents de communication, sur le site de l'association ou qui auraient entré le nom du projet dans un moteur de recherche. Des personnes pourraient aussi consulter le site par hasard au détour d'une recherche sur l'un des partenaires, un artiste ou une commune. Ces internautes auraient d'ailleurs été plus enclins à se rediriger vers le site de TEC puisque ce site-projet aurait été hébergé sur le nom de domaine travailculture.org. Le site de présentation aurait donc pu aussi gagner en trafic.

De plus, un site Internet peut accueillir tous types de contenus : à la fois du texte, des images, des vidéos, des extraits sonores... Cela aurait diversifié les supports et capté l'attention des internautes. En effet, présenter le projet en montrant réellement ce dont il s'agit par de courtes vidéos du spectacle, des extraits des textes, des diaporamas de photographies aurait rendu le site dynamique et original.

Un site n'oblige pas non plus à des restrictions de taille, il peut comporter autant de pages que nécessaire sans que cela nuise au chargement (si on évite la technologie Flash par exemple) ou à la lisibilité. Les sites comportent souvent, en effet, des menus horizontaux ou verticaux ou des moteurs de recherche internes permettant de repérer rapidement l'information recherchée, mais aussi de naviguer dans les différentes pages au grès de ses envies.

De même, un site est entièrement paramétrable et personnalisable. Son créateur en définit la construction, le fonctionnement, la disposition, la mise en page, le graphisme, la typographie. Ainsi c'est un objet en plein accord avec les besoins, les souhaits et les objectifs émis par le concepteur.

Cependant, même si cette idée pouvait sembler séduisante, les membres de l'équipe de TEC sont désormais méfiants envers les sites Web. L'expérience leur a prouvé la difficulté d'entretenir un site, seuls sans l'aide du prestataire. Or ils n'ont pas assez de temps pour s'initier au langage de balisage HTML ou apprendre à utiliser un éditeur de site du type de Dreamweaver (de Macromédia). L'association a, en effet, comme but de créer des projets artistiques et culturels et non d'être très performante en communication multimédia. La compétence était donc un premier obstacle à la mise en place d'un site.

De plus, la conception et la mise en œuvre d'un site sont relativement longues. Il faut, en effet, au préalable, faire un état des lieux, une analyse des besoins, un diagnostic puis des propositions (pour reprendre la méthodologie empruntée par les auditeurs). Ensuite, il convient de le modéliser, de l'installer et de le réajuster. Créer un site implique donc de n'effectuer que cette seule mission. Or, l'équipe avait le souhait de me faire découvrir le fonctionnement du monde associatif et de me faire participer à l'élaboration de *En remontant l'Escaut...* et en particulier dans la préparation de la soirée du 21 juin. Il m'aurait donc été difficile d'y apporter toute la qualité et l'attention souhaitées.

Cette option a donc aussi été éliminée car elle ne s'adaptait pas aux attentes et aux réalités quotidiennes de l'association.

De ce fait, l'analyse des critères déterminés par l'association concernant un nouveau moyen de communication sur le projet *En remontant l'Escaut...* à savoir la disponibilité sous peu de temps, la gratuité, la simplicité d'alimentation, et la mise en place sur Internet a permis de passer en revue les différents outils existants. Les plus populaires et utilisés actuellement : le site Internet et la newsletter ont donc été rejetés pour des raisons pratiques. Mais un autre objet communicationnel moins attendu a cependant surgi : le blog, qui est surtout connu dans le cadre personnel ou dans les domaines du journalisme, de l'expression politique ou de la promotion commerciale.

2. *Un blog peut-il convenir à ce type de projet ?*

Cette question est au cœur de la démarche. En effet, utiliser un blog comme moyen de communication officiel sur le projet *En remontant l'Escaut...* n'était pas une évidence pour Travail et Culture. Il convenait donc de se demander si cet outil pouvait avoir une place dans le plan de communication du projet et quelle y serait cette place.

2.1 *L'outil blog s'adapte-t-il aux contraintes du projet ?*

Le blog devait absolument prendre en considération les trois variables essentielles à la réussite du projet : son caractère atypique, le cadre professionnel et l'ouverture au public.

Le projet comporte, en effet, des caractéristiques particulières, qui en constituent d'ailleurs sa richesse. Comme nous l'avons vu précédemment, *En remontant l'Escaut...* s'étend sur une longue période avec dix spectacles et leur reconstitution. De plus, le projet fait appel à un public toujours inédit, en raison de son aspect itinérant et de la diversité des thématiques traitées.

Le blog peut répondre à ces exigences car c'est un outil relativement stable grâce, en particulier à son support informatique. Un blog est en général hébergé sur le nom de domaine fourni par sa plate-forme d'hébergement, ce qui lui permet de conserver une adresse fixe pour une période indéterminée. Le seul problème survient en cas de fermeture de la plate-forme, car le blog n'a alors plus d'URL¹⁴. Cependant, en choisissant comme je l'ai fait, une plate-forme importante et reconnue, comme l'est Blogger (la plate-forme de Google, qui possède quinze millions de blogs dans le monde et reçoit quotidiennement 1.14 million de visiteurs), ce risque était moindre. De même, un blog ne disparaît pas en cas de délaissement, comme le prouve le fait qu'au moins 50% de la blogosphère est inactive. Les blogueurs parlent d'inactivité lorsqu'un blog n'est plus alimenté depuis au moins trois mois.

¹⁴ URL : Uniform Resource Locator

Le blog du projet *En remontant l'Escaut...* a été déposé sur le nom de domaine travailetculture.org, acheté en 2002 par l'association. La provenance du blog est, de ce fait, clairement identifiable et sa relation avec l'association est perçue immédiatement. Le suffixe « .org » a également une consonance plus sérieuse que le « blogspot » fourni gratuitement par Blogger à l'ouverture d'un blog. Son encadrement par une structure officielle et professionnelle est alors parfaitement visible.

L'adresse est parlante et facilement mémorisable, ce qui représente un atout pour la communication. Il faut, en effet, que l'équipe puisse en parler aux personnes rencontrées et que ces dernières s'en souviennent sans effort. Il sera ici relativement aisé de retrouver le blog pour un public désireux de s'informer sur le projet, dans la mesure où son adresse sera inscrite sur tous les supports de communication : les flyers, les affiches et la lettre d'information. Ainsi, lors des envois par mail, il suffira de suivre le lien pour atteindre la page d'accueil.

Pour aider le public à se repérer dans la communication sur les différents projets de l'association, tous les documents traitant du projet *En remontant l'Escaut...* possèdent la même identité visuelle. Les couleurs dominantes sont le gris et le turquoise et la bannière d'entête présente ci-dessous et comportant le nom du projet et les communes d'accueil est toujours présente. Cela permet aussi de conserver une certaine cohérence.



Fig 6 : Bannière reprise sur tous les documents de communication du projet

De plus, les blogs sont souvent mieux référencés par les moteurs de recherche que les sites ordinaires, et sont de ce fait, très présents dans les premières pages de résultats. Les robots spiders des moteurs, qui indexent le contenu du Web, trouvent, en effet, dans le texte abondant des blogs une manne pour la formation de mots-clés.

De même, chaque billet comporte un permalien (appelé aussi lien permanent), ce qui signifie que tous les billets possèdent leur propre adresse, composée de leur titre. Cela les rend également facilement identifiables. Ces trois éléments sont d'ailleurs ce qu'il faut prendre en compte dans le référencement.

J'ai tout de même réalisé un référencement actif du blog en insérant des balises méta (Title, Description, Keywords) car les moteurs de recherches vont y prélever les mots-clés pour leur index. Je l'ai aussi répertorié dans les moteurs et annuaires de recherche génériques puis spécifiques au domaine des blogs : Google Blog Search, Yahoo Search, Bing (qui appartient au groupe Windows Live Messenger),

Exalead, Mozbot, Blog Dimension, Retronimo, Blog Pulse, Bligg.fr, Icerocket, Tout le monde en blogue, Blogonautes, Pages Joueb et Blogolist. Ainsi, le blog devient accessible à tous les internautes quelque soit leur localisation géographique et leur matériel informatique, ce qui résout le problème posé par la non-fixité du projet.

Le blog a été conçu pour intéresser un public assez vaste et il prend, de ce fait, en compte sa diversité. Le thème central reste bien évidemment le projet *En remontant l'Escaut...*, mais le blog contient actuellement déjà une douzaine de billets sur des sous-thématiques comme la présentation du fleuve, les enjeux du transport fluvial, les divers partenaires et leurs activités, le parcours professionnel des artistes... Ce rapprochement d'articles variés peut conduire des personnes menant des recherches des plus diverses, sur le blog. Cela sera d'autant plus susceptible d'arriver que les partenaires entrepreneuriaux et associatifs sont en général de petites structures locales ne possédant pas de site Internet et peu présentes sur la toile. De ce fait, une recherche les concernant sera rapidement reconduite vers le blog. Si ces internautes ne vivent pas dans un secteur géographique éloigné des lieux des événements et que le projet les interpelle, ils pourraient, sans doute, décider d'y participer. Les manifestations gagneraient alors encore davantage en diversité.

Le problème persistant reste l'accès à l'informatique. En effet, les personnes dont j'ai fait la connaissance à Mortagne-du-Nord étaient dans l'ensemble assez âgées et ne possédaient pas d'ordinateur. Ce qui, cela va sans dire est un obstacle à la consultation du blog. Cependant, il faut garder en tête que ces événements ne se réduisent pas à ce simple aspect communautaire et que 53% des français sont internautes. Ainsi, même si dans cette commune de 1.500 habitants, le blog risque de ne pas rencontrer le succès escompté, dans les villes comme Valenciennes ou Denain, cette question ne se posera sans doute pas.

Le blog se devait également de respecter les obligations juridiques en matière de droits d'auteurs et les accords avec les financeurs. En effet, il est stipulé dans les conventions signées avec les partenaires institutionnels et financiers que dans toute communication produite par l'association, la mention « soutenue par... » doit apparaître à côté de leur logo.

De même, les internautes ont souvent tendance à croire que tout ce qui se trouve sur Internet est libre de droits. Or, les artistes rendant leurs œuvres disponibles sur Internet, conservent l'intégralité de leurs droits, au même titre que pour les versions papiers ou vidéos. De fait, il conviendra de rappeler que les extraits des textes de Jean-Bernard Pouy ainsi que les photographies de Yohanne Lamoulère sont protégées et que toute diffusion devra d'abord être précédée par une autorisation de son auteur.

J'ai d'ailleurs mis en place des subterfuges dissuasifs pour ces deux types d'œuvres. J'ai donc créé un code inséré dans le code source des pages, qui empêche d'effectuer un clic droit et, de ce fait, d'enregistrer, de faire un glisser-déplacer vers le bureau ou de faire un copier-coller. Le clic-gauche n'est en

revanche pas toujours désactivé. Cette manipulation n'a été faite que lorsqu'elle ne nuisait pas à la qualité des photographies et à l'étude artistique de la photographe. Elle n'a donc pas été faite dans les cas suivants : pour distinguer des personnages dans les photographies de groupe, pour mettre la recherche esthétique en valeur, pour conserver les dimensions, etc.

Cependant, il est évident que ces limitations auront peu d'effets sur les internautes avertis capables de contourner ces codes et connaissant des moyens détournés pour obtenir les œuvres. C'est également pour cette raison que les artistes ont dû donner leur accord pour que leur travail soit mis en ligne. De la même manière, par respect pour le droit à l'image, toutes les personnes présentes sur les photographies ont signé une autorisation pour la diffusion sur Internet. Les photographies utilisent le format JPEG¹⁵ qui s'adapte parfaitement au support photographique car il offre une compression adaptée aux couleurs.

Des difficultés peuvent apparaître après mon départ de l'association. En effet, pour que le blog continue d'être bien placé dans les pages de réponses des moteurs de recherche, il convient de le mettre à jour régulièrement pour provoquer le passage des robots. La secrétaire, qui reprendra le blog, devra donc l'alimenter au moins une fois par mois.

Par ailleurs, la notice explicative, que je vais réaliser, portant sur la mise en page, les manipulations et la publication, se devra d'être très claire et précise pour que la présentation et la façon de faire perdurent. Sans cela, les lecteurs risquent d'être perturbés par des variations de forme et de contenu.

Le devenir du blog va aussi dépendre en grande partie de sa consultation. Il serait alors bon de se renseigner auprès des membres du public sur leur connaissance ou méconnaissance de l'existence du blog et sur leur consultation ou non-consultation. En effet, si après son lancement, les statistiques révèlent que le blog n'a presque pas de visiteurs, l'équipe devra y apporter des améliorations ou mieux communiquer sur sa présence. Il faut cependant garder à l'esprit qu'un outil de communication favorise l'intérêt mais ne conduit pas forcément les gens à l'action. C'est ce qu'avait montré l'étude de Paul Félix Lazarsfeld, menée aux Etats-Unis pendant la campagne présidentielle de 1940 et nommée *the People's Choice*. Elle a notamment démontré que la campagne politique qui se fait à travers les médias n'influence pas tellement les intentions de vote, mais incitent plutôt les électeurs à se renseigner davantage. Ainsi, dans le cadre du projet *En remontant l'Escaut...*, il ne faut pas penser que le blog va conduire à une augmentation exponentielle du nombre de spectateurs.

Un tel outil s'adapte donc parfaitement aux particularités ainsi qu'aux besoins du projet, qui ont été pris en compte durant toute son élaboration. Cependant, le blog ne fait pas que répondre stricto-sensu à ces contraintes, il apporte également une valeur ajoutée non négligeable.

2.2- Quels apports le blog peut-il fournir à un tel projet ?

¹⁵ JPEG : Joint Photographic Expert Group

Le blog possède de nombreuses caractéristiques novatrices et qui peuvent représenter des apports supplémentaires à la fonction communicationnelle de l'outil.

Tout d'abord, la conception du blog peut se faire selon deux procédés : l'installation d'un logiciel de type Dotclear ou Wordpress ou l'utilisation d'une plate-forme de blog.

Ce logiciel sert à administrer et à afficher le blog sur le Web. Il permet de créer un blog vraiment personnalisé. Il requiert cependant des compétences informatiques assez poussées, notamment, en matière d'installation et d'hébergement d'application sur serveur. Ce qui rend, de fait, son utilisation beaucoup plus complexe.

J'ai fait le choix de me servir d'une plate-forme de blog pour concevoir le weblog de *En remontant l'Escaut....* Cette décision a été prise en fonction de plusieurs paramètres : Les plates-formes disposent de nombreuses fonctionnalités intéressantes et prêtes à l'emploi, telles que, le choix parmi un grand nombre de modèles ou « templates », la possibilité de garder son propre nom de domaine, la possibilité de restreindre ou d'ouvrir l'accès au blog (modération des commentaires, créer un blog collectif ou privatif), l'archivage des billets, la création de catégories, la publication par e-mail ou MMS¹⁶ avec un téléphone portable, la programmation de la publication, la syndication de contenus, la personnalisation de la présentation (choix des polices, des couleurs, insertion de widgets¹⁷).

Toutes ces options n'étaient bien évidemment pas toujours pertinentes dans le cadre du projet, comme par exemple, la fonction mo-blogging de publication via un téléphone portable. J'ai donc privilégié les fonctions réellement utiles afin de ne pas collectionner les différents gadgets attrayants qui finissent en définitive par troubler les visiteurs et rendre l'interface illisible. Les fonctionnalités proposées par les plates-formes me semblaient alors suffisantes, étant donné l'objectif du blog. D'ailleurs comme l'a dit François Nonnemacher, le directeur commercial de l'entreprise Capgemini, « 20% des fonctionnalités répondent à 80% des attentes des clients, qui sont supérieures aux besoins réels. ».

De plus, sur une plate-forme gratuite, l'utilisateur ne gère que son écran de saisie, il n'a ni à s'informer des nouveaux développements informatiques, qui sont gérés par la plate-forme au même titre que les archives et les modèles en CSS, ni à les payer. Ainsi toute la partie programmation, qui demeure la plus compliquée, peut rester inconnue de l'internaute. La solution lui est livrée clé en main à partir de son inscription.

Un examen des différentes plates-formes existantes ainsi qu'une visite de plusieurs blogs leur appartenant, m'a conduite à sélectionner Blogger. Cette plate-forme gratuite, rachetée en 2003 par Google, compte plusieurs millions de blogs et une communauté d'entraide très développée. De plus, elle bénéficie

¹⁶ MMS : Multimedia Messaging Service

¹⁷ Widget : outil interactif ajouté à une page web ou un blog (météo, actualité, citation, horloge...)

d'une équipe d'informaticiens très actifs pour proposer de nouvelles mises à jour et d'un référencement optimal du fait de son affiliation au géant des moteurs de recherche utilisé par 80% des internautes.

Ces blogs hébergés se présentent, pour la rédaction des messages, comme de simples traitements de textes, utilisant un système de « boutons » cliquables pour la mise en gras, en italique, pour l'ajout d'un hyperlien, d'une photo ou vidéo et de menus déroulants pour les choix de police et leur taille. C'est ce qui est appelé par les informaticiens, une interface WYSIWYG, acronyme de What You See Is What You Get, signifiant, « ce que tu vois est ce que tu obtiens ». Comme vous pouvez voir sur la figure 7, ci-après. Cela simplifie donc considérablement la rédaction et la publication des articles. Elle s'adapte donc parfaitement à la demande de TEC de disposer d'un outil simple et gratuit ne nécessitant que peu de temps pour son alimentation et n'obligeant pas l'équipe à recevoir une formation.

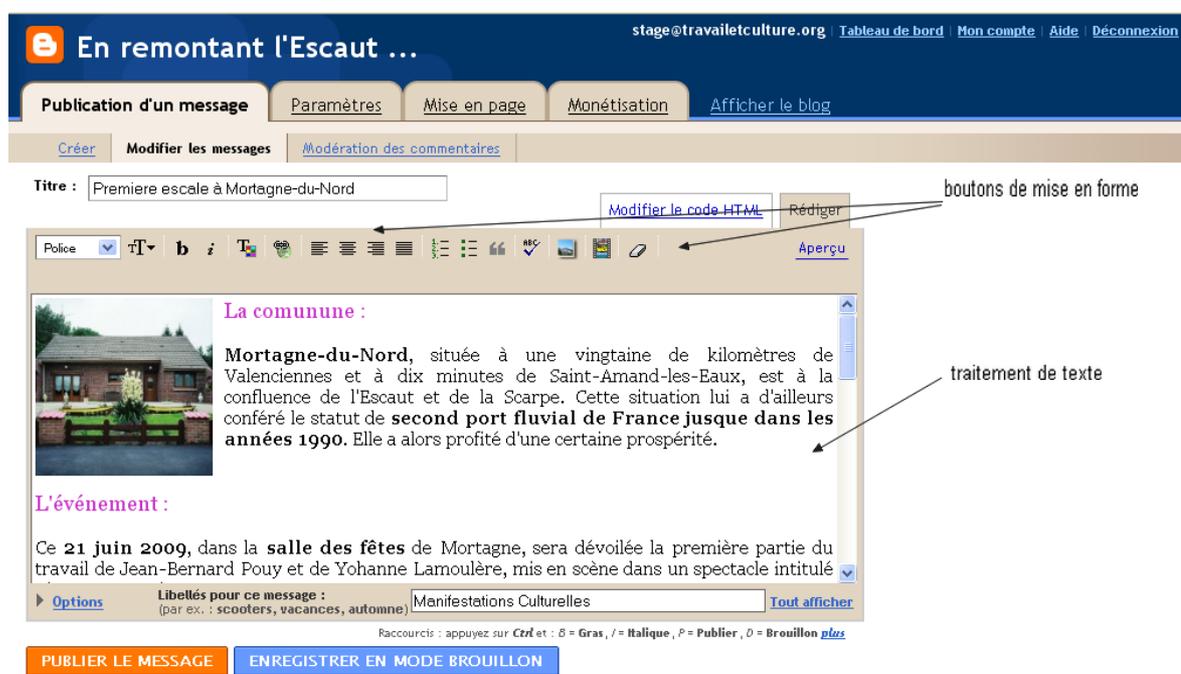


Fig 7 : Capture de l'écran de saisie du blog pour la rédaction d'un billet

Toutes les caractéristiques du blog évoquées ci-dessous sont légendées sur la capture d'écran du blog *En remontant l'Escaut...* présente en figure VI des annexes, page 62.

Le blog, dans sa structure, met en valeur l'actualité. Les billets sont, en effet, classés par ordre anté-chronologique sur la page d'accueil, ce qui signifie qu'ils s'affichent du plus récent au plus ancien, avec mention de la date de la publication. L'intérêt dans le contexte d'annonce événementielle est donc évident. Le blog sera mis à jour avant chaque manifestation culturelle, de ce fait, les premiers billets concerneront toujours les derniers événements passés ou ceux à venir dans un futur proche. Les internautes percevront donc au premier regard toute l'actualité du projet.

De plus, le blog dispose de flux RSS¹⁸. Cette technologie correspond à un fichier en langage XML¹⁹, qui structure une information venant d'être publiée sur un site ou un blog. Ainsi l'utilisateur, qui s'y est abonné gratuitement à l'aide d'un agrégateur, reçoit la liste des nouveaux articles publiés sans avoir à se rendre sur le site ou blog d'origine.

Cela peut être très utile pour prévenir l'internaute des nouveautés concernant le projet sans avoir à le contacter par e-mail mais simplement en mettant le blog à jour.

Les flux RSS représentent donc un gain de temps pour l'équipe qui réalise deux actions de communication en une seule, ainsi que pour le public qui est averti automatiquement des dates et des programmes des actions culturelles, sans même se connecter.

Cependant, cette technologie qui représente une évolution dans la manière d'obtenir des informations sur Internet, reste généralement méconnue du grand public et est de ce fait très peu utilisée. Par ailleurs, le fait de devoir s'inscrire à un lecteur de flux en ligne ou d'en télécharger un, a encore un effet dissuasif pour les internautes.

Ainsi l'impact des flux RSS risque fortement d'être limité sur le blog *En remontant l'Escaut...*, en dépit de leurs apports.

Les messages publiés sur un blog ne restent pas indéfiniment sur la page d'accueil. Après un certain temps d'affichage, ils sont archivés. Mais, ces archives restent présentes sur le blog et sont de ce fait consultables.

Pour le blog de l'association, j'ai défini une périodicité d'un mois. L'archivage mensuel me semblait être une bonne solution afin que le page d'accueil soit toujours orientée sur l'événement du mois en cours ou terminé récemment, même si l'association n'a pas eu le temps de l'enrichir durant plusieurs semaines. Ces archives vont servir de mémoire sur le projet : le public pourra consulter les billets de présentation du projet publiés en mai et ceux concernant les divers événements au fur et à mesure de leur archivage.

De même, en septembre 2010, au moment de la restitution de l'ensemble des travaux artistiques, le public sera sans doute curieux d'étudier les changements opérés en cours d'année et les constantes, de se remémorer les soirées, à travers les photographies et les extraits, ou de découvrir les thématiques abordées.

Ce type de classement présente tout de même des failles dans la mesure où si un internaute veut rechercher un article précis sans en connaître la date de publication, il va perdre beaucoup de temps à explorer les archives.

En parallèle de cette recherche temporelle, l'internaute peut également mener une recherche par thème dans les différentes catégories de la liste thématique. Cette liste a été élaborée à partir des mots-clés

¹⁸ RSS : Really Simple Syndication

¹⁹ XML : eXtensible Markup Language

qui caractérisent le mieux chaque article. Ainsi, les billets traitant du même thème mais publiés à des dates différentes sont réunis. Ce qui favorise la vision d'ensemble du projet et, de ce fait, sa compréhension.

Cependant, il est important que cette liste soit sélective. Il vaut mieux, en effet, ne pas avoir plus de dix catégories pour que le classement soit effectif et que chaque billet n'apparaisse pas en même temps dans toutes les thématiques. L'indexation des billets doit donc se faire de manière restrictive.

Il n'est pas possible avec la plate-forme Blogger, de déterminer plus de trois mots-clés par billet. Ainsi, si le blog du projet, vient à se développer de manière exponentielle, il pourrait être utile d'y insérer un moteur de recherche interne (il n'est pas encore disponible en tant que fonctionnalité sur Blogger, il faut alors créer son propre algorithme). Pour l'instant et selon les indications de l'équipe, le blog ne devrait pas nécessiter cette installation car les billets reprendraient toujours les mêmes catégories.

Par ailleurs, la grande particularité du blog est l'intégration de commentaires. Ce principe donne, en effet, la possibilité aux lecteurs de réagir aux contenus publiés et d'en parler avec l'auteur ou d'autres internautes.

Ces commentaires peuvent être modérés soit a priori, ce qui oblige à définir une liste d'internautes autorisés à participer, soit a posteriori, c'est-à-dire après la publication du commentaire. Il convient d'être vigilant sur ce qui peut être dit sur son blog, pour éviter les spams²⁰ mais aussi pour des raisons juridiques. En cas de publication d'un commentaire faisant l'apologie d'une chose immorale ou choquante, l'association serait considérée comme responsable. Il serait donc bon de les fermer en cas d'absence prolongée.

Un avertissement sera envoyé sur la boîte e-mail de l'association dès qu'un commentaire sera publié sur le blog. Il est, en effet, très conseillé d'y prêter attention pour établir une relation d'échange avec le public. Y répondre le plus rapidement possible montrera au public que son avis est pris en compte, ce qui le valorisera.

Cette interactivité peut être très intéressante dans ce contexte artistique pour avoir un retour spontané sur les manifestations organisées, pour transmettre aux artistes le ressenti des spectateurs et enrichir les événements à venir au regard des remarques faites dans ces commentaires. L'association ne devra donc pas les négliger, afin de ne pas maintenir le public à distance.

Le blog permet aussi d'obtenir un juste milieu entre l'information et l'attractivité. Le blog possède, en effet, un aspect séduisant, qui résulte de la présence de divers médias. Des photographies (des soirées, des habitants et salariés, des paysages), des diaporamas, des extraits de texte seront en effet présents. Cela aura pour effet de capter l'attention des internautes, car le visuel est toujours plus attractif que l'écrit.

²⁰ Spam : courrier électronique indésirable

Pourtant l'écriture des billets est également un élément particulier du blog. Des conseils de rédaction à destination des salariés, qui ont été publiés par l'entreprise Sun sur son blog, en résument bien les caractéristiques essentielles : « Vous n'avez pas besoin d'être un grand voire un bon écrivain pour réussir à bloguer, mais vous devez faire un effort pour être clair, complet et concis ».

Ainsi, nous pouvons constater que ces conseils reprennent en réalité ceux prodigués pour toute communication professionnelle. De manière, à attirer un public et à le garder tout au long de sa lecture, il convient d'adapter son propos à sa cible et au contenu. Ainsi, il est important d'utiliser des mots courants dans des phrases courtes, d'explicitier sa pensée au maximum tout en restant bref et pertinent. Le public qui n'a, en effet, pas beaucoup de temps à consacrer à la lecture, veut réunir le plus d'informations possibles dans les plus brefs délais. La mise en page doit donc aussi être au service de la lisibilité : une présentation claire, sobre et aérée sera d'autant plus efficace.

La rédaction des articles d'un blog fait aussi des emprunts à l'écriture journalistique. Comme dans les articles de journaux, le blog se sert d'intertitres qui viennent dynamiser et orienter la lecture, les articles sont précédés d'un chapeau très succinct présentant la thématique abordée et incitant à lire la suite, les mots importants sont mis en exergue par l'utilisation de la grasse et chaque billet ne porte que sur un thème précis. L'image de la pyramide inversée est aussi utilisée : elle consiste à dire en premier lieu les informations les plus importantes, pour que le lecteur pressé ait tout de même connaissance de l'essentiel, puis, dans la suite de l'article, à développer davantage et à entrer dans les détails.

Le recours à l'image permet aussi à la fois de faire une pause dans la lecture et d'apporter une meilleure compréhension (d'où l'utilisation de cartes pour situer l'Escaut, le canal Seine-Europe, les communes...). Le blog est ainsi rédigé de manière plaisante pour susciter l'intérêt et inciter l'internaute à poursuivre sa lecture.

La fonction du blog *En remontant l'Escaut...* reste toutefois d'apporter des éclaircissements sur ce projet, à la démarche complexe. L'internaute doit pouvoir, en effet, l'utiliser pour s'informer le plus en détails possible et avoir accès à la partie « conception » d'un projet culturel, habituellement invisible. Ce blog ne sera pas un photo-blog de présentation du travail des artistes ni une interface d'annonces des spectacles. L'équipe l'a pensé pour qu'il possède un véritable contenu informationnel. La part accordée à la rédaction sera donc essentielle. Les explications seront diverses et investiront tous les domaines touchés par le projet. La pédagogie ne pourra donc pas en être absente car peu de personnes sont initiées à l'univers du monde fluvial, à ses métiers, à ses transformations, à ses enjeux.

La structure du blog possède donc de nombreuses qualités qui se révèlent tout à fait adaptées et même profitables au projet mené par l'association. L'enjeu était donc de les exploiter correctement et de les optimiser au regard des souhaits de l'équipe et de l'orientation du projet. Les difficultés, les contraintes et les failles liées à « l'objet » blog ont du être prises en compte pour pouvoir les dépasser, au mieux, ou s'y

résoudre. Ce recul était nécessaire pour établir la place que pourrait véritablement jouer le blog dans le plan de communication.

2.3- *Quelle relation peut-il entretenir avec les autres moyens de communication ?*

La mise en place du blog n'avait pas pour but de remplacer les autres moyens de communication existants. Il n'était pas question de réaliser une application complète prenant en charge toute la communication sur le projet, sorte de « killer-application » de la communication. Il serait, en effet, illusoire de penser que le blog est en capacité d'attirer une audience telle que d'en parler en d'autres occasions serait redondant. Tous les outils de communication n'ont pas la même fonction et ne sont pas destinés au même type de public :

Les tracts du projet sont des cartes postales de 15cm x 15cm. Comme vous pouvez le voir ci-après, sur la figure 8.

Sur le recto se trouve une photographie prise par Yohanne Lamoulère. Ce portrait a été choisi pour son esthétisme, mais aussi pour créer une certaine connivence avec les habitants de la commune. C'est une sorte de clin d'œil aux rencontres faites à Mortagne-du-Nord et aux expériences que les artistes, la chargée de mission et les populations ont vécu ensemble. Pour les personnes extérieures au village, cette photographie intrigue car, dans le cadre d'un projet sur la corrélation entre le travail et l'Escaut, une vue du fleuve ou d'un travailleur en action aurait été davantage attendue. Elle permet donc d'éveiller la curiosité et de se démarquer des lieux communs.

Le verso, agencé de manière très moderne, en ayant recours à différents types de police et en insérant le texte en bais, donne une impression de dynamisme. Il délivre un contenu informatif avec une explication très rapide du projet, le programme et le lieu de l'événement, le logo de TEC pour indiquer l'émetteur, le terme « d'invitation » pour montrer la gratuité de la soirée et la mention obligatoire des partenaires.

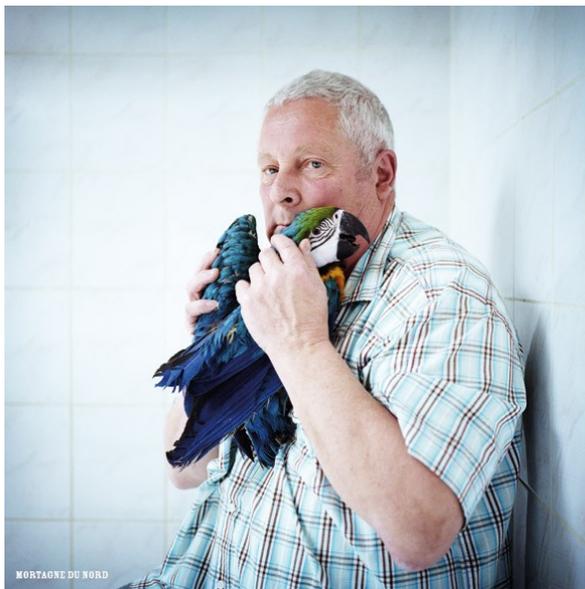


Fig 8 : Flyer réalisé pour communiquer sur la soirée de Mortagne-du-Nord

Ces cartons seront distribués aux habitants de la commune dans leurs boîtes aux lettres, pour renforcer l'idée d'une « invitation privilégiée » et faire connaître l'événement par tous. Il sera aussi envoyé par courrier aux officiels pour qu'ils possèdent un bel objet représentatif du projet, qu'ils pourront conserver par la suite. Le projet, par son intermédiaire laissera donc une trace physique. Les gens se souviendront de l'avoir eu en main et a fortiori de l'organisation de l'événement. Les personnes, sans adresse e-mail, seront donc privilégiées dans ce cas, car elles le recevront, elles aussi, par voie postale. Une version mail sera également envoyée, aux contacts de l'association, pour une diffusion massive. Le but est, en effet, d'avertir le plus de monde possible. Des cartons seront mis à disposition durant la soirée pour que le public, qui avait été contacté par mail reparte tout de même avec cette belle composition palpable sur un papier de qualité et une impression professionnelle.

Ces deux aspects ne pouvaient pas être pris en charge uniquement par le blog. Le flyer sera numérisé pour être présent sur le blog, dans le billet sur cette première soirée à Mortagne-du-Nord. Cependant, toute cette proximité avec le public, née de cette invitation en bonne et due forme reçue à domicile, est perdue. De même, les internautes n'auront qu'une copie semblable mais de moins bonne qualité, à moins qu'ils ne se rendent sur les lieux, ce qui est tout de même l'objectif. L'organisation de la distribution dans la commune favorise les interactions avec les habitants et renforce les liens. Le blog, reste, il va sans dire, dans une distance physique mais aussi affective. L'intimité est donc également nécessairement moins présente. De plus, le blog ne peut pas servir à joindre 3.000 personnes, comme le fait une liste de diffusion, tout particulièrement à son lancement. Le public doit, en effet, faire la démarche de se connecter sur le blog.

Le blog n'a donc pas la même mission de distribution virtuelle massive ou de prétexte pour engager une discussion avec la population. Son rôle est donc davantage centré sur l'information d'un public désireux

d'en apprendre plus sur le projet. Mais il permet en parallèle de mettre en valeur les événements et donc de les faire connaître.

Une affiche de format A3 sera également créée par l'association. Ce sera une reproduction agrandie du flyer édité dans chaque commune. Elle sera collée dans les différents lieux de passage et de rencontres de la ville (mairie, école, associations, centre social et salle des fêtes) pour donner une visibilité à l'événement. Elle permet « d'accrocher l'œil » du passant et de retenir son attention quelques instants le temps de prendre connaissance du contenu et de retenir les informations utiles à savoir : le thème, la date, le lieu, la gratuité.

Le blog est perçu comme une vitrine du projet sur Internet, visible par tous quelque soit leur lieu d'habitation. Cet espace de rayonnement à grande échelle n'est sans doute pas suffisant pour attirer la population locale. En effet, comme le journalisme, l'événementiel raisonne en terme de règle du « kilomètre mort ». Cela désigne, en fait, l'intérêt des individus pour une actualité qui se passe non loin de chez eux. Cet intérêt va en s'amoindrissant avec l'éloignement géographique. De la même manière, une personne qui voit dans sa commune une affiche, reçoit un carton chez elle et en entend parler dans la rue sera susceptible de s'intéresser au projet.

Par ailleurs, seuls de grands événements réunissant des personnalités connues peuvent prendre le risque de diffuser leur communication dans un cercle volontairement restreint. Loïc Le Meur, en avril 2005, avait réussi à réunir plus de 250 participants de vingt-cinq nationalités à un colloque international sur la blogosphère au Sénat, à Paris, en ne diffusant l'information que sur son blog. Par le même procédé, il a rassemblé 1.300 personnes, à une conférence nommée le *Web3*, en décembre 2006, à Versailles. Cependant, le blog du projet n'est pas encore assez populaire et n'aura certainement pas cette ampleur, pour que l'association puisse se permettre de négliger l'annonce de proximité.

La lettre d'information sert, comme nous l'avons vu, à compléter l'information sans en altérer la présentation et le rôle. Elle a été mise en place pour pallier au risque de non-consultation du blog par tous. Les personnes ne souhaitant pas se rendre sur blog, ont tout de même le droit, d'être tenus aux faits des avancées du projet. Elle se présente comme un rendez-vous régulier avec le public, pour les avertir des prochains événements et de leur contenu (détaillé), des dates de résidence d'artistes, des explications sur le choix des communes... Elle établit alors une synthèse de ce qu'il faut retenir.

Le blog est donc un outil complémentaire : il reprend les autres moyens de communication, qui y seront disponibles, mais ne les remplace pas en raison de la diversité de leur fonction. Il a été conçu pour être une base complète, très claire et parfaitement à jour sur le projet. Il permet de maintenir un contact entre deux événements, d'établir une continuité. Les internautes pourront s'en servir comme fil rouge sur le projet.

Ils y obtiendront également des informations inédites sur les soirées passées et à venir, des explications fournies par l'équipe, qui ne sont présentes nulle part ailleurs, des extraits de compositions artistiques...

De même, l'interaction proposée par les commentaires permet au public de s'approprier l'événement et de ne plus être dans la simple position attentiste du spectateur convié à une manifestation. Les débats proposés à partir du mois de janvier, trouveront un avant-goût sur le blog. La réception du message est donc placée au premier plan, dans la mesure où le blog est un moyen de transmission qui a besoin, pour vivre, d'être validé et reconnu utile par le public.

De plus, l'introduction d'un nouveau moyen de communication peut en théorie changer considérablement le regard du public vis-à-vis d'un projet. Le blog a de ce fait plusieurs missions, en plus de l'annonce événementielle : élargir l'audience au-delà du public habituel ou ciblé par l'association, de les fidéliser au projet et d'apporter une information nouvelle par rapport au flyer, à l'affiche et la lettre d'information.

Ainsi, nous pouvons voir que le blog, comme outil de communication avait bien une place à jouer dans la politique de communication sur le projet *En remontant l'Escaut...* Ce rôle se révèle même extrêmement riche grâce à ses caractéristiques inhérentes et aux adaptations faites pour le rendre plus performant dans ce contexte précis. La question de l'avenir du blog reste tout de même incertaine. Il faut, en effet, lui consacrer un minimum de temps et d'attention, pour qu'il remplisse toutes ses missions. Sur du long terme, il restera sans doute, une interface originale présentant un des projets menés par l'association à une certaine époque.

III. Le double langage du blog :

Depuis deux ou trois ans, l'intérêt porté aux blogs est croissant. Le nombre de monographies, d'articles de périodiques, de conférences, de sites et de blogs consacrés à ce phénomène ne cesse d'augmenter. Ces documents abordent aussi bien les domaines pratiques comme les notions de base à connaître, le fonctionnement et la mise en place, qu'une réflexion théorique sur l'intégration des blogs dans la société et l'intérêt d'en posséder un.

1- *Le concept porté aux nues par les grands noms de la blogosphère :*

Les auteurs d'ouvrages portant sur l'univers des blogs sont en général eux-mêmes blogueurs. L'exemple le plus probant est celui de Loïc Le Meur qui a ouvert sa propre plate-forme d'hébergement Six Apart, qui accueille plus de quinze millions de blogs dans le monde. Ainsi cette imprégnation totale dans la blogosphère leur permet d'être totalement aux faits de la réalité et d'être, la plupart du temps, de bon conseil.

Cependant, une telle implication trouve aussi ses limites dans le manque de recul critique vis-à-vis de cette technologie. En effet, l'idée majoritairement véhiculée, dans ces types de documents, consiste à dire que le blog est un outil incontournable dont il est aberrant de se passer au quotidien.

Pourtant après plusieurs semaines d'exploration du monde des blogs à la fois côté coulisses, pour la conception de celui du projet *En remontant l'Escaut...*, et côté scène, pour la consultation, il m'est apparu que certains arguments avancés méritaient d'être nuancés.

1.1- *Une simplicité de création revendiquée*

L'une des caractéristiques des blogs mise valeur est la simplicité de création. Cette réputation provient de phrases telles que « il faut quelques minutes pour le créer, quelques minutes par jour pour l'alimenter » ou « ouvrir un blog ne prend que quelques minutes et tout le monde peut facilement s'y essayer ». La rapidité et l'absence de difficulté sont des arguments rassurants pour l'apprenti blogueur qui redoute de se lancer dans un projet complexe, technique, chronophage dont il ne verra pas l'aboutissement.

Ces deux concepts nous ont aussi fortement attiré, l'association et moi-même, en faveur de la création d'un blog. Il s'est révélé bien entendu que l'aspect technique était beaucoup moins présent que dans la conception d'un site web, cependant les citations « quelques minutes » et « tout le monde » sont sans doute à modérer :

En effet, dès que le concepteur veut s'éloigner du modèle fourni par Blogger, ou par n'importe quelle plate-forme, la mise en place du blog gagne en complexité et requiert davantage de temps. Ainsi, par exemple, pour insérer la bannière conforme à l'identité visuelle du projet (présente en figure 6 page 28, il fallait vraiment connaître le fonctionnement des balises du code source (savoir au minimum que les balises fonctionnent par deux : une balise ouvrante et une fermante, que le signe « # » ne peut être employé que pour un élément unique et pour toute répétition, il faut lui préférer le signe « . »).

Le modèle en CCS régit, par exemple pour la bannière, sa longueur, sa largeur, la couleur et l'image d'arrière plan. Il convenait donc de décoder ces données préenregistrées et de les adapter à ce que nous voulions. L'encadrement par la plate-forme peut, dans ce cas précis, représenter un obstacle voire un handicap. En effet, les noms des champs de balise pour le style CSS (que vous pouvez remarquer sur la capture d'écran placée en figure 9 ci-dessous) ne sont pas fixes. De ce fait, chaque concepteur les remplit selon ses convenances, l'important étant juste de réutiliser les mêmes noms pour les différentes pages en HTML. Il a donc fallu un temps d'adaptation pour comprendre quels éléments étaient régis par les appellations « header », « header-wrapper » et « header h1 » entre autres. La plate-forme aurait pu les expliciter à l'aide de commentaires mais ce n'était pas le cas ici. Il faut donc avoir un minimum de connaissances en langage informatique et en pratique pour oser faire des changements, en procédant à tâtons, et pour rattraper ses erreurs ensuite.

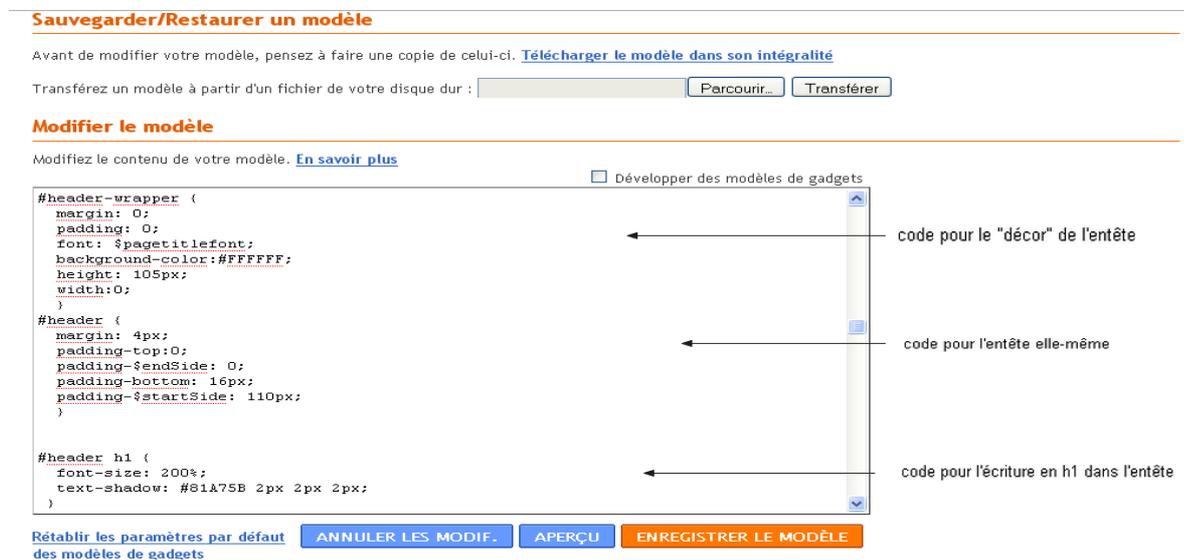


Fig 9 : Capture d'écran de la feuille de style CSS du blog

Par ailleurs, insérer une nouvelle bannière oblige à avoir recours à des logiciels de retouche photographique ou de dessin du type de Paint, Photoshop et PhotoFiltre. L'image doit, en effet, être redimensionnée et ses couleurs doivent parfois être modifiées, en particulier dans le cas d'un arrière-plan coloré.

La personnalisation trouve également ses limites sur ce type de plate-forme. Le choix des polices et des couleurs est, en effet, restreint et les codes importés du web ne sont parfois pas reconnus.

Ainsi commencer un blog original n'est pas ni très rapide ni très simple, contrairement à ce que disent les auteurs. D'ailleurs, aux vues du nombre de blogs, de forums de discussion et de commentaires destinés à l'entraide entre blogueurs, la simplicité apparente et l'absence de nécessité de posséder un petit bagage informatique sont mises à mal.

De même, l'alimentation ne peut se limiter à « quelques minutes » si le blogueur veut fournir un contenu de qualité. Comme nous l'avons vu, la rédaction des billets réclame tout de même une certaine attention et répondre aux commentaires peut aussi nécessiter de passer du temps sur son blog.

Ainsi même si cette habitude de définir le blog en termes de simplicité et de rapidité n'est pas fausse, nous pouvons tout de même la considérer comme surévaluée par rapport à la réalité.

1.2- *Un outil d'expression personnelle*

Un second point, souvent abordé en matière de blogging, porte sur la place accordée à l'individu. Cyril Fievet, auteur de *Blog Story*, l'ouvrage de référence en français sur le sujet, dit même qu'il faut « voir dans le blogging l'aboutissement de la civilisation de la personne ». Certains auteurs qualifient d'ailleurs le blog de « place de la démocratie ».

Le blog offre, en effet, un nouvel espace de parole pour les membres de la société. Sa démarche est assez ambitieuse car elle véhicule l'idée que Monsieur Tout le Monde est intéressant et que son point de vue est assez important pour être connu de tous. Chacun a alors la possibilité de s'exprimer lui-même sur un sujet qui le concerne, que ce soit ses loisirs, sa profession, sa vie quotidienne, ses convictions politiques, religieuses ou idéologiques. Ainsi, il n'est plus question de se faire représenter par un organisme ou un groupe mais de faire connaître soi-même ses idées. Le principe est donc valorisant pour l'internaute qui voit son individualité et sa culture reconnues par tous.

Certains blogueurs font même figure d'exemple bien qu'ils ne soient pas dans la réalité dans une position sociale dominante. Nous pouvons alors citer le blog d'une caissière de grande surface, disponible à cette adresse : <http://caissierenofutur.over-blog.com/> . Son blog intéresse à la fois d'autres caissières mais également de nombreuses personnes voulant avoir un point de vue original et véridique sur cette profession.

Le blog est donc un outil de communication qui favorise la liberté d'expression, bien que tout ne puisse pas être dit sur un blog par respect de la loi (l'interdiction de la diffamation, de l'injure, de l'apologie immorale a déjà été citée précédemment).

Cependant, cette liberté de parole, donnée aux anonymes, conduit aussi à la méfiance. En effet, une personne peut s'exprimer sans avoir à fournir de preuves de sa compétence dans le domaine. Il arrive donc

que certaines informations soient avancées sur un blog sans être ni vérifiées ni véridiques. Ce qui pose d'importants problèmes de pertinence. Il faut donc être réellement vigilant avant de suivre les conseils de blogueurs qui se disent « experts » juridiques, informatiques ou du domaine de la santé.

Ce problème n'est pas spécifique aux blogs mais concerne tous les outils de diffusion sur Internet. Le blog n'est en effet pas le seul moyen d'expression libre sur la toile. Le web 2.0 favorise la collaboration et l'émergence des communautés de discussion.

Le wiki est un exemple de cette écriture collaborative. C'est un site web dynamique où chaque utilisateur peut jouer un rôle actif dans l'élaboration du contenu. Ainsi, après identification et validation, l'article écrit par l'internaute est mis à disposition de tous. Ce système permet de mener des projets collectifs (au sein d'une entreprise par exemple), d'encourager les contributions et de fournir des ressources. C'est donc un projet évolutif et fédérateur car il nécessite la cohésion d'une communauté autour d'une connaissance à transmettre.

Le forum de discussion est aussi un espace web dynamique, qui prend la forme d'un site web à part entière ou de l'un de ses composants. Il permet aux internautes de communiquer autour de différents sujets de discussion. Ainsi, à partir d'une question posée ou d'un thème choisi, des échanges naissent pour y répondre. Ces espaces de rencontres et d'échanges sont, en général, thématiques mais peuvent aussi bien concerner la vie privée que professionnelle. Toute personne peut donc prendre part à ces interactions pour y apporter son vécu et son point de vue.

Le dernier exemple que nous pouvons citer concerne les réseaux sociaux qui permettent la création de communautés autour de relations d'affaires, d'événements, de causes, d'intérêts culturels ou de parcours personnels. La plupart des réseaux sociaux disponibles sur Internet est publique, ce qui permet à toute personne intéressée de s'y joindre. Ainsi des personnes entrent en contact sans se connaître pour communiquer autour de leurs points communs.

Ces quelques exemples, auxquels pourraient aussi s'ajouter les pages personnelles, la messagerie instantanée ou chat, participent à l'ouverture de la parole à tous. Ainsi, comme nous venons de le voir, les initiatives pour favoriser le dialogue entre internautes ne manquent pas. Les blogs ne constituent alors pas le seul moyen d'expression de l'individu sur Internet, mais ils s'insèrent dans cette évolution de la société.

1.3- *Un lieu de débats et d'échanges*

La dernière caractéristique évoquée par les auteurs concerne l'interactivité proposée par les commentaires. À ce propos, Cyril Fievet dit « c'est sur les blogs que tout se passe, ou presque. On s'y informe, on y publie, on y discute, on y bâtit des réflexions pouvant donner lieu à des actions concertées, on y

tisse de nouvelles relations sociales ». Stéphane Brossard énonce également « les médias traditionnels diffusent des messages, les blogs démarrent des conversations ».

Les blogs doivent leur popularité, pour beaucoup, à leur capacité d'échanges via les commentaires. Les internautes peuvent, en effet, répondre à une question posée par l'auteur de manière quasi instantanée ou réagir spontanément au contenu de son billet. Cela permet alors de recueillir des avis et des impressions. Les internautes commentent non seulement le message publié mais également les autres commentaires. Ainsi un échange semble s'installer entre les personnes consultant le même blog.

Cet échange peut prendre différentes formes selon la thématique du blog. En effet, les commentaires peuvent relever de l'entraide en formulant des conseils ou en donnant des explications pour tout ce qui concerne la vie quotidienne (cuisine, éducation des enfants, informatique...). Dans ce type de blog se crée une véritable communauté de blogueurs, qui au fil de ses discussions parvient à se connaître. Les réponses sont alors personnalisées et marquées par une certaine intimité.

Une répartie peut également s'instaurer entre les internautes qui participent à la même discussion. Ils se posent alors des questions entre eux et y répondent presque indépendamment du message initial. Le thème de base est parfois dépassé comme dans un véritable débat où les participants prennent des libertés par rapport au cadre de l'échange. Cela arrive parfois dans les blogs de syndicats ou de partis politiques, dans lesquels la thématique abordée dans l'article sert de fil conducteur aux premiers commentaires mais est rapidement mise de côté au profit d'une interrogation plus large et plus complète. Ainsi des débats peuvent s'instaurer à l'intérieur des commentaires.

Un véritable argumentaire structuré et comportant des renvois vers d'autres sources est parfois construit par les blogueurs. Ces commentaires sont alors relativement longs car ils sont basés sur des recherches documentées ou des savoirs possédés par les internautes. Ainsi ce type d'échanges peut être très intéressant pour toute personne cherchant à se renseigner sur un sujet d'actualité faisant polémique, par exemple. Cependant ce genre de commentaire ne permet pas une grande interactivité. Les internautes ne se répondent, en effet, pas vraiment les uns aux autres. Ils livrent leur position de manière détaillée et pertinente mais l'aspect « débat » est un peu perdu.

Nous retrouvons alors totalement cette conception du blog, présentée par les divers auteurs, comme un lieu d'échanges et de dialogues. Celle-ci a aussi séduite l'association qui espère établir un suivi des événements et recueillir les impressions des spectateurs via les commentaires.

Les écrivains perçoivent l'espace consacré aux commentaires comme une agora antique virtuelle et idéalisée. Ainsi tout le monde (à la différence de l'Antiquité) pourrait y exercer à distance sa citoyenneté en

traitant de l'ensemble des composantes de la vie sociale et politique. Le blog serait alors un espace de socialisation à part entière pour se rencontrer, échanger, débattre et participer à la construction de la société.

Cependant il apparaît aussi que cette part accordée au dialogue peut être considérablement diminuée. En effet, beaucoup de commentaires se limitent à l'expression d'un jugement mélioratif ou péjoratif sans argumentation. La réaction spontanée mise à part, le blogueur et les lecteurs ne retirent que peu d'enseignements de ce genre de participation. De la même manière, le dialogue peut vite tourner au pugilat dans le cadre de débat politique ou d'actualité. Les échanges d'insultes et de dénigrements sont dans ce cas assez fréquents.

Par ailleurs, il est important que le blogueur pense à supprimer les commentaires peu importants car il est décourageant pour un lecteur de voir apparaître une centaine de participations à la suite de la publication d'un billet. Cela montre que le sujet de l'article était propice aux réactions, mais le lecteur ne les consultera pas tous et risque fort de ne pas y prendre part.

C'est donc au blogueur de mettre en place ce lieu de communication interne en choisissant des sujets porteurs, en cadrant les débats et en y participant lui aussi. Les lecteurs apprécient, en effet, de connaître la position du blogueur, en particulier lorsqu'il s'agit d'une personnalité influente : homme politique, journaliste ou célébrité.

Nous voyons donc que les auteurs à succès de la blogosphère cernent tout à fait nettement les caractéristiques intéressantes, qui apportent une valeur supplémentaire à l'objet blog. Cependant, il semble également que ceux-ci les majorent de manière à attirer un nombre de futurs blogueurs plus important. Ils participent donc à l'accroissement de la blogosphère.

Leur regard critique est mis à mal car ces auteurs sont enthousiasmés par cette technologie, dont ils n'énoncent pratiquement aucune critique. Ainsi, les seules limites évoquées sont de nature technique. Les mises en garde sont peu importantes et Loïc Le Meur dit même que la difficulté pour un blogueur à trouver un sujet digne d'intéresser le grand public, n'est pas un véritable obstacle. Or, cela pourrait au contraire sembler être la condition sine qua non à l'ouverture d'un blog. Les incitations à bloguer, que ce soit dans la vie privée ou professionnelle, sont donc claires : « Il ne vous reste plus qu'à essayer à votre tour et à rejoindre les trente millions de blogueurs déjà présents », « il y a de la place pour tous ».

Ainsi la qualité est parfois négligée dans cette situation de surenchère qui fait émerger certaines exploitations des blogs éloignées des préceptes initiaux.

La reprise du concept à des fins moins altruistes :

Le blog s'est développé dans tous les domaines professionnels, comme nous l'avons vu précédemment. Ainsi chaque corps de métier, quasiment sans exception, se voit représenter plus ou moins directement dans la blogosphère.

2.1-L'intégration du blog dans le monde de l'entreprise :

Le monde de l'entreprise ne fait pas exception : les chefs d'entreprise, les salariés, les experts, les syndicats, etc., tous créent aussi leur propre blog.

Les blogs internes à l'entreprise sont une catégorie particulière car ils sont utilisés comme outils de collaboration et de partage dans le cadre de la gestion des connaissances. La fonction des blogs externes est en revanche tout autre. Patrice Cassard, fondateur du site Lafraise.com (vente de t-shirts en ligne) publie désormais son « blog du patron ». Il y décrit son parcours professionnel, parle de l'actualité, tient dialogue avec ses clients, teste avec eux des idées de produits et les fait participer à leur élaboration, en votant, par exemple pour un motif de t-shirt.

Ces blogs de patrons prolongent donc l'activité commerciale de la structure, en favorisant une plus grande proximité entre le chef d'entreprise et ses clients. Patrice Cassard dit d'ailleurs clairement que son blog a pour mission de casser l'image habituelle de l'employeur cupide, pour que « ceux qui me lisent ne m'imaginent pas en Robocop du commerce en ligne ». Ainsi la fonction de leur blog reste tout de même commerciale bien que le chef d'entreprise s'y exprime surtout sur son activité (lorsqu'il le fait lui-même et ne délègue pas cette tâche).

Les blogs créés par des salariés parlent en général de leur entreprise, de leur travail, de leurs projets en cours et à venir. Cependant, ces blogueurs sont tenus de n'y dévoiler aucun secret professionnel, de ne pas dénigrer l'entreprise ni détériorer son image. Ces directives semblent ne pas être extrêmement restrictives pour l'employé-blogueur. Pourtant la surveillance exercée par l'organisation se montre parfois beaucoup plus contraignante. En effet, si les jugements critiques sont théoriquement admis, leurs auteurs peuvent, en revanche, très vite être attaqués pour diffamation.

De même, en cas de publication d'une photographie d'un salarié en uniforme, celui-ci doit ne pas avoir d'attitude ridicule ou dévalorisante, en vertu de son obligation de loyauté. C'est ce qui a conduit au licenciement en 2004 d'Ellen Simonetti alias « Queen of Sky », une hôtesse de l'air de la compagnie Delta Air Lines. Celle-ci avait, en effet, publié sur son blog une photographie d'elle-même prise dans un avion et dans une posture suggestive, (mise en figure 10). Même si cette pose ne témoigne pas d'irrespect pour l'entreprise,

cette dernière l'a tout de même mise à pied sans préavis pour « publication sur le web d'images inappropriées ».



Fig 10 : Capture d'écran du blog de l'hôtesse de l'air licenciée

De manière à indiquer formellement les interdits, les sanctions, les règles et les responsabilités de chacun, de nombreuses entreprises rédigent des « chartes des blogs en entreprise ». Ces documents servent à organiser la communication sur l'entreprise. Ce qui est rassurant à la fois pour le salarié, qui possède un cadre clair, et pour la structure.

Cependant, certaines chartes font plus que d'énoncer simplement les droits des salariés-blogueurs, elles régissent parfois totalement l'écriture. C'est le cas du géant américain IBM, qui a établi une charte dans laquelle il est nettement dit que « les blogs hébergés sur un domaine IBM doivent apporter une valeur au business IBM ». Ainsi, la marque a créé sa propre plate-forme de blogs de salariés, qui n'a pour unique but que d'améliorer les ventes de ses produits et services, en diminuant ses coûts de marketing et de communication. La marge de manœuvre des salariés est donc considérablement réduite.

Cyril Klein, le directeur associé de Scanblog résume bien l'ambiguïté de ce type de blogs : « le blog est un formidable porte-voix. On peut y critiquer un produit, une marque, une personnalité publique. Rares sont ceux qui, en revanche, osent s'attaquer à leur employeur ». La liberté de ton et de parole, mises en avant par les auteurs sur le sujet, trouvent donc leurs limites dans la sphère professionnelle. Si, la majeure partie des entreprises, ne dicte pas la conduite à tenir en dehors de son enceinte, nous pouvons cependant constater que la contre-publicité n'est pas autorisée.

2.2-L'utilisation des blogs dans un but commercial :

Les marques exploitent également ce nouveau mode de communication pour se rapprocher de leur cible de manière plus ou moins voilée. Nous pouvons citer deux exemples de blogs de marque qui ont officié dans l'ombre de pseudo-consommateur blogueur :

Les laboratoires Vichy ont lancé leur blog « le journal de ma peau » le 27 avril 2005. Ce blog était présenté comme étant le carnet de bord de Claire, une consommatrice, racontant l'expérience du produit Peel Micro Abrasion durant les vingt et un jours de traitement. Cette mascarade a rapidement été déjouée par les véritables blogueurs qui se sont offusqués d'avoir été abusés. La marque s'est donc excusée dès le 21 mai et a ouvert cette fois un véritable blog officiel sur le produit.

Ce contre-exemple a montré aux marques l'importance d'agir à découvert dans la blogosphère. Ainsi, récemment, Neutrogena a fait appel à sept volontaires pour s'exprimer sur le nouveau produit Neutrogena Wave (nettoyant visage vibrant pour les peaux "à problème"). Comme vous le voyez dans sur la capture d'écran en figure 11, ci-après. Si la forme est assez plaisante (les jeunes femmes font, en effet, des efforts d'écriture pour être intéressantes et drôles), en revanche, le contenu reste inconsistant. Les articles sont en réalité des encarts publicitaires du produit sans aucun regard critique. En voici quelques exemples :

- « Heureusement, chez Neutrogena ils ont eu l'idée de lui mettre une couleur flashie sur le dos. Ici du rose. J'aime le rose, mais avec parcimonie. Trop de rose tue le rose. Ainsi, on trouve peu d'objets roses dans la salle de bain. Ce qui aide beaucoup dans ma recherche du trésor perdu. » Lucile
- « Comme vous le savez je viens de déménager, et bien sûr, c'est un peu le bazar chez moi, d'autant que quand on emménage, on a toujours l'impression d'avoir trop d'affaires et que rien ne va rentrer, surtout dans la salle de bain, là c'est l'horreur, trop de cosmétiques, pas assez de place, au moins si on compte avec le maquillage... argghhhh (le dilemme de la beauty et fashion addict dans 25 m² vous connaissez ?) ... oui mais voilà, j'ai résolu un grand souci de place avec mon Neutrogena Wave, il est petit et à lui seul il remplace au moins 4 produits, je vous raconte pas le gain de place, et c'est pareil dans la trousse de toilette quand je vais partir en vacances ! Qu'est ce que je l'adore ce petit bidule rose... et vous ? » Aurélie
- « Ce qui a surtout changé pour moi, c'est que maintenant je pense beaucoup plus souvent à bien me nettoyer le visage parce que j'ai un instrument rigolo pour le faire. Et oui, le pain de savon est parfait, mais beaucoup moins fun. Idem pour le gel nettoyant moussant. Pour l'instant, pas un seul jour où je n'ai pas utilisé mon Neutrogena Wave, c'est donc bon signe pour ma peau qui est un peu plus entretenue que d'habitude. » Camille

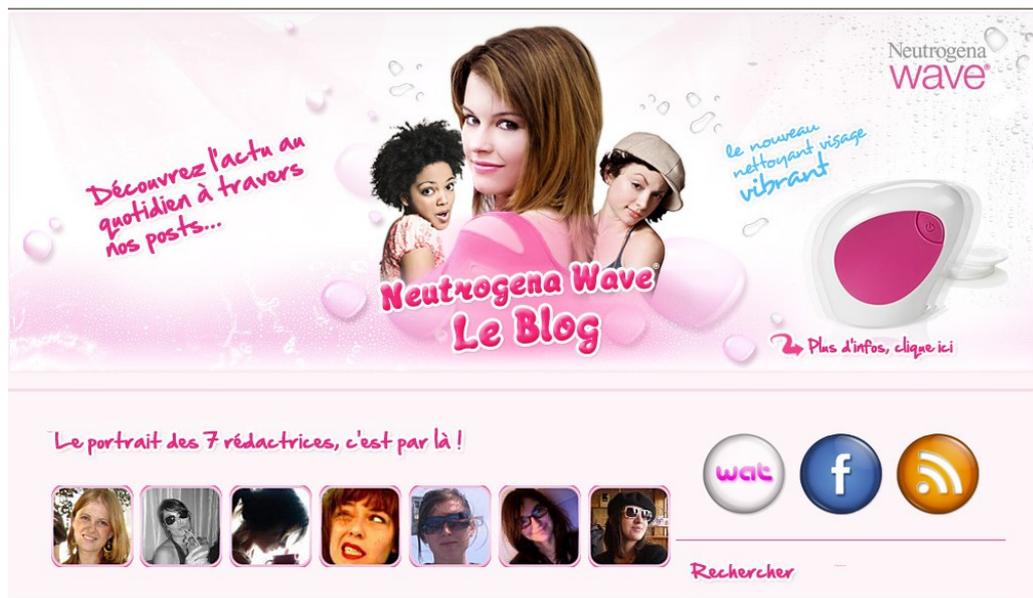


Fig 11 : Capture d'écran du blog de Neutrogena Wave, tenu par sept rédactrices volontaires

Certaines marques ont noué des partenariats avec des plates-formes d'hébergement. C'est le cas, entre autres, d'Air France qui possède désormais un Skyblog officiel. Bien que le logo apparaisse très clairement sur la partie gauche, le blog prend la forme d'un roman-photo tenu par une jeune adolescente rêvant de devenir hôtesse de l'air. Elle y publie des photographies des avions et de ses voyages avec la compagnie d'aviation. (Voir figure 12, ci-dessous).

Il existe une dizaine de Skyblogs officiels de ce type (SNCF, Adidas, Sprite, I Pod...). Il s'agit, bien entendu, d'un concept publicitaire afin de promouvoir les produits et les services des marques auprès du jeune public. Cependant, le plus étonnant reste que certains commentaires laissent à penser qu'une partie du public ne détecte pas la finalité de ces weblogs.



Fig 12 : Capture d'écran du blog officiel d'Air France sur Skyblog

Ces blogs commerciaux nuancent donc le principe initial du blog comme publication personnalisée et authentique créée par un individu afin d'exprimer son point de vue et ses expériences quotidiennes.

De même, certains blogueurs décident de monétiser leur blog, en espérant sans doute devenir le nouveau Darren Rowse. Cet australien a pris la décision en 2002 de vivre du blogging et gagne désormais plus de 100.000 dollars par an. Pour retirer des revenus supplémentaires, les blogueurs souscrivent au service Google AdSense qui inclut des publicités adaptées au thème du blog. Ainsi, dès qu'un internaute clique sur la publicité, le blogueur perçoit quelques centimes d'euros. Le choix de l'affiliation à une marque se fait aussi parfois. Les blogueurs insèrent des liens commerciaux vers certains produits choisis, dont ils ont ensuite l'obligation de parler sur leur blog. Ils reçoivent alors quelques euros sur chaque vente.

Ces sommes, bien maigres, ne constituent pas de réels revenus mais obligent les blogueurs à perdre de leur neutralité et de leur droit de critique. Nous pouvons donc constater que face au succès des blogs, les marques cherchent aussi à y trouver une place. Se développe alors un marketing plus ou moins discret.

Ainsi, le blog se révèle être un outil très intéressant et performant pour la publication de contenus sur Internet. Il permet à de non-informaticiens de posséder une interface relativement simple d'accès pour se faire connaître à travers leurs paroles. Un de ses grands avantages est aussi d'établir une médiation entre les concepteurs et les utilisateurs finaux, qui peuvent s'y rencontrer dans les commentaires. Cependant, il convient de conserver un point de vue critique sur cette technologie, souvent présentée comme « la révolution du web 2.0 », qui présente elle aussi des failles et dont les exploitations ne servent pas toujours l'individu.

Conclusion :

Ainsi, comme nous l'avons vu, le plan de communication élaboré devait être composé de divers supports pour répondre aux caractéristiques du projet *En remontant l'Escaut...*, à savoir : le fait qu'il comprenne dix dates de représentations dans des lieux toujours différents et sur une thématique nouvelle à chaque fois, puisqu'adaptée aux situations de travail de la commune d'accueil.

Étant donné la mission d'éducation populaire de l'association, l'équipe voulait donner au public toutes les clés pour comprendre et s'approprier le projet. Le blog est un outil de publication de contenus en ligne relativement simple d'utilisation et d'accès. Il permet de mettre à disposition des spectateurs des documents diversifiés pour aborder le projet dans sa globalité et de faire participer ces internautes via le système de commentaires. <http://enremontantlescaut.travailetculture.org> permet aussi d'annoncer les événements à venir et de communiquer sur leur tenue.

Le blog avait donc bien un rôle à jouer dans ce plan de communication aux côtés des autres moyens de communication utilisés, comme outil pour approfondir la connaissance du projet, pour communiquer à grande échelle et pour assurer la continuité tout au long de la phase de présentation des travaux.

Un tel blog est une initiative encore peu répandue mais qui s'est révélée dans ce cas précis tout à fait intéressante.

Bibliographie et Webographie :

Présentation de l'association :

- MIQUEL, Hélène. *Rapport de stage*, 2008. Master 2 Développement culturel territorial. IUP Métiers des Arts et de la Culture
- NAUDÉ, Nicolas. *Séminaire de travail*, juillet 2008. Roubaix : Archives Nationales du Monde du Travail.

Sources sur les blogs :

- BARUCH, Thierry. *Blog professionnel : un outil d'échange et de communication*. St Herblain : Ed. Eni, 2006. ISBN : 2-7460-3403-4
- ERTZSCHEID, Olivier. *Créer, trouver et exploiter les blogs*. Paris : ADBS éditions, 2008. ISBN : 978-2-84365-102-1
- LE MEUR, Loïc, BEAUVAIS, Laurence. *Blogs et Podcasts*. Paris : Dunod, 2007. ISBN 978-2-10-050059-8
- NONNENMACHER, François. *Blogueur d'entreprise*. Paris : Editions d'Organisation, 2006. ISBN : 2-7081-3329-2

Sources sur les autres moyens de communication :

- BROSSARD Stéphane. *Promote. 25 leviers pour développer l'audience utile de votre site web*. Paris : Lulu Press 2007. ISBN 1847531644
- CAUNE, Jean. *Culture et Communication : Convergences théoriques et lieux de médiation*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2006. ISBN : 2-7061-1282-4
- COUDERT, Galliane, DELCOURT, Nicolas. *Comment faire un journal, une newsletter*. Héricy : Éd. du Puits fleuri, 2004. ISBN : 2-86739-242-X
- MIÈGE Bernard. *La pensée communicationnelle*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2004. ISBN : 2-7061-1248-4
- SALLINIEN David. *Les clés pour publier en ligne : presse, blogs, wikis, RSS, tags*. Paris : Victoires Éditions, 2007. ISBN : 2-35113-018-9

Sites consultés :

- *Je blogue tranquille*, 10 février 2006. In Forum des droits sur l'Internet. <http://www.foruminternet.org/particuliers/guides/guide-pratique-je-blogue-tranquille.html> (consulté le 02 mai 2009).
- MÉLI, Benoît. *Blog, communication sans filet*, Février 2008. In Journal du net. En ligne. <http://www.journaldunet.com/dossiers/blogs/index.shtml> (consulté le 16 mai 2009).

Lexique :

- **Agréger** : Lire un ou plusieurs flux de syndication provenant de sources différentes.
- **Balises** : Marques qui délimitent les constituants d'un document.
- **Blog** : Site web personnel composé de billets, publiés jour après jour, qui apparaissent selon un ordre anté-chronologique et offrent la possibilité d'être commentés.
- **Blogosphère** : L'ensemble des blogs existant dans le monde entier. Il est très difficile d'en déterminer la taille exacte car un blog se crée environ toutes les cinq à dix secondes tandis qu'un grand nombre meure aussi chaque jour.
- **Blogueur** : Internaute qui a créé et alimente son blog.
- **Chat** : Service qui permet d'échanger des messages électroniques instantanément.
- **Commentaire** : Réaction d'un internaute à la suite de la lecture d'un message. Cette note s'affiche généralement en dessous du billet concerné, mais elle peut aussi être mise en fenêtre pop-up ou en pleine page.
- **Extranet** : Réseau Internet privé accessible aux clients, aux partenaires et aux fournisseurs d'une organisation.
- **Feuille de style** : Fichier qui regroupe les caractéristiques de mise en forme associées à des groupes d'éléments. Il détermine le modèle physique du document. On parle souvent de feuille de style Word pour les documents textuels et de feuille de style CSS pour la mise en forme globale des différentes pages d'un site web.
- **Flyer** : Tract au format papier utilisé pour promouvoir un événement.
- **Forum de discussion** : Groupe de discussion où les internautes échangent leurs avis et peuvent lire l'ensemble des contributions sur un sujet donné.
- **Google Adsense** : Programme, mis en place par le moteur de recherche Google, qui permet de générer, pour le blogueur, des revenus sur son blog par l'insertion de publicités contextuelles.
- **Hébergement** : Espace de stockage de site web sur un serveur connecté en permanence à Internet. Ce service est offert gratuitement sur la plupart des plates-formes de blogs.
- **HTML** : Contraction de HyperText Markup Language. C'est un langage informatique conçu pour éditer des pages web. Il structure et met en forme le contenu de la page et permet d'y inclure des images, des sons et du multimédia.
- **Hyperlien** : Mot ou image cliquable permettant à l'internaute de naviguer de document en document très rapidement.
- **Interface** : Zone réelle ou virtuelle qui sépare deux éléments. Par exemple, le clavier d'un ordinateur est une interface homme-machine.

- **Intranet** : Ensemble d'informations et d'applications dont l'accès est réservé aux membres de l'organisme qui l'a développé et l'utilise.
- **JPEG** : Joint Photographic Expert Group. C'est un format propriétaire de compression sans perte. Il est à utiliser pour la mise en ligne de photographies car il offre une compression adaptée aux couleurs et reste moins lourd que les autres formats.
- **Modération** : Maîtrise par le blogueur de ce qui peut être dit dans les commentaires présents sur son blog.
- **Newsletter** : Rendez-vous régulier d'un internaute avec un site ou marque. Il prend la forme d'un courrier envoyé aux abonnés et mis à disposition sur le site concerné.
- **Nom de domaine** : Il se compose d'un nom (marque, société, nom propre, etc.) et d'une extension (.org, .fr, .com, .gouv, etc.)
- **PDF** : Portable Document Format. C'est un format propriétaire qui préserve la mise en forme des documents. C'est aussi un format d'échange et d'archivage de documents électroniques, qui assure la portabilité sur les différents périphériques d'affichage.
- **Plate-forme de blogs** : Société qui fournit des modèles de blogs préconçus. Elle en administre la gestion, l'hébergement et les mises à jour.
- **Référencement** : L'ensemble des dispositifs utilisés pour rendre un site visible sur Internet.
- **Réseau social** : Site communautaire qui réunit des internautes selon leurs centres d'intérêts personnels ou professionnels.
- **Résidence artistique** : Période de travail durant laquelle l'artiste explore le territoire, rencontre les populations, découvre le patrimoine culturel et social et affine sa démarche.
- **RSS (ou Atom)** : Flux de contenus gratuits proposés par les sites web. Ils proposent en général, le titre, un résumé et le lien vers l'article.
- **Syndiquer** : Mettre à disposition des internautes, sur son site, un ou des flux d'informations.
- **Web 2.0** : Nouvelle étape du développement d'Internet, plus interactif et plus ergonomique, qui propose aux internautes de nouveaux services facilitant la production et le partage de leurs propres contenus.
- **Wiki** : Site collaboratif où chaque utilisateur peut librement participer à l'élaboration du contenu.
- **XML** : eXtensible Markup Language. Langage informatique de balisage destiné à faciliter l'échange automatisé de contenus entre des systèmes informatiques hétérogènes.

Annexes :

- Carte de localisation des communes partenaires : P.56
- Budget du projet *En remontant l'Escaut* pour 2009-2010 : P.57
- Lettre d'information envoyée à l'occasion du 21 juin 2009 : P.58
- Exemple photocopie de La Missive de juin 2005 : P.59
- Lettre d'information légendée avec les styles paramétrables utilisés : P.61
- Capture d'écran légendée de la page d'accueil du blog *En remontant l'Escaut* : P.62

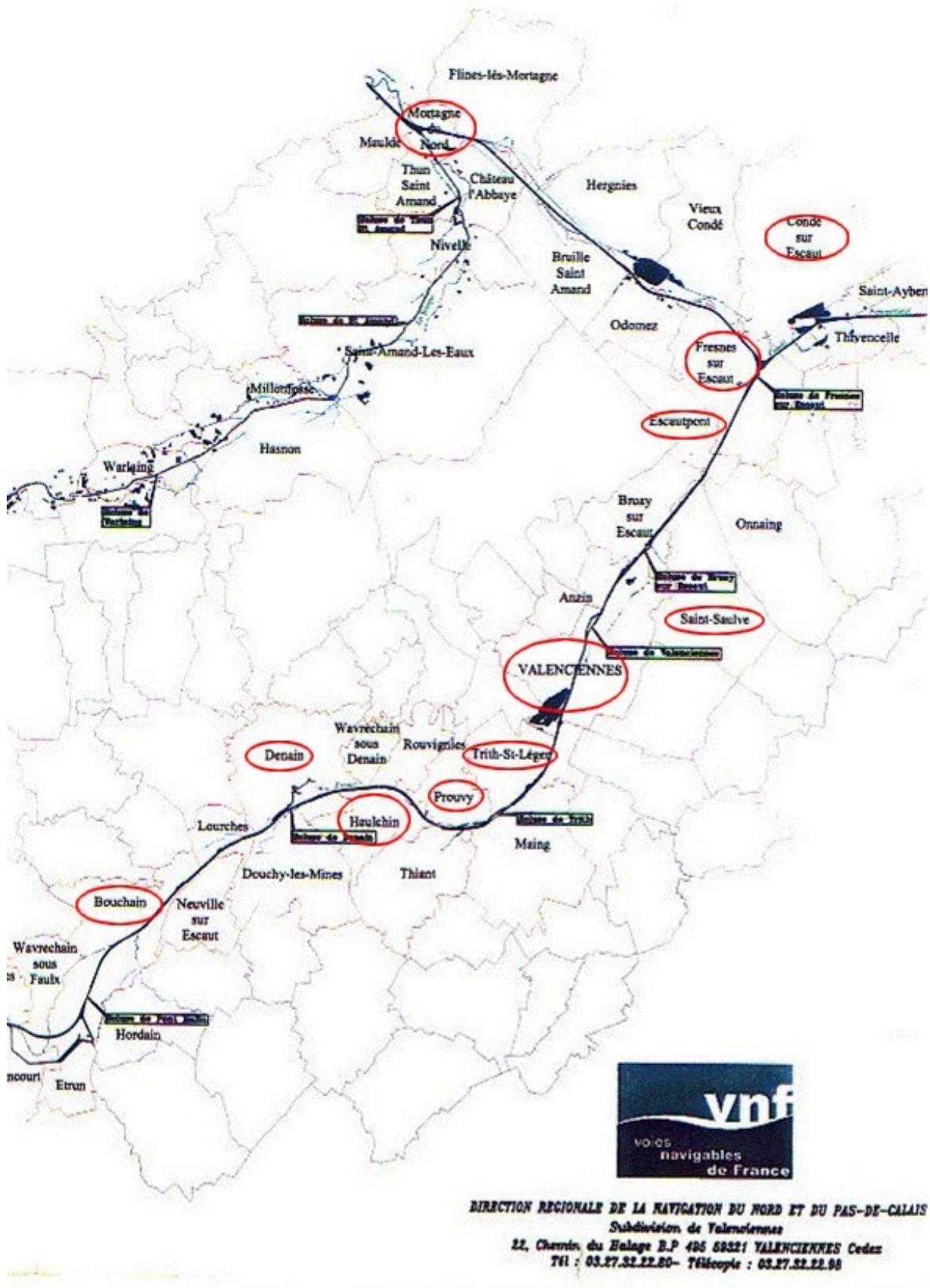


Fig. 1 : Carte des Voies Navigables de France pour localiser les onze communes partenaires

TEC/CRIAC - BUDGET PRÉVISIONNEL 2009 – 2010

TRAINS DE VIES – En remontant l'Escaut

CHARGES	Montant	PRODUITS	Montant
606 - Achat fournitures	6000		
60640 – Matériel d'activités	6000		
matériel photo :films, tirage, etc.		700 - Recettes activités	10000
61 - Services extérieurs	13500		
613400 – Location matériel Activités	8000	Voies Navigables de France	10000
video projecteur,écran, locations films, sonorisation			
616400 – Assurances Activités	2000		
6181 – Documentation	500	746 – Subventions projet	117052
613500 – location véhicule	3000		
		746100 – CONSEIL REGIONAL	40772
620 - Autres services	54400		
6226 - Honoraires	33900	746200 – CONSEIL GENERAL	22280
Photographe	5450		
Ecrivain	5450		
Graphiste – atelier d'expressions	3000		
Comédiens – création + diffusions lecture	20000		
6230 – Publications, Communication	9000	746502 – VALENCIENNES METROPOLE	22000
Publication – livre photo textes + affiches graphiste	6000		
Communication	3000	746802 – CAPH	22000
6250 – Missions-déplacements-Réceptions	11500		
		74900 – FIRC	10000
640 - Frais de Personnel	63052		
641 – Salaires	40772		
645 - Charges sociales	22280		
Total charges	136952	Total Produits	127052

Fig II : Budget 2009-2010 du projet En remontant l'Escaut... :

• EN REMONTANT L'ESCAUT...

MORTAGNE DU NORD - CONDÉ SUR L'ESCAUT - FRESNES SUR ESCAUT - ESCAUTPONT - SAINT SAULVE - VALENCIENNES - TRITH SAINT LÉGER - PROUVY/HAULCHIN - DENAIN - BOUCHAIN

Le 04.06.2009

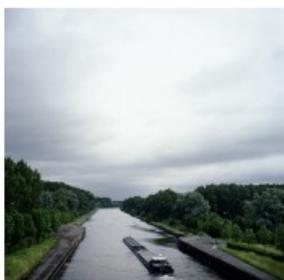


Photo Y. Lamoulère

L'Escaut et ses 47 km marquent le paysage du Nord et plus spécifiquement celui des agglomérations de la Porte du Hainaut et de Valenciennes Métropole. Le passage du fleuve au gabarit européen de 3.000 tonnes, en vue d'une connexion avec le canal Seine-Nord-Europe à l'horizon 2015, pourrait obliger nombre d'industries et de métiers à s'adapter à ces transformations. **Quelle sera la nature de ces changements ?**

Deux artistes, une photographe, Yohanne Lamoulère et un écrivain, Jean-Bernard Pouy, vont à la rencontre des salariés et habitants de onze communes bordant le fleuve (de Mortagne-du-Nord à Bouchain) pour faire le portrait de ce territoire en mutation.

Mortagne-du-Nord, à la confluence de la Scarpe et de l'Escaut est restée jusque dans les années 1990 le deuxième port fluvial de France. Cette période prospère terminée, que vivent les habitants de cette commune ?

Située à 8 km de Saint-Amand-les-Eaux, Mortagne-du-Nord sera la première étape de ce long voyage dans le monde du travail sur et le long de l'Escaut.



Photo Y. Lamoulère

La rétrospective *L'Escaut en Scène* débutera par un spectacle adapté des textes de **Jean-Bernard Pouy** et des photographies de **Yohanne Lamoulère**, mis en scène et en voix par le comédien **Éric Ghesquière**, sur une création musicale expérimentale de la DJ **Louise Bronx**, qui utilise des ambiances sonores locales.

Elle se poursuivra par la diffusion du film *La fille de l'Eau* de Jean Renoir, 1924, restauré en 2005 et mis en musique par le célèbre accordéoniste Marc Perrone. Ce film raconte les péripéties de Gudule, forcée de fuir la péniche de son enfance.

La manifestation se poursuivra de façon conviviale par un apéritif et en ce jour de fête de la musique Louise Bronx nous fera danser sur des airs d'antan et d'aujourd'hui.

Pour avoir davantage d'informations sur le projet, le calendrier des événements, les artistes, les partenaires et les différentes manifestations à venir, vous pouvez désormais consulter le blog de l'Escaut en Scène sur <http://enremontantlescaut.travailetculture.org/>

Première escale
Mortagne du nord
21 juin 2009 - 17 heures,
Salle des fêtes



Travail et Culture
64, bd de Strasbourg
59100 Roubaix
Tel : 03.20.89.40.60
www.travailetculture.org
info@travailetculture.org

<http://enremontantlescaut.travailetculture.org/>

Fig. III : Lettre d'information envoyée à l'occasion du 21 juin

EXEMPLE PHOTOCOPIÉ DE LA MISSIVE DE JUIN 2005

EXEMPLE PHOTOCOPIÉ DE LA MISSIVE DE JUIN 2005

• EN REMONTANT L'ESCAUT...

MONTAGNE DU NORD - CONDÉ SUR L'ESCAUT - TROYES SUR ESCAUT - ESCOUTPONT - SAINT SAULVE - VALENCIENNES - TRAITO SAINT LÉGER - PROUVY-BAILLEUX - DENAIS - BUCHEAIN

Le 04.06.2009

← style "haut de page"



Photo Y. Lamoulière

L'Escaut et ses 47 km marquent le paysage du Nord et plus spécifiquement celui des agglomérations de la Porte du Hainaut et de Valenciennes Métropole. Le passage du fleuve au gabarit européen de 3.000 tonnes, en vue d'une connexion avec le canal Seine-Nord-Europe à l'horizon 2015, pourrait obliger nombre d'industries et de métiers à s'adapter à ces transformations. **Quelle sera la nature de ces changements ?**

Deux artistes, une photographe, Yohanne Lamoulière et un écrivain, Jean-Bernard Pouy, vont à la rencontre des salariés et habitants de onze communes bordant le fleuve (de Montagne-du-Nord à Bouchain) pour faire le portrait de ce territoire en mutation.

Montagne-du-Nord, à la confluence de la Scarpe et de l'Escaut est restée jusque dans les années 1990 le deuxième port fluvial de France. Cette période prospère terminée, que vivent les habitants de cette commune ?

Située à 8 km de Saint-Amand-les-Eaux, Montagne-du-Nord sera la première étape de ce long voyage dans le monde du travail sur et le long de l'Escaut.



Photo Y. Lamoulière

← style "présentation"

La rétrospective L'Escaut en Seine débutera par un spectacle adapté des textes de Jean-Bernard Pouy et des photographies de Yohanne Lamoulière, mis en scène et en voix par le comédien **Éric Ghesquière**, sur une création musicale expérimentale de la DJ **Louise Bronx**, qui utilise des ambiances sonores locales.

Eile se poursuivra par la diffusion du film *La fille de l'Eau* de Jean Renoir, 1924, restauré en 2005 et mis en musique par le célèbre accordéoniste Marc Perrone. Ce film raconte les péripéties de Gudule, forcée de fuir la péniche de son enfance.

La manifestation se poursuivra de façon conviviale par un apéritif et en ce jour de fête de la musique Louise Bronx nous fera danser sur des airs d'antan et d'aujourd'hui.

Pour avoir davantage d'informations sur le projet, le calendrier des événements, les artistes, les partenaires et les différentes manifestations à venir, vous pouvez désormais consulter le blog de l'Escaut en Seine sur <http://enremontantlescaut.travailetculture.org/>

Première escale
Montagne du nord
 21 juin 2009 - 17 heures,
 Salle des fêtes

← style "lieu de rdv"

Travail et Culture
 64, bd de Strasbourg
 59100 Roubaix
 Tel : 03.20.89.40.60
www.travailetculture.org
info@travailetculture.org
<http://enremontantlescaut.travailetculture.org/>

← style "pied de page"

Fig. V : Lettre d'information légendée avec les styles utilisés

RECHERCHER LE BLOG | SIGNALER LE BLOG | DEVENIR ABONNÉ FIDÈLE DU BLOG | Blog suivant - stage@travailetculture.org | Nouveau message | Personnaliser | Déconnexion

EN REMONTANT L'ESCAUT...

MORTAGNE DU NORD - CORDE SUR L'ESCAUT - FRESNES SUR ESCAUT - ESCAUTPOÏT - SAINT SAULVE - VALENCIENNES - TRAITÉ SAINT LÉGER - PROUVY/BAILLECHIN - DENAIS - BOUCHEMIN

jeudi 4 juin 2009

Première escale à Mortagne-du-Nord

La commune :



Mortagne-du-Nord, située à une vingtaine de kilomètres de Valenciennes et à dix minutes de Saint-Amand-les-Eaux, est à la confluence de l'Escaut et de la Scarpe. Cette situation lui a d'ailleurs conféré le statut de **second port fluvial de France** jusque dans les années 1990. Elle a alors profité d'une certaine prospérité.

[Lire la suite...](#)

Publié par Travail et Culture à 14:40:00 0 commentaires

Libellés : [Manifestations Culturelles](#)

Calendrier des manifestations culturelles :

L'organisation des soirées :

Chaque manifestation culturelle se fait en partenariat avec des structures culturelles et/ou sociales de chaque commune et les salariés des entreprises partenaires du projet. L'entrée sera toujours gratuite. Chaque soirée sera composée comme suit :

Représentation du spectacle adapté des textes de Jean-Bernard Pouy et des photographies de Yohanne Lamoulère

Projection d'un film sur une question du monde du travail concernant la commune

Débat avec le public en présence d'intervenants spécialistes (sociologue, économiste, philosophe, etc) de la problématique abordée

Pot de convivialité pour favoriser les échanges

[Lire la suite...](#)

Publié par Travail et Culture à 12:20:00 0 commentaires

Libellés : [Manifestations Culturelles](#)

lundi 25 mai 2009

Le contexte du projet :



L'Escaut, a souvent été au cœur d'enjeux économiques importants tout au long de son histoire, notamment à l'époque où la voie fluviale constituait pratiquement le seul moyen de transport de marchandises en grande quantité.

[Lire la suite...](#)

Publié par Travail et Culture à 14:51:00

Libellés : [Projet](#)

mardi 19 mai 2009

Les intentions du projet :

Un projet sur les transformations du travail :

L'Escaut, sur les territoires de la Porte du Hainaut et de Valenciennes Métropole, est longé par de grands groupes industriels internationaux dans les domaines de l'automobile, du ferroviaire, de l'agro-alimentaire, de la métallurgie.

L'élargissement du gabarit de ce fleuve "canalisé" et l'augmentation substantielle de ses trafics vont générer des changements du travail des salariés des entreprises qui vivent sur et par le fleuve comme les marinières et les éclusiers, des sociétés qui vivent du fleuve ou l'utilisent dans leur activité comme pour Toyota (Onnaing), Vallourec (Saint-Saulve), des employés des plate-formes multimodales ou des grands ports comme Anvers.

[Lire la suite...](#)

Publié par Travail et Culture à 10:17:00

Libellés : [Projet](#)

vendredi 15 mai 2009

Les propositions artistiques :

Les intentions du projet nécessitent la mobilisation d'expressions, de paroles dispersées, fractionnées le long de l'Escaut. Il s'agit d'explorer ce territoire pour s'en faire une image par ce que les salariés et habitants en disent, en racontent.

[Lire la suite...](#)

Publié par Travail et Culture à 11:09:00

Libellés : [Projet](#)

jeudi 14 mai 2009

La résidence artistique :

Ce projet culturel et artistique réunit deux artistes : **Yohanne Lamoulère**, une photographe documentaire engagée dans le champ social et **Jean-Bernard Pouy**, un auteur de romans noirs qui situe ses œuvres dans la réalité sociale contemporaine.

[Lire la suite...](#)

Publié par Travail et Culture à 09:49:00

Libellés : [Création artistique](#)

[Messages plus anciens](#)

Inscription à : [Messages \(Atom\)](#)

flux RSS

Le projet en quelques mots :

Depuis 2008, l'association *Travail et Culture*, mène sur les territoires de la Porte du Hainaut et de Valenciennes Métropole, de Mortagne-du-Nord à Bouchain, un projet culturel et artistique sur les mutations du travail sur et le long de l'Escaut intitulé *En remontant l'Escaut...*

Liste thématique :

- Partenaires (4)
- Projet (3)
- Création artistique (2)
- Manifestations Culturelles (2)
- Escaut (1)

Archives du blog

juin 2009 (2)

mai 2009 (10)

Qui sommes-nous ?

Travail et Culture Nord/Pas-de-Calais

L'association Travail et Culture (TEC/CRIAC : Centre de Recherche, d'Innovation Artistique et Culturelle du Monde du Travail) est basée à Roubaix mais élabore des projets artistiques et culturels sur tout le territoire du Nord/Pas-de-Calais. Elle accompagne le monde du travail dans les mutations culturelles qui le transforment. Elle s'emploie à produire des œuvres artistiques, nées de la rencontre entre des salariés (ou des personnes privées d'emploi), des syndicats, des comités d'entreprise, des associations, des enseignants des chercheurs et des artistes.

[Afficher mon profil complet](#)

Pour nous contacter :

Travail et Culture
64, bd de Strasbourg
59100 Roubaix
Tél: 03.20.89.40.60 / Fax:
03.20.89.40.69
www.travailetculture.org
info@travailetculture.org

Contact : Sukran Akinci
sakinci@travailetculture.org

Fig. VI : Capture d'écran légendée de la page d'accueil du blog En remontant l'Escaut...

Résumé :

L'association Travail et Culture réalise, depuis 1977, des projets artistiques et culturels sur et avec le monde du travail. Elle mène jusqu'en septembre 2010, dans le Valenciennois, un projet intitulé *En remontant l'Escaut...* Ce projet réunit artistes, salariés et habitants autour du thème des mutations du travail en lien avec le fleuve.

L'association a recours à divers moyens de communication pour faire connaître ce projet (affiche, flyers, site Internet, lettre d'information). Ma mission de stage consistait à élaborer un weblog en supplément. Ce mémoire porte alors sur la démarche et la méthodologie employées pour la création de ce blog, en répondant à la question : « **Quelle peut être la place d'un blog dans une politique de communication dans le cadre de l'organisation d'un évènement culturel ?** ».

<http://enremontantlescaut.travailetculture.org> est un blog simple d'utilisation pour l'association et simple d'accès pour ses utilisateurs. Il délivre une information complète sur le projet et réalise l'annonce événementielle de ses manifestations culturelles.

Mots-clés : Communication, Blog, Outil de publication de contenus sur Internet, Support de communication

Abstract:

The association Travail et Culture organized artistic and cultural projects on and with the world of work since 1977. It conducts until September 2010, a project named *En remontant l'Escaut...*, in the vicinity of Valenciennes. This project gathers artists, employees and inhabitants around the thematic of the work changes in relation with the river.

The association uses several means of communication in order to bring the project to light (poster, leaflets, Website, newsletter). My task consisted in making a weblog about this project. The internship's report deals with the approach and the methodology used for the creation of this weblog in answering to the question: "**What could be the place of a weblog within a promotional policy for the organization of a cultural event?**"

<http://enremontantlescaut.travailetculture.org> is a relatively simple blog for the association and the users. It gives information about the project and enables to announce the events.

Keywords: Communication, Blog, Tool for publishing on Internet