

RAPPORT 2017 D'ACTIVITE DIGITALE

BIENTÔT 10 ANS !

Et oui, le jour d'ouverture du site web de l'association remonte au 18 octobre 2008. Un simple blog à l'époque !

D'année en année, l'univers digital a suivi la montée en puissance du Musée et de sa fine équipe d'exploitation. Au rythme de nos moyens, une empreinte digitale s'est mise en place et se consolide jour après jour.

En 2013, le site Internet du Musée (muséeducinéma.fr) a été ouvert pour devenir la vitrine officielle du Musée avec des publications liées uniquement aux activités du musée, réservant ainsi le site des amis de Jean Delannoy aux activités et infos de l'Association.

Mais la visibilité du site du Musée sur Internet devient de plus en plus difficile à faire croire face à l'explosion de la publicité digitale de Google et autres plateformes pub qui consomment tous les jours nos efforts de référencement naturel (c'est-à-dire non payant) au profit de sites qui achètent de la visibilité.

Pour contourner cette difficulté, depuis deux ans, la stratégie mise en place consiste à tisser avec les réseaux sociaux des ramifications pour créer du trafic sur le site vitrine.

Nous avons aujourd'hui en exploitation **6 outils numériques** qui contribuent chacun à leur manière à la promotion et au rayonnement du Musée.

- 1- Le site web vitrine du musée qui expose en premier l'information
- 2- La page Facebook du Musée qui reprend cette information sur le réseau social et renvoi vers le site
- 3- Le profil Facebook Jean Delannoy qui s'adresse aux communautés cinéma en partageant l'info de la page du musée
- 4- Le compte twitter AMIS_DELANNOY qui réagit à l'actualité cinéma / patrimoine et tweet les infos de la page et du profil Facebook
- 5- La chaîne YouTube du Musée qui héberge et diffuse toutes les vidéos et renvoi sur le site web du Musée
- 6- Et le site web de l'Association qui selon l'actualité proposée renvoie sur le site web du musée

C'est ainsi tout un dispositif de relais et renvois qui est développé au service du site vitrine et de la page du Musée.

La donnée statistique de fréquentation du site que nous avons pris l'habitude de vous présenter à chaque assemblée n'a donc plus de sens, puisque toutes les interactions se diluent sur l'ensemble du dispositif digital.

- Par exemple la vidéo « Bourvil à Montainville » consultée plus de 4.000 fois ne l'est pas depuis le site mais à travers la multiplication des liens web, facebook et tweeter qui visent Youtube.
- Autre exemple, 20% du trafic du site vitrine provient aujourd'hui de Facebook Il y a donc bien eu un contact préalable à l'arrivée sur le site, qu'il faut logiquement décompter dans notre activité.

C'est un peu technique, mais ce qui est important à retenir, c'est qu'il nous faut désormais mesurer notre activité en termes :

- **de communauté** : l'ensemble des internautes (web, réseaux sociaux, YouTube) en contact avec nous.
→ En 2017, point de départ de cette mesure, notre communauté s'élève à **2.853 individus**
- **de rayonnement digital** : l'ensemble des vues sur nos 6 outils numériques en activité.
→ En 2017, point de départ de la mesure, notre rayonnement digital s'élève à **137.643 vues**

A l'année prochaine pour voir où nous en serons !