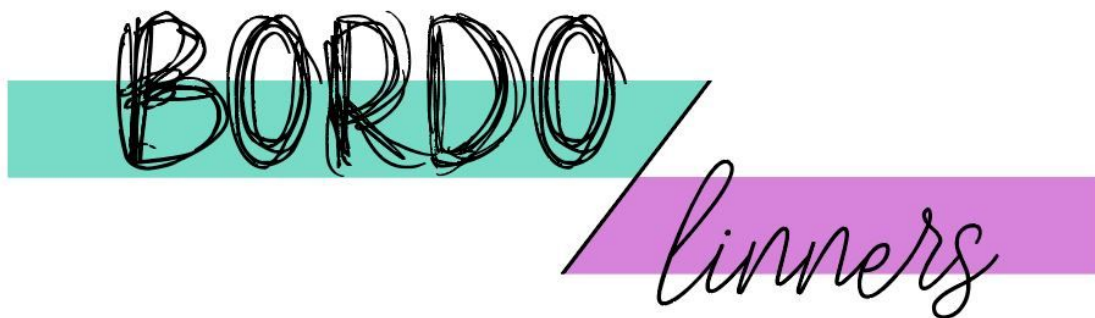


# CAHIER DES CHARGES

Bordo'linners



# SOMMAIRE

<b>À PROPOS</b>	<b>2</b>
<b>NOTRE PROJET ÉDITORIAL</b>	<b>2</b>
<b>LES OBJECTIFS COMMUNICATIONNELS</b>	<b>3</b>
Les objectifs généraux	3
Les objectifs qualificatifs	3
Les objectifs quantitatifs	3
Les réseaux sociaux	3
<b>LES CIBLES</b>	<b>5</b>
Les cibles principales	5
Les cibles secondaires	5
Les cibles marginales ou inattendues	5
<b>LES CONCURRENTS ET INSPIRATEURS</b>	<b>5</b>
<b>NOTRE LIGNE ÉDITORIALE</b>	<b>6</b>
Nos sujets et contenus principaux	6
Nos sujets secondaires	7
Notre type de contenus	7
Notre style de rédaction	7
Notre positionnement narratif	7
<b>NOTRE CHARTE GRAPHIQUE</b>	<b>8</b>
Le choix du nom	8
Les premiers jets pour le nom	9
Explication du logo	9
Les caractéristiques du logo	9
Les recherches autour de l'esthétique du logo	10
Les interdictions	11
<b>LE CHOIX DU WORDPRESS</b>	<b>12</b>
<b>L'ARBORESCENCE DU SITE WEB</b>	<b>13</b>
<b>LE PLANNING DES RÉALISATIONS</b>	<b>14</b>
<b>ANNEXES</b>	<b>15</b>
Charte éthique de Bordo'linners	15

## À PROPOS

Bordo'linners est le résultat d'une collaboration durant trois mois entre cinq étudiants de deuxième année en DUT InfoNum à l'IUT Bordeaux-Montaigne. Ce projet fut porté par **Erina** Akkouche, **Angèle** Henry, **Manolo** Munoz Lagadeuc, **Scarlett** O'Mullan et **Elisa** Twardowski. En fonction des compétences de chacun, les rôles furent répartis comme suit :

- ❖ Elisa Twardowski : Rédactrice en chef
- ❖ Erina Akkouche : Responsable de rubrique & Organisatrice d'agendas
- ❖ Angèle Henry : Relecture des articles
- ❖ Scarlett O'Mullan : Community manager
- ❖ Manolo Munoz Lagadeuc : Gestionnaire de photo
- ❖ Scarlett O'Mullan & Manolo Munoz Lagadeuc : Web designer

Les règles éditoriales de Bordo'linners sont simples : nous proposons du contenu de qualité avec des thématiques susceptible de plaire à notre cible principale, les sources et informations présentes dans nos articles ont été vérifié par notre équipe de rédacteurs et enfin nous utilisons une mise en page commune et identifiable sur nos billets de blog.

## NOTRE PROJET ÉDITORIAL

“

*vu par nous, écrit pour vous*

”

Vous êtes vous déjà demandé comment réussir à sortir à Bordeaux tout en vous amusant sans risquer de finir dans le rouge avant la fin du mois ? Sur ce site, on ne

vous aidera pas à gérer votre budget mais on vous donne quelques plans pas chers et approuvés par toute l'équipe ! Chaque expérience est racontée sans filtre, sans détour avec un style propre à chaque rédacteur. Chaque lieu a été testé personnellement loin des clichés habituels propres aux blogs bordelais.

## LES OBJECTIFS COMMUNICATIONNELS

### 1. Les objectifs généraux

Nous nous fixons un objectif de publication de trois articles par semaine en incluant tous les types de catégories.

### 2. Les objectifs qualificatifs

Bordo'linners s'engage à ne pas transformer la vérité à travers ses articles, à ne jamais embellir le prix et à ne pas faire de favoritisme entre les adresses proposées.

❖ Cliquez ici pour voir notre charte éthique

### 3. Les objectifs quantitatifs

Nous souhaitons atteindre les 1 000 followers dans les trois premiers mois du lancement de notre site web. Nous aimerions idéalement toucher 5% de la population bordelaise, soit 12 800 personnes d'après le dernier recensement fait en 2016<sup>1</sup>, d'ici septembre 2021.

### 4. Les réseaux sociaux








Afin de créer et de fédérer une communauté active, il faut également que nous le soyons. Par conséquent, nous utiliserons l'outil Buffer pour mettre en place une stratégie média efficace. À l'avenir, il serait pertinent de réaliser une analyse des horaires de haute fréquentation sur les réseaux afin d'optimiser la visibilité de nos contenus.

Facebook et Twitter seront utilisés pour publier les derniers articles du blog ou partager les événements à venir. Instagram sera utilisé pour les "Behind the scenes" des événements. Plus tard, Snapchat pourrait être utilisé pour développer notre magazine digital.

---

<sup>1</sup> <http://www.bordeaux.fr/p287/bordeaux-en-chiffres>

Voici un planning de la stratégie média à mettre en place :

<div>MON 15 APR</div> <div></div> <div><div><input type="checkbox"/> 10h Relecture de l'article par Angèle</div><div><input type="checkbox"/> 16h Publication de l'article "Music" sur le blog à propos du groupe Sandy Smoke</div><div><input type="checkbox"/> 18h Mettre le lien vers le nouvel article sur Facebook, Twitter et Instagram</div></div>	<div>TUE 16 APR</div> <div></div> <div><div><input type="checkbox"/> 8h Demander aux followers quelle activité ou sujet nous pouvons aborder prochainement</div></div>	<div>WED 17 APR</div> <div></div> <div><div><input type="checkbox"/> 10h Relecture de l'article par Angèle</div><div><input type="checkbox"/> 16h Publication de l'article "Food" sur le nouveau restaurant à St Remi</div><div><input type="checkbox"/> 18h Mettre le lien vers le nouvel article sur Facebook, Twitter et Instagram</div></div>	
<div>THU 18 APR</div> <div></div> <div><div><input type="checkbox"/> 10h Newsletter qui annonce les bons plans du weekend à venir</div><div><input type="checkbox"/> 21h Post Instagram avec un hashtag unique qui illustre l'ambiance soirée</div></div>	<div>FRI 19 APR</div> <div></div> <div><div><input type="checkbox"/> 9h Sondage Instagram story pour avoir le retour des viewers sur les articles de cette semaine ainsi que leur opinion sur le sujet en question</div><div><input type="checkbox"/> 10h Relecture de l'article par Angèle</div><div><input type="checkbox"/> 16h Publication de l'article "Drink" sur le bar Connemara</div><div><input type="checkbox"/> 18h Mettre le lien vers le nouvel article sur Facebook, Twitter et Instagram</div></div>	<div>SAT 20 APR</div> <div></div> <div></div>	<div>SUN 21 APR</div> <div></div> <div><div><input type="checkbox"/> 18h Sondage Instagram story pour avoir le retour et avis des viewers à propos du weekend et leurs suggestions</div></div>

La création de hashtags uniques pour Bordo'linners nous permettra de suivre l'intérêt des lecteurs sur les différents sujets que nous abordons tout en permettant de se démarquer des autres blogs.

## LES CIBLES

### 1. Les cibles principales

Bordo'linners cible principalement la jeunesse bordelaise : une population locale entre 18 à 27 ans ayant un budget restreint et à la recherche de nouvelles expériences.

## 2. Les cibles secondaires

Cependant, notre blog peut attirer un autre type de cible ayant moins de 18 ans : une population majoritairement lycéenne entre 15 à 17 ans donc mineure avec un champ d'activité restreint.

## 3. Les cibles marginales ou inattendues

Une cible plus inattendue : les touristes, à échelle nationale ou internationale, qui sont à la recherche de bons plans pour un séjour à Bordeaux.

# LES CONCURRENTS ET INSPIRATEURS

Les principaux concurrents de Bordo'linners sont majoritairement les blogs dédiés à la ville de Bordeaux. Chacun apporte son point de vue et contribue à donner une image riche et variée de la capitale girondine.

Les concurrents	Bordo'linners
<b>Camilleinbordeaux.fr</b> Jeune maman bordelaise, elle y livre toutes ses aventures bordelaises et n'hésite pas à donner son avis. <b>Lebonbon.fr</b> Ce site, qui se présente comme précurseur de tendances, relaye les dernières actualités parisienne et internationale à travers de nombreuses thématiques (mode, culture, ciné ...) <b>Drolesdebordelais.com</b> Voici un exemple d'un "blog bordelais type" où on peut retrouver les bons plans du moment etc.	Le site ( <b>Drolesdebordelais.com</b> ) peut avoir les mêmes cibles que notre blog. Cependant, nous arrivons à nous démarquer avec notre manière d'écrire plus proche des lecteurs et qui peut davantage plaire aux jeunes.  Il existe une multitude de blogs tenus par des bordelais(es) qui offrent les bons plans du moment. Il faut savoir y ajouter sa touche personnelle et cibler correctement ses lecteurs pour éviter au maximum la concurrence.

Bordo'linners se positionne en tant que plateforme "d'infotainment" ; on divertit pour informer. Nous proposons des bons plans pour une cible relativement jeune, tout en y incluant une touche d'humour et d'autodérision.

Les inspireurs	Bordo'linners
<p><b>Konbini</b> et <b>Vice</b> sont deux médias dont nous nous inspirons car ils se servent de “l’infotainment” pour écrire leurs articles.</p> <p>Vice est connu pour utiliser du langage cru et aborder des sujets souvent tabous.</p>	<p>Nous souhaitons nous inspirer de ce genre de ligne éditoriale tout en conservant notre propre style.</p> <p>Comme <b>Vice</b>, nous abordons des sujets qui parlent aux “jeunes” en plein dans l’actualité de la ville de Bordeaux.</p>

En résumé, nos concurrents et inspireurs principaux sont les médias qui s’adressent aux millennials de façon brute et directe.

## NOTRE LIGNE ÉDITORIALE

### 1. Nos sujets et contenus principaux

Nous souhaitons répartir nos contenus dans les catégories suivantes :

- ❖ Musique
- ❖ Food
- ❖ Drink
- ❖ Insolite - Découverte
- ❖ Évènements

La rubrique “**Drink**” présente les spots sympas et répond aux besoins de notre cible principale qui fréquente les bars en général. Grâce à la catégorie “**Insolite**”, notre équipe peut partager une anecdote insolite ou un lieu encore inconnu du grand public. La partie “**Évènements**” permettrait aux internautes d’aller voir les événements à venir. Ainsi, grâce au format calendrier, ils peuvent plus facilement et rapidement vérifier leurs disponibilités en fonction des activités mises en avant.

### 2. Nos sujets secondaires

Les “interviews-vidéo” sont un exemple de sujets secondaires qui peuvent être traités par la suite dans Bordo'linners. Dans ce format, un membre de notre équipe part à la rencontre d’un artiste bordelais et lui pose quelques questions afin d’en savoir plus sur son activité.

Nous avons également songé à réaliser un classement par expérience des meilleurs lieux que les potentiels touristes pourraient aller consulter lors de leur recherche sur la ville de Bordeaux.

### 3. Notre type de contenus

Les types de contenus présents sur Bordo'linners sont majoritairement des billets de blog basés sur du storytelling. Les sujets secondaires, énoncés précédemment, pourrait faire évoluer notre blog en apportant du contenu vidéo.

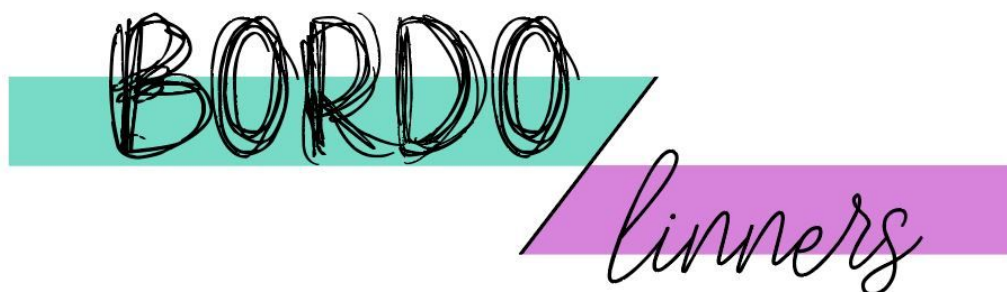
### 4. Notre style de rédaction

Les articles rédigés sous Bordo'linners utilisent un ton humoristique permettant de relater les faits tels qu'ils se sont réellement passés, sans embellissement. Malgré notre ton léger et franc, nous souhaitons préserver une rédaction correcte et non vulgaire.

### 5. Notre positionnement narratif

Notre positionnement narratif vise à créer un lien de proximité avec le lecteur, comme s'il parlait avec un ami. Par conséquent, cela implique l'emploi du pronom "je" ou "on" si nous sommes plusieurs à l'événement en question.

## NOTRE CHARTE GRAPHIQUE



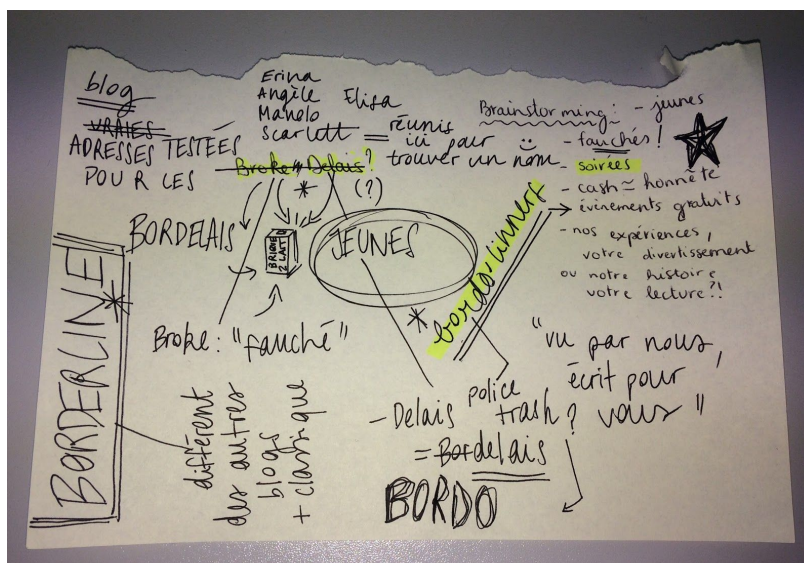
### 1. Le choix du nom

Initialement, nous avons choisi le nom de « Brokedelais » : le mot "Broke" fait référence à un terme anglais qui signifie "fauché" tandis que "-delais" est la fin du mot "Bordelais" ; les deux termes rassemblés symboliserait le bordelais fauché.



Cependant, au fil du temps, nous nous sommes aperçu que ce nom semblait être un homonyme de “brique de lait”. Nous avons déjà songé au nom de “Bordo’Linnners” pour notre équipe ce qui est finalement devenu le nom de notre blog. Ce nom est à l’image d’un contenu franc pour les bordelais parfois même étant un peu “BorderLine”.

## 2. Les premiers jets pour le nom



Au début de ce projet, nous nous sommes réunis pour rassembler nos premières idées. Il nous fallait absolument un nom qui puisse définir notre identité mais aussi notre ligne éditoriale. Nous avons noté les mots-clés importants qui devaient ressortir à travers nos articles, plusieurs idées ont émergé et Bordo’linners est né.

## 3. Explication du logo

Nous avons préféré choisir un logotype plutôt qu’un monogramme ou un pictogramme ; notre logo est ainsi directement reconnaissable puisqu’il porte le nom de notre blog. Le mot Bordo’linners est séparé par une barre oblique : cela symbolise la rupture de la monotonie des blogs bordelais qui ne prennent pas en compte le budget de leur audience.

## 4. Les caractéristiques du logo

Notre logo est basé sur le nom de notre blog, il était donc important pour nous d’utiliser un visuel percutant et des couleurs fortes. Le choix de la typographie a été primordial, nous souhaitons utiliser deux types de polices d’écriture différentes qui

pouvaient incarner l'image de notre blog. Nous avons opté pour les deux polices qui suivent :

GO AROUND THE BOOKS

modista

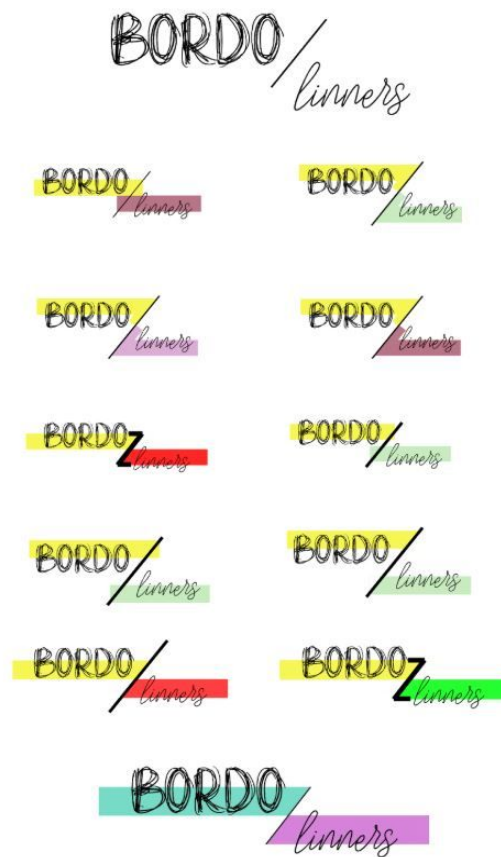
by WDfont | SCRIPT

Nos articles reposent sur un storytelling original d'expériences et d'histoires authentiques racontés. La police "Go Around The Books" reflète bien cet aspect très brut, sans filtres, que nous souhaitons faire transparaître à travers nos articles. Tandis que la police "Modista Script", plus linéaire, correspondait bien à l'aspect esthétique que nous voulions donner au mot "linners".

## 5. Les recherches autour de l'esthétique du logo

The image shows a preliminary logo design. The word "BORDO" is written in a bold, blue, sans-serif font. A thick, diagonal brushstroke, colored in a dark red or maroon, crosses over the word "BORDO" and extends towards the word "linners". The word "linners" is written in a dark red, cursive script font. The overall composition is dynamic and suggests a hand-drawn, artistic style.

Première ébauche de logo



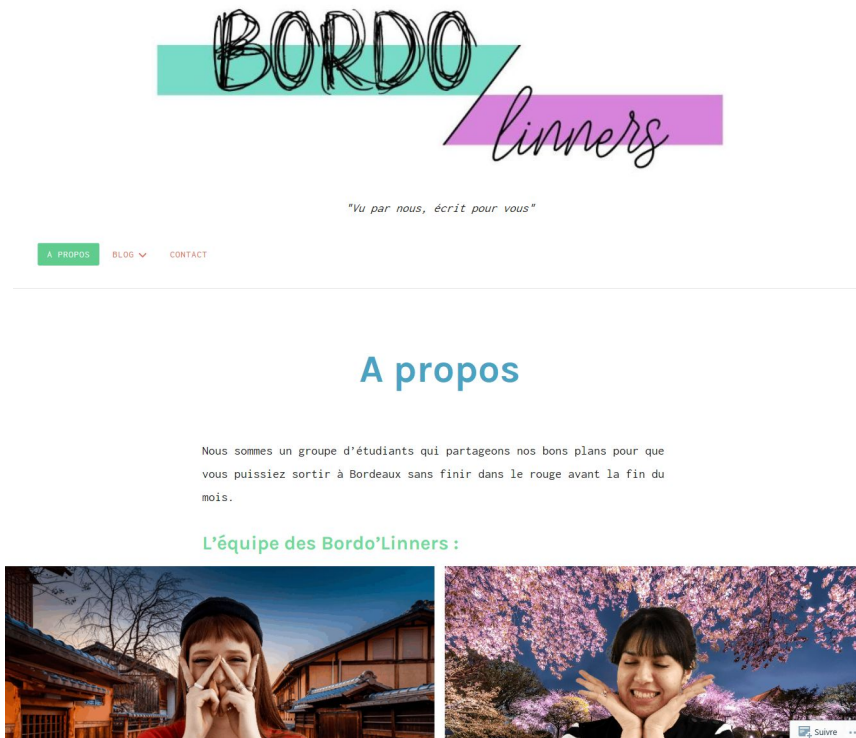
## 6. Les interdictions

Afin de préserver l'identité de Bordo'linners nous devons mettre en place des interdictions concernant l'utilisation de notre logo. Nous avons défini les interdictions suivantes :

- ❖ Interdiction n°1 : Le non-respect des marges du logo
- ❖ Interdiction n°2 : Le changement de couleurs
- ❖ Interdiction n°3 : La suppression d'un élément
- ❖ Interdiction n°4 : L'inversion d'éléments du logo
- ❖ Interdiction n°5 : L'ajout de texte
- ❖ Interdiction n°6 : Le changement de typographie

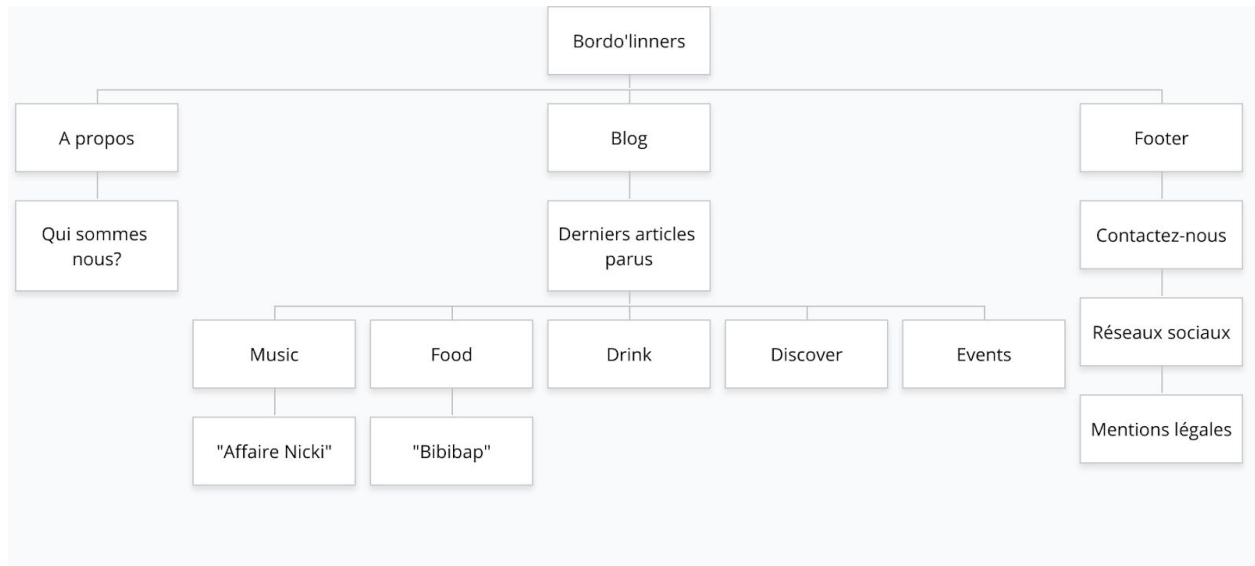
## LE CHOIX DU WORDPRESS

Grâce à Wordpress nous avons pu héberger notre blog avec le thème “Radcliffe 2”. Ce thème dispose de couleurs vives qui reflètent une équipe dynamique et vibrante, tandis que la typographie, similaire à celle d’une machine à écrire, donne une intemporalité à nos écrits.



# L'ARBORESCENCE DU SITE WEB

Voici l'arborescence du site web Bordo'linners tel qu'il a été imaginé :



L'utilisation de tags sur un blog permettent de regrouper des articles sous la même thématique. Avec les tags, on peut proposer au lecteur des articles similaires à celui qu'il vient de consulter. Par conséquent, nous mettons en place des tags qui correspondent à nos différentes rubriques. Nous avons choisi de nommer nos différentes catégories en anglais car les termes anglophones sont plus utilisés que les termes français sur les réseaux sociaux ou sur Internet en général.

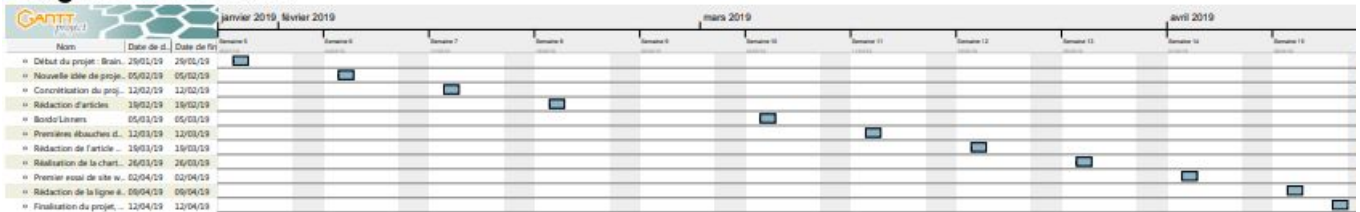
Voici une liste de tags qui peuvent être utilisés sur Bordo'linners :

- ❖ Bordeaux
- ❖ Food
- ❖ Bar
- ❖ Music
- ❖ Drink
- ❖ Wine
- ❖ Bdx

# LE PLANNING DES RÉALISATIONS

Vous trouverez ci-dessous les grandes étapes du projet représenté grâce à un diagramme de Gantt.

## Diagramme de Gantt



## Bordo'linners

### Tâches

Nom	Date de début	Date de fin
<b>Début du projet : Brainstorming</b> <i>Idee de blog sur les memes du nom de "Free the meme"</i> <i>Projet avec un travail de veille, de classement, etc...</i>	29/01/19	29/01/19
<b>Nouvelle idée de projet : Blog bordelais pour les étudiants</b> <i>Changement d'idée du projet : au revoir les memes, bonjour Bordeaux en mode fauchée!</i> <i>Idee de présentation de l'équipe avec des gifs pour montrer le caractère de chacun ce qui donne du dynamisme au projet</i> <i>Peut-être une rubrique par personne?</i>	05/02/19	05/02/19
<b>Concrétisation du projet et ses objectifs</b> <i>Nom du projet : Brokedelais (Broke : Fauché en anglais et 'delais' de 'Bordelais')</i> <i>Début du pitch éditorial + Objectifs + cibles</i> <i>Idee de logo avec une typo plus trash pour 'Broke' et une typo plus simple pour 'Delais'</i> <i>Idee de nom d'équipe "Bordo'Linnners" ou "Bordo'Linnners"</i>	12/02/19	12/02/19
<b>Rédaction d'articles</b> <i>Toute l'équipe rédige un article sur ses aventures à Bordeaux</i>	19/02/19	19/02/19
<b>Bordo'Linnners</b> <i>Bordo'Linnners devient le nom final du projet</i> <i>Création d'articles témoins de notre style de rédaction</i> <i>Conception de l'arborescence du site web</i>	05/03/19	05/03/19
<b>Premières ébauches de logo et avancée du cahier de charges</b> <i>Test de logo</i> <i>Choix des polices pour le logo</i> <i>Avancée du cahier des charges</i>	12/03/19	12/03/19
<b>Rédaction de l'article Nicki + Création du logo final</b> <i>Rédaction de l'article Nicki</i> <i>Rédaction de la charte éthique</i> <i>Réalisation du logo final</i> <i>Rédaction de l'introduction du projet éditorial</i>	19/03/19	19/03/19
<b>Réalisation de la charte graphique &amp; partie sur les concurrents et les inspirations</b>	26/03/19	26/03/19
<b>Premier essai de site web + Séance photo pour les gifs</b> <i>Premier essai de site web avec template</i> <i>Séance photo pour les gifs</i> <i>Développement de la charte graphique</i> <i>Création d'une page facebook et d'un compte instagram</i>	02/04/19	02/04/19
<b>Rédaction de la ligne éditoriale + site web wordpress</b>	09/04/19	09/04/19
<b>Finalisation du projet, mise en ligne des articles</b> <i>Rédaction d'une stratégie média</i> <i>Réalisation du schéma de l'arborescence du site web</i> <i>Développement des responsabilités éditoriales</i> <i>Planning des réalisations</i>	12/04/19	12/04/19

## ANNEXES

### 1. Charte éthique de Bordo'linners

Notre blog a été créé autour de valeurs qui nous tiennent à coeur et que nous souhaitons faire passer à nos lecteurs. C'est grâce à celles-ci que Bordo'linners a pu se construire une identité originale au milieu des nombreux autres blogs présents sur la région bordelaise.

L'objectif principal de ce blog est d'informer, de conseiller un public de jeunes locaux qui sont supposés adhérer ou bien s'appuyer sur nos articles pour apprécier de la meilleure façon possible leur expérience à Bordeaux. Nous espérons également que la portée de ces articles soit bien plus vaste et touche les nombreux touristes souhaitant se renseigner sur les bonnes adresses et les bons plans bordelais.

Dans ce contexte de visibilité publique, il nous paraît nécessaire de faire preuve de transparence grâce à la rédaction et à la mise à disposition de notre charte éthique. Nous souhaitons que cette dernière nous permette de nous fédérer sous des convictions qui nous sont communes et qui reflètent l'image de notre groupe. Elle permettra également d'assurer la bonne transmission de nos valeurs et la pérennité de celles-ci.

Avec la mise en place de ces normes éthiques que nous nous engageons à respecter, l'équipe de Bordo'linners souhaite s'affirmer comme un blog faisant preuve d'une transparence complète concernant ses contenus et s'assurer de conserver une image publique correcte ainsi qu'une relation de confiance avec ses lecteurs.

#### Nos valeurs :

Notre blog s'est construit autour de l'idée de créer des articles basée sur un storytelling original mettant en avant des histoires **authentiques**, sans utilisation de filtres pouvant modifier la véracité de certains propos. Les articles que nous publions sont rédigés avec une réelle volonté de **transparence**.



De plus, les avis formulés dans ces articles ne sont que **subjectifs** et reflètent le ressenti de l'auteur. Nous ne pouvons assurer à nos lecteurs de vivre les mêmes expériences que celles que nous publions.

## Nos principes éthiques :

### 1. Un sentiment de responsabilité

Tout ce qui sera publié sur notre blog aura fait l'oeuvre d'une totale relecture ainsi que d'une validation par chacun des membres de l'équipe. Ainsi nous nous tenons tous responsable de ce qui sera publié.

### 2. Un fonctionnement désintéressé

Nous nous engageons à ne pas publier d'articles dans une optique de réalisation de profits. Nous ne rédigeons que des articles à propos de lieux et d'événements que nous avons jugés pertinents pour nos lecteurs et non en échange de toute forme de gratification.

### 3. Transparence des propos

Notre volonté à travers ce blog est de rendre compte de faits réels pour pouvoir informer le public de bons plans. Nous nous assurons donc de faire preuve d'une transparence totale concernant la description des lieux et des événements dans la mesure où celle-ci ne nuit pas à une personne extérieure à notre organisation.

### 4. L'authenticité des propos

Notre équipe s'engage à ne rien écrire qui ne se serait pas déroulé dans les faits ainsi qu'à ne pas glorifier ou rabaisser de façons non justifiées les personnes, lieux ou organisations mentionnés dans ses publications.