



LA PAGE A
MELKOR



DONJON DE
NAHEULBEUK
EN GUERRE

Guide d'informations pour les partenaires, dépositaires, parrains et publicitaires

Guide d'informations pour les partenaires, dépositaires, parrains et publicitaires

© 2005-2007 *Parler Haut, Interagir Librement*. Tous droits réservés. *Parler Haut, Interagir Librement, P.H.I.L.*, le logo *P.H.I.L.*, *La Page à Melkor*, le logo de *La Page à Melkor*, la mascotte de *La Page à Melkor (Melkor le robot)*, *Compagnons de Melkor*, le logo des *Compagnons de Melkor*, *Naheulbeuk au Québec*, le logo de *Naheulbeuk au Québec*, *Tilt Tek*, le logo de *Tilt Tek*, *PHPortail* et le logo de *PHPortail* sont des marques de commerces de *Parler Haut, Interagir Librement*. Les autres marques de commerce sont la propriété de leurs propriétaires respectifs.

Les informations dans ce document appartiennent à *Parler Haut, Interagir Librement*. Elles ne peuvent être employées, ou reproduites sans le consentement écrit de *Parler Haut, Interagir Librement*.

Avis de non-responsabilité :

Parler Haut, Interagir Librement fournit les informations dans ce document tel quel malgré les défauts possibles. *Parler Haut, Interagir Librement* ne donne aucune garantie de la sorte (exprès, implicite ou statutaire) en ce qui concerne l'information contenue dans ce document. *Parler Haut, Interagir Librement* se réserve le droit de faire des changements à n'importe lesquels des informations ci-dessus sans préavis donné. *Parler Haut, Interagir Librement* ne garantit pas que les dispositions décrites dans ce document seront annoncées ou rendues disponibles à n'importe qui à l'avenir.

TABLE DES MATIÈRES

P	PRÉFACE	5
	CE DOCUMENT	5
	AUDITOIRE VISÉ.....	5
	CONVENTION D'ÉCRITURE.....	5
	PROBLÈMES DE DOCUMENTATION.....	5
	HISTORIQUE DES RÉVISIONS.....	6
1	INFORMATIONS GÉNÉRALES	7
	QUI EST PARLER HAUT, INTERAGIR LIBREMENT?.....	7
	QU'EST-CE QU'UNE COMMUNAUTÉ VIRTUELLE?.....	7
	QU'EST-CE QUE PHIL-IP?	8
	CONTACTS	9
	<i>Parler Haut, Interagir Librement</i>	9
	<i>La Page à Melkor</i>	9
	<i>Tilt Tek</i>	9
	<i>Naheulbeuk au Québec</i>	9
	<i>PHPortail</i>	9
2	LA PAGE À MELKOR	11
	QUI EST LA PAGE À MELKOR?	11
	SON MANDAT	12
	DÉMOGRAPHIE.....	14
	<i>Âge et sexe</i>	14
	<i>Régions</i>	15
	<i>Visites</i>	15
3	NAHEULBEUK AU QUÉBEC	17
	QUI EST LA NAHEULBEUK AU QUÉBEC?	17
	SON MANDAT	18
	DÉMOGRAPHIE.....	18
	<i>Âge et sexe</i>	19
	<i>Régions</i>	19
	<i>Visites</i>	19
4	LES COMPAGNONS DE MELKOR	21
	QUI SONT LES COMPAGNONS DE MELKOR?	21
	PARTENAIRES	21
	<i>Pourquoi être partenaire des Compagnons de Melkor?</i>	22
	<i>Règles pour devenir partenaire des Compagnons de Melkor</i>	23
	DÉPOSITAIRE	23
	<i>Pourquoi être dépositaire des « Compagnons de Melkor »?</i>	23
	<i>Règles pour devenir dépositaire</i>	24
5	PARRAINAGES	27
6	PUBLICITÉS	29
	POURQUOI FAIRE DE LA PUBLICITÉ SUR L'UN DE NOS SITES?	29
	GRILLE TARIFAIRE	30
	SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES	31

P Préface

Ce document

Ce document, le *Guide d'informations pour les partenaires, dépositaires, parrains et publicitaires*, est une révision complète de la version d'avril 2006.

Auditoire visé

Ce document est pour tous les marchands, artisans, compagnies, groupes ou associations qui souhaiteraient devenir partenaires, dépositaires ou parrains, ou faire l'achat d'espaces publicitaire sur l'un de nos sites web.

Convention d'écriture

Ce document utilise les normes d'écritures suivantes pour en faciliter l'utilisation.

Italique Le titre d'un document, une marque de commerce ou un service à venir.

Souligné Un lien URL ou une adresse courriel.

Gras Un terme discuté ou en définition

Problèmes de documentation.

Pour toutes erreurs ou problèmes de compréhension du présent document, veuillez contacter Philippe Gamache par courriel au info@ph-il.ca. Nous vous prions si le cas est échéant de bien vouloir décrire l'erreur constatée de la façon la plus complète qu'il vous est possible de formuler en incluant le titre du document, la date de l'observation et la version du document.

Historique des révisions

Date	Description
Avril 2006	Nouvel ordre des descriptions
Avril 2007	Ajout de la section préface Ajout de la section « Qu'est-ce que PHIL-IP » Ajout de la section « Qu'est-ce qu'une communauté virtuelle » Enlever le glossaire, les définitions sont maintenant par section. Étoffer la section « Qui est Parler Haut, Interagir Librement » Modification des requis pour être dépositaire. Nouvelle mise en forme

Table 1: Historique des révisions

1 Informations générales

Qui est Parler Haut, Interagir Librement?

Parler Haut, Interagir Librement (P.H.I.L.) est une entreprise québécoise fondée en 2005 et qui se spécialise dans la conception, l'hébergement et l'animation de communautés virtuelles. Par ses fonctions de conception et d'hébergement, elle représente une entreprise d'informatique classique.

Notre produit, *PHIL-IP* que nous livrons comme fournisseur de services applicatifs, s'adresse autant aux individus, qui veulent concevoir un forum thématique, qu'aux grandes entreprises, qui souhaitent instaurer et gérer des groupes d'utilisateurs en ligne à des fins de marketing, de soutien technique ou de télétravail.

L'équipe de *Parler Haut, Interagir Librement* est active dans le domaine des communications personnelles assistées par ordinateur depuis 1988. Elle a fait ses premiers pas sur Internet en 1990 et a créé son premier site web dès 1994. Cette longue expérience lui confère une connaissance unique des communautés virtuelles, de la conception jusqu'à la modération et l'animation.

Nous maintenons, comme vitrine technologique, mais aussi par intérêt personnel, trois sites utiles pour la communauté rôliste/médiévisite québécoise, à savoir *La Page à Melkor*, *Tilt Tek* et *Naheulbeuk au Québec*. Nous maintenons aussi un portail d'information pour la communauté francophone des développeurs PHP du nom de *PHPortail*.

Mais le maintien de *La Page à Melkor*, *Tilt Tek*, *PHPortail* et *Naheulbeuk au Québec* se fait volontairement, avec une équipe de volontaires.

Qu'est-ce qu'une communauté virtuelle?

Une **communauté virtuelle**, c'est un groupe d'utilisateurs qui réagissent à vos idées, qui discutent entre eux, qui s'échangent de l'information, qui lancent de nouveaux débats. Elle se fait souvent via un forum web ou une liste de diffusion. La communauté est bien réelle, cependant les parties prenantes ne se trouvent jamais nécessairement connectées simultanément au même moment, et surtout, elles ne se trouvent pas au même endroit : la communauté est donc virtuelle en ce sens. Par contre, les individus prenant part à la communauté virtuelle sont fréquemment animés par les mêmes aspirations en ce qui concerne l'objet de la communauté. Ils n'ont pas besoin d'être simultanément en ligne pour le faire. Les messages qu'ils écrivent sont classés, archivés et lus en différé grâce à notre logiciel spécialisé.

Qu'est-ce que PHIL-IP?

PHIL-IP est un logiciel de communauté virtuelle qui comporte aussi de puissantes fonctions de gestion des contenus. Son design modulaire garantit une très grande sécurité et permet d'offrir des fonctionnalités avancées comme un support multilingue, une grille graphique entièrement configurable et la possibilité d'effectuer une multitude de changements facilement, sans l'aide d'un technicien. Plusieurs modules sont disponibles et vous permettes de faire plusieurs configurations, comme un forum, un système de gestion de contenu, un journal électronique, un wiki ou même un portail.

Un **forum** Internet (ou forum Web) est un forum de discussion et est l'un des types de communautés virtuelles les plus répandus. Un forum est avant tout un site d'échange, par le biais de messages. Les discussions y prennent place sous la forme de « fils » de messages, à publication instantanée ou différée ; cette publication est souvent durable, car les messages ne sont pas effacés. Elle est par nature le fait de plusieurs auteurs.

Un **système de gestion de contenu** (SGC ou en anglais **Content Management System** ou **CMS**), permet la conception et la mise à jour dynamique de site Web. Il permet à plusieurs individus de travailler sur un même document, fournit une chaîne de publication (workflow) offrant par exemple la possibilité de publier (mettre en ligne le contenu) des documents, permet de structurer le contenu (utilisation de FAQ, de document, etc.).

Un **journal électronique (blogue)** est similaire au système de gestion de contenu, mais présente des nouvelles publiées sous forme de fils de discussions, de manière chronologique ou avec un classement par thèmes.

Un **wiki** est un aussi système de gestion de contenu de site Web qui rend les pages Web librement et également modifiables par tous les visiteurs autorisés. On utilise les wikis pour faciliter l'écriture collaborative de documents avec un minimum de contraintes. C'est un système de gestion de contenu d'où la chaîne de publication est absente.

Un **portail** Web est un site internet qui offre une porte d'entrée unique sur un large panel d'information, de ressources et de services (nouvelles, courrier électronique, divertissement, commerce électronique, répertoires, forum de discussion, espaces de publication, moteur de recherche) centrés sur un domaine ou une communauté particulière. C'est la communauté virtuelle la plus complète.

Le **commerce électronique** désigne l'échange de biens et de services entre deux entités sur les réseaux informatiques.

Contacts

Parler Haut, Interagir Librement

Philippe Gamache
Propriétaire

830 Prieur App. 6
Longueuil, Québec J4J 1C1

(514) 667-0770

<http://www.ph-il.ca>

info@ph-il.ca

La Page à Melkor

<http://www.lapageamelkor.org> <http://www.cidromel.ca> <http://www.festivalshistoriques.ca>
<http://www.grandeur-nature.ca> <http://www.jeuxderoles.ca> <http://www.loisirshistoriques.ca>
info@lapageamelkor.org

Tilt Tek

<http://www.tilttek.com>

info@tilttek.com

Naheulbeuk au Québec

<http://www.naheulbeukauquebec.com> <http://www.naheulbeukauquebec.ca>
info@naheulbeukauquebec.com

PHPortail

<http://www.phportail.net>
<http://www.phportail.org>

<http://www.phportail.ca>

<http://www.phportail.com>

info@phportail.net

2 La Page à Melkor

Qui est La Page à Melkor?

La Page à Melkor est la plus connue des pages Web consacrées aux loisirs de simulations (jeu de rôle, grandeur nature, meurtres et mystères, et plus) et aux loisirs historiques (récréation, récréation, etc.). Depuis ses débuts en 1996, elle est considérée comme le répertoire québécois le plus complet dans le domaine. Sa croissance constante lui confère un renom indéniable sur le marché. *La Page à Melkor* recense les sites Web du Québec et propose une navigation thématique. C'est le site par excellence pour toutes les activités de loisirs de simulations et de loisirs historiques sur le net.

Un **jeu de rôle** (couramment abrégé en JdR) est un jeu de société dans lequel plusieurs participants créent ou vivent ensemble une histoire par le biais de dialogues, où les joueurs sont amenés à assumer l'identité de personnages fictifs ayant des pouvoirs souvent fort différents des leurs. Mis dans une situation d'aventure par le maître de jeu, les joueurs doivent réagir comme s'ils étaient le personnage fictif. Comme la plupart des jeux de société, les jeux de rôle se jouent le plus souvent autour d'une table. Dés, papier et crayons constituent l'essentiel des accessoires nécessaires.

Les joueurs s'appellent des **rôlistes** (néologisme créé dans les années 1990).

Le **jeu de rôle grandeur nature** (appelé parfois Grandeur Nature, jeu de rôle « en live », « live action role playing » ou encore semi-réel par les joueurs, abréviations courantes : GN, live et LARP) est un jeu de rôle. Les joueurs y campent un personnage évoluant dans un univers imaginaire, le temps d'une partie. À la différence du théâtre, les joueurs ne connaissent ni la fin de l'histoire ni le rôle des autres joueurs. L'histoire naît de l'interaction de chacun et avec les éléments prévus par les organisateurs dans le scénario. Dans plusieurs grandeur nature s'ils sont mis dans une situation de combat, les joueurs s'affrontent à l'aide d'armes en mousse; d'autres sortes de pouvoirs peuvent être simulées par divers artifices, mais en général, les règles sont très simplifiées par rapport aux jeux de rôle.

Un **meurtre et mystère** est une forme de jeu de rôle grandeur nature. Termes apparentés : soirée enquête, huis clos mystère, un « murder party ». C'est un jeu consistant à résoudre une énigme policière, en incarnant les protagonistes de l'histoire. Il s'agit d'une forme de jeu de rôle, en grandeur nature, un croisement entre théâtre d'improvisation, jeu d'enquête, aventure policière. L'un des intérêts principaux du jeu est de jouer les rôles des personnages d'une histoire criminelle.

La **récréation historique** est un passe-temps dont les adeptes aiment se mettre dans la peau de personnages qui ont vécu ou qui auraient réellement pu vivre à une autre époque. Il ne s'agit pas d'une aventure ou d'un jeu organisé, mais d'une tentative de simuler le plus fidèlement possible le quotidien des personnages que l'on assume. Les combats, s'il y en a, sont généralement des démonstrations à l'amiable de techniques de combat à l'aide d'armes réelles, mais non affûtées ou chargées à blanc.

La Page à Melkor offre des liens vers les clubs de jeux de rôle, vers les grandeur nature, les groupes de récréation médiévale et les boutiques de jeux, de costumes, d'armuriers et d'artisans. On y trouve aussi le calendrier des activités le plus complet au Québec, des petites

annonces, un forum de discussion ainsi qu'un canal de clavardage. Elle utilise pour ce faire un logiciel dont une grande partie a été faite sur mesure pour le site et un serveur qui garantit un accès constant.

La Page à Melkor offre aux entreprises et regroupements l'occasion d'augmenter leur visibilité à faible coût comparativement aux médias traditionnels. Pour faire partie de notre répertoire, aucuns frais ne sont demandés, pourvu que vous oeuvriez de près ou de loin dans les champs d'intérêt du site. Vous pouvez augmenter votre visibilité dans ces listes en devenant un « *Compagnon de Melkor* » ou un partenaire. Nous offrons aussi la publicité traditionnelle par bannière publicitaire.

Finalement, *La Page à Melkor* profite d'une campagne publicitaire dans les médias traditionnels et électroniques du milieu, ainsi qu'un nombre de partenariats, ce qui contribue à faire connaître la page à travers le pays. Elle participe aussi à diverses foires commerciales et événements promotionnels et en commandite même quelques-uns. Prenez donc quelques instants pour vous accoutumer avec le contenu des différents segments de notre site Web.

Son mandat

La Page à Melkor se veut le lieu de rendez-vous pour les amateurs de loisirs de simulations et loisir historique au Québec. Pour ce faire, nous nous sommes donnés pour mission de créer le portail d'information le plus complet et de créer une communauté virtuelle vivante et complète.

Ce mandat comporte un grand nombre d'objectifs spécifiques :

- Renforcer la reconnaissance et la visibilité du jeu de rôle, du grandeur nature et du loisir historique comme activité de loisir;
- Assurer la plus grande diffusion possible des nouvelles concernant les activités de jeux de rôle, de grandeur nature et de loisir historique;
- Renforcer la visibilité et la réputation des entreprises, des artisans et des initiatives bénévoles dans les activités de jeux de rôle, de grandeur nature et de loisir historique;
- Encourager et favoriser l'émergence d'une communauté organisée de rôlistes et d'amateurs de loisir historique;
- Encourager et favoriser l'émergence d'un réseau organisé de boutiques et d'artisans québécois dans le domaine du jeu de rôle et des produits utiles pour les grandeur nature et les loisirs historiques;
- Créer des ponts entre ces deux communautés, afin que chacune puisse croître et s'épanouir au contact de l'autre;
- Recueillir des données sur le marché et fournir des résultats mesurables;
- Promouvoir la page elle-même ainsi que ses services;
- Rester neutre et objectif.

Pour pouvoir remplir notre mandat, nous procédons des façons suivantes (italique pour les items en projet) :

- Création et gestions d'un portail et d'une communauté sur le web
- Petites annonces
- *Articles divers*
- Chat (*Salles séparées par sujet*)
- Concours
- *Jeux*
- Nouvelles
- *Articles sur les jeux de rôle;*
- Calendrier des activités des clubs et congrès;
- Forum sur les jeux de rôle et les clubs;
- Liste des clubs de jeux de rôle;
- *Listes des compagnies de jeux de rôle;*
- *Listes des jeux de rôle;*
- *Listes de liens intéressants sur les jeux de rôle;*
- Outils pour les joueurs et maître de jeux;
- Dés
 - *Générateur de donjons*
 - *Générateur de noms*
 - *Générateur de personnages*
 - *Générateur de villes et villages*
- *Trucs et astuces;*
- *Articles sur les grandeur nature;*
- Calendrier des grandeur nature;
- Forum de discussion sur les grandeur nature;
- Liste des grandeur nature;
- *Listes de liens intéressants pour les grandeur nature;*
- *Articles sur les loisirs historiques;*
- Calendrier des activités de loisir historique et les festivals;
- Forum de discussion sur le loisir historique;
- Liste des clubs de loisir historique;
- *Liste des festivals à caractère historique;*
- *Articles sur les artisans et boutiques;*
- Calendrier des activités des artisans;
- Forum sur les artisans et boutiques;
- Liste des artisans et boutiques;
- Système de recherche dans les *articles*, listes et forums;
- Création et gestions d'une carte privilège (« *Les Compagnons de Melkor* »);
- Articles dans plusieurs médias papier ou électroniques;
- Organiser des journées spéciales d'activités, par exemple, des journées de jeux de rôles, la tournée *Cidromel*, etc.
- Présence dans plusieurs festivals, salons, colloques, séminaires, congrès, assemblées, sommets, conférences, expositions, symposiums et autres activités.

Démographie

En 2001, nous avons fait un sondage démographique sur les utilisateurs de *La Page à Melkor*. Celui-ci avait été fait avant la nouvelle grille graphique plus professionnelle et avant l'ajout de la section récréation médiévale (devenue Loisir historique depuis). De plus, notre nombre de visiteurs a triplé depuis l'époque.

Âge et sexe

Ces pourcentages, calculés pour *La Page à Melkor* en 2001, montrent les mêmes statistiques sous deux jours différents. Le premier tableau montre l'apport de chaque groupe d'âge et de sexe au total du nombre de membres du site. Le second tableau divise d'abord le groupe entre hommes et femmes, puis indique le poids relatif de chaque tranche d'âge dans chaque groupe.

	Homme	Femme	Non Disponible	Total
Non Disponible	0 %	0 %	8 %	8 %
15-17 ans	16 %	2 %	2 %	20 %
18-21 ans	28 %	6 %	0 %	34 %
22-24 ans	10 %	2 %	0 %	12 %
25-30 ans	14 %	4 %	0 %	18 %
31-35 ans	8 %	0 %	0 %	8 %
Total :	76 %	14 %	10 %	100 %

Table 3 Démographie : Apport de chaque cohorte au total

	Homme	Femme	Non Disponible
Non Disponible	0 %	0 %	80 %
15-17 ans	19 %	14 %	20 %
18-21 ans	33 %	43 %	0 %
22-24 ans	13 %	14 %	0 %
25-30 ans	16 %	29 %	0 %
31-35 ans	10 %	0 %	0 %

Table 3 Démographie : Poids de chaque tranche d'âge, ventilé par sexe

Régions

Non Disponible	8 %
Abitibi-Témiscamingue	2 %
Bas-Saint-Laurent	2 %
Cantons-de-l'Est	16 %
Centre du Québec	8 %
Chaudière-Appalaches	8 %
Laurentides	6 %
Manicouagan	4 %
Mauricie	6 %
Montérégie	4 %
Montréal	26 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	4 %
Région de Québec	6 %

Table 4 Démographie : Régions

Les données ont été compilées à l'aide du questionnaire administré à la fin de 2001. Il indique que les répondants proviennent de toutes les régions du Québec, mais ne sont pas toujours relatifs à leur poids démographique réel.

L'analyse du journal, indique que les usagers canadiens dominant la fréquentation, suivie d'assez loin par les Français et les Belges. Les usagers d'origine difficile à déterminer sont habituellement répertoriés comme Américains par les systèmes informatisés, mais pour la plupart, ce sont sans aucun doute des Canadiens, des Français et des Belges eux aussi.

Pays	
Canada	83 %
France	11 %
États-Unis	4 %
Belgique	1 %
Autres	1 %

Table 5 Répartition par pays

Visites

Le nombre de visiteurs différents est compilé par le journal du site. En 2001, *La Page à Melkor* enregistrait environ 1,200 visiteurs uniques par mois. En 2007, ce nombre oscille entre 4,500 et 8,000, selon la saison. *La Page à Melkor* a par ailleurs demandé à ses membres à quelle fréquence ils visitaient le site lors de son sondage de 2001.

Plusieurs fois par jour	2 %
Plusieurs fois par semaine (mais pas tous les jours)	10 %
Une fois par semaine	18 %
Plusieurs fois par mois	14 %
une fois par mois	18 %
Rarement	8 %
Première fois	28 %
Non Disponible	2 %

Table -F Démographie : Fréquence des visites

3 Naheulbeuk au Québec

Qui est la Naheulbeuk au Québec?

Naheulbeuk au Québec est une création récente (septembre 2004) qui a affiché plus de 100,000 pages dans son premier mois d'existence. Elle existe essentiellement comme témoignage de la tournée de septembre 2004 et août 2005 d'un groupe de musiciens français appelé le *Naheulband*. Lors de son passage au Québec, le *Naheulband* a joué dans des salles réputées et y a reçu des ovations monstre. un site créé à l'automne de 2004

Le *Naheulband* joue un mélange de chansons « rôlistes » humoristiques et d'airs traditionnels, médiévaux et celtiques plus classiques. Le leader du groupe, POC (**John Lang**) s'est fait connaître partout dans la francophonie en enregistrant le *Donjon de Naheulbeuk*, une parodie audio de *Donjons et Dragons* en plusieurs épisodes. John Lang est considéré par plusieurs comme l'équivalent français de François Pérusse et les textes de ses aventures et chansons sont cités sans arrêt dans tous les grandeurs nature et rassemblements de jeux de rôle du Québec.

Le site *Naheulbeuk au Québec*, qui profite du soutien officiel de John Lang et du *Naheulband*, se veut le point de chute du fan-club québécois officiel. Ses membres sont, pour la plupart, des adolescents et de jeunes adultes jouant à des jeux de rôle et également actifs dans le monde des grandeurs nature. Beaucoup aiment se costumer et possèdent une garde-robe médiévale et ou fantastique et de nombreux accessoires (armes de mousse ou de métal, armures, bijoux, etc.). Ce sont aussi, par définition, des amateurs de musique médiévale, traditionnelle et celtique.

Depuis peu, nous avons aussi ajouté quelques sections des activités connexes du *Naheulband*. *Les Aventures du NHL Survivaure*, une série d'aventures à l'image du *Donjon de Naheulbeuk*, mais dans un univers de science-fiction (par exemple *Star Wars* et *Star Trek*).

Son mandat

Le site *Naheulbeuk au Québec* se veut un lieu de rendez-vous pour les amateurs québécois du *Donjon de Naheulbeuk* et de son pendant musical, le groupe français le *Naheulband*. Ce portail très complet comporte de l'information à jour et de nombreuses anecdotes sur les activités de John Lang et de ses collaborateurs, des photos des tournées, les fichiers audio du *Donjon de Naheulbeuk* à télécharger et une communauté d'utilisateurs extrêmement active.

Le mandat du site *Naheulbeuk au Québec* consiste à :

- Mieux faire connaître l'univers parodique audio imaginé par John Lang dans le *Donjon de Naheulbeuk* et transposé en musique sur scène par le *Naheulband*;
- Mieux faire connaître l'univers parodique audio imaginé par Knarf dans les *Aventures du NHL Survivaure* et transposé en musique sur scène par le *Naheulband dans l'espace*;
- Permettre aux admirateurs de s'exprimer dans la bonne humeur sur des sujets reliés au *Donjon de Naheulbeuk*, aux *Aventures du NHL Survivaure* et au *Naheulband* ou reliés à leur vie de rôlistes et d'amateurs de grandeur nature;
- Faire connaître aux admirateurs diverses ressources qui peuvent leur être utiles, notamment *La Page à Melkor* et sa liste de boutiques et d'artisans;
- Mieux faire connaître le *Naheulband* et les moments forts de sa tournée 2004 et 2005;
- Faire connaître aux admirateurs diverses ressources distribuant les produits du *Naheulband*, du *Donjon de Naheulbeuk* ou des *Aventures du NHL Survivaure*;
- Faire connaître à l'avance les détails des tournées futures, afin d'en maximiser la fréquentation.

Le site comporte les caractéristiques suivantes :

- Une section de nouvelles régulièrement tenue à jour sur le *Naheulband* et sur le *Donjon de Naheulbeuk*;
- Une section de photos comportant plusieurs centaines de photos officielles des tournées, en plus du matériel fourni par les membres du *Naheulband* et leurs ventilateurs;
- Une section de fichiers à télécharger comportant l'ensemble des épisodes du *Donjon de Naheulbeuk*, divers enregistrements reliés et les nouveautés;
- De l'information sur les activités de la page (journée de jeux de rôle par exemple).

Démographie

Le site *Naheulbeuk au Québec* n'a pas encore fait de sondage à grande échelle, mais il compile automatiquement certaines données démographiques sur ses usagers. Nous transcrivons ici les données qui sont disponibles en ce moment.

Âge et sexe

Les données compilées à l'automne de 2004 n'indiquent que le poids de chaque cohorte par rapport à l'ensemble des membres.

	Homme	Femme	Non Disponible
14 ans ou moins	1 %	0 %	0 %
15-18 ans	13 %	7 %	0 %
19-25 ans	31 %	13 %	1 %
26-35 ans	17 %	6 %	4 %
36 ans et plus	3 %	3 %	0 %

Table 7 Démographie : Apport de chaque cohorte au total

Régions

Les données ont été compilées à l'aide d'un petit sondage interne auquel le tiers des membres du site ont répondu. Il paraît un peu plus proche de la réalité démographique québécoise et rend aussi compte de la fréquentation du site par un nombre appréciable d'Européens.

Région	
Montréal/Laval/Rive-Sud	36 %
Montérégie (sauf Rive-Sud)	0 %
Estrie	4 %
Outaouais	0 %
Laurentides/Lanaudière	11 %
Mauricie	0 %
Centre du Québec/Bois Francs	0 %
Québec et banlieue	13 %
Beauce/Chaudière-Appalaches	4 %
Bas-Saint-Laurent/Gaspésie/îles	0 %
Abitibi/Témiscamingue	0 %
Saguenay/Lac Saint-Jean	2 %
Côte-Nord/Nouveau-Québec	0 %
Ailleurs au Canada	0 %
France	15 %
Belgique	2 %
Suisse	2 %
Ailleurs dans le monde	2 %

Table 8 Démographie : Régions

Pays	
Canada	67 %
France	24 %
Belgique	3 %
États-Unis	3 %
Autres	3 %

Table 9 Répartition par pays

L'analyse du journal indique que les usagers canadiens dominent la fréquentation, suivis d'assez loin par les Français et les Belges. Les usagers d'origine difficile à déterminer sont habituellement répertoriés comme Américains par les systèmes informatisés, mais pour la plupart, ce sont sans aucun doute des Canadiens, des Français et des Belges eux aussi. Le sondage réalisé sur le site *Naheulbeuk* au Québec, qui ne relève aucun usager canadien hors Québec, donne à penser que la quasi-totalité de ces usagers « canadiens » provient en fait du Québec seulement.

Visites

Le nombre de visiteurs différents est compilé par le journal du site. La moyenne de visiteurs uniques se situe entre 5100 et 6200 chaque mois. Ce nombre a atteint 13203 lors de la tournée du *Naheulband* en 2005, et d'environ 8000 le mois précédent et le mois suivant.

4 Les Compagnons de Melkor

Qui sont les Compagnons de Melkor?

La carte des « *Compagnons de Melkor* » est une carte privilège qui permet au détenteur d'obtenir plusieurs privilèges, offres et services à coût réduit. Elle permet aux commerçants de rejoindre une nouvelle clientèle et à l'opérateur de système d'offrir toujours plus d'informations et de services. Elle est actuellement offerte au coût de 20 \$.

Les privilèges qu'offre la carte des *Compagnons de Melkor* sont les suivants :

- Rabais chez des commerçants (la liste des commerçants participants se trouve ici : <http://www.lapageamelkor.org/carte.php>);
- Rabais lors de l'inscription aux grandeurs nature (la liste des grandeurs nature participants se trouve ici : <http://www.lapageamelkor.org/carte.php>);
- Concours et tirages;
- Placement préférentiel en tête de liste pour les liens ajoutés par les membres sur *La Page à Melkor*;
- 10 % de rabais sur l'achat de bannières publicitaires;
- et encore plus...

Pour devenir compagnons, allez sur la page (<http://www.lapageamelkor.org/carte.php>) des « *Compagnons de Melkor* » pour avoir plus d'information.

Pour les partenaires, la carte de membre, numérotée, personnalisée et dotée d'une date d'expiration, pourra être comparée en ligne à la base de données de *La Page à Melkor* pour plus de sécurité.

Partenaires

Pour pouvoir offrir des rabais et des offres aux membres des « *Compagnons de Melkor* », nous avons besoin de partenaires pour celle-ci. Nous recherchons donc des commerçants, des artisans ou des organisateurs d'événements qui s'engagent à offrir des rabais ou des avantages aux détenteurs de la carte. Si vous achetez votre carte, vous devenez un « *Compagnon de Melkor* », si vous offrez des rabais, vous devenez un partenaire.

Pourquoi être partenaire des Compagnons de Melkor?

Un partenariat avec *La Page à Melkor* vous rapporte avant même d'avoir payé un seul sou, car le placement préférentiel dans la liste des boutiques et artisans du site augmente le nombre de clics de la part autant des non-membres que des membres de *La Page à Melkor*. De plus, contrairement aux autres formes de publicité dont le rapport coût/bénéfice reste incertain, vous ne payez (sous la forme d'un rabais au client) qu'au moment où une vente est effectivement conclue.

En plus de ces gains assurés, être un *Compagnon de Melkor* peut constituer un atout pour de nombreux autres aspects de votre cycle de vente comme:

- de faire connaître vos produits et services à peu de frais;
- d'atteindre vos objectifs en matière de portée et de fréquence;
- de diffuser des messages hautement ciblés;
- de générer des clients potentiels ciblés;
- de créer une fidélité;
- de fournir des résultats mesurables;
- d'augmenter le nombre d'inscriptions en ligne;
- d'accroître des téléchargements;
- de diffuser des publications;
- de renforcer vos fonctions de commerce électronique.

Pour ce faire, *La Page à Melkor* donne une visibilité accrue à ses partenaires de plusieurs façons :

- Liste dans un répertoire spécial dans la section *Compagnons de Melkor* (<http://www.lapageamelkor.org/carte.php>)
- Placement préférentiel en tête de liste dans nos différents répertoires (avant les Compagnons, mais après les partenaires qui sont aussi *Compagnons de Melkor*);
- Une liste sur papier des partenaires sera aussi envoyée en même temps que la carte aux *Compagnons de Melkor*.
- Enfin, les partenaires recevront un rabais de 10 % sur tous leurs achats de publicité sur *La Page à Melkor* (15 % pour les partenaires et *Compagnons de Melkor*).

Bref, *La Page à Melkor* vous offre un excellent moyen d'accroître votre visibilité auprès d'une clientèle ciblée pour un prix pratiquement nul!

Règles pour devenir partenaire des Compagnons de Melkor

Les politiques ci-dessous énumèrent un certain nombre de directives que doivent respecter les partenaires :

1. Placer l'affiche de partenaire ou en faire mention de façon évidente sur le lieu de vente;
2. Participer à la promotion de *La Page à Melkor* et à la carte des *Compagnons de Melkor*, en en parlant à ses clients ou en affichant le logo sur le site Web, par exemple..
3. *La Page à Melkor* n'endosse ou ne recommande aucun produit ou service de ses commanditaires, privés, gouvernementaux ou autres.
4. Les partenaires sont autorisées à faire mention de leur statut de partenaire dans leurs promotions en tant qu'illustration de leur participation au programme des *Compagnons de Melkor*. L'usage du nom et du logo de *La Page à Melkor* ne doit toutefois pas donner à penser que *La Page à Melkor* endosse ou recommande l'un ou l'autre des produits ou services annoncés.
5. *La Page à Melkor* se réserve le droit de décliner les offres de partenariat issues de compagnies dont les produits ou activités ont, de son point de vue, un impact négatif sur le bien-être des enfants et adolescents ou qui lui apparaissent en contradiction avec sa mission. L'application de cette directive exclut, par exemple, la possibilité de partenariat venant des industries du tabac.
6. Le partenaire doit s'assurer que toutes ses offres seront effectuées légalement.

Dépositaire

Les dépositaires sont des partenaires à un niveau plus élevé. Ceux-ci vendent directement la carte des *Compagnons de Melkor*.

Pourquoi être dépositaire des « Compagnons de Melkor »?

En plus des avantages d'être Partenaire, les dépositaires ont quelques autres avantages. Comme pour acheter une carte, le client doit venir vous voir sur place, cela permet :

- De faire connaître vos produits et services de façon rentable;
- de créer une fidélité encore plus grande;
- de diffuser des messages hautement ciblés;
- de générer des clients potentiels ciblés;
- de fournir des résultats mesurables.

Pour ce faire, *La Page à Melkor* offre une visibilité accrue à ses dépositaires de plusieurs façons :

- Tous les avantages d'être partenaire;
- Liste dans un répertoire spécial dans la section *Compagnons de Melkor* (<http://www.lapageamelkor.org/carte.php>) qui définit aussi les dépositaires;
- Pour chaque carte vendue, les dépositaires reçoivent un bloc de 1000 affichages gratuits de leur bandeau publicitaire *La Page à Melkor*, ainsi qu'un nombre supplémentaire d'affichages couvrant les frais de poste encourus.

Bref, *La Page à Melkor* vous offre un excellent moyen d'accroître votre visibilité auprès d'une clientèle ciblée pour un prix pratiquement nul!

Règles pour devenir dépositaire

Les politiques ci-dessous énumèrent un certain nombre de directives que doivent respecter les dépositaires (des exceptions pour les grandeurs suivront):

1. Être partenaire depuis plus d'un an;
2. Suivre les règles applicables aux partenaires;
3. Avoir pignon sur rue;
4. Avoir placé l'affiche de partenaire de façon évidente;
5. Avoir participé activement à la promotion de *La Page à Melkor* et à la carte des *Compagnons de Melkor*.
6. Les dépositaires sont autorisées à faire mention de leur statut de dépositaire dans leurs promotions en tant qu'illustration de leur participation au programme des *Compagnons de Melkor*. L'usage du nom et du logo de *La Page à Melkor* ne doit toutefois pas donner à penser que *La Page à Melkor* endosse ou recommande l'un ou l'autre des produits ou services annoncés.
7. *La Page à Melkor* se réserve le droit de décliner les offres issues de compagnies dont les produits ou activités ont, de son point de vue, un impact négatif sur le bien-être des enfants et adolescents ou qui lui apparaissent en contradiction avec sa mission. L'application de cette directive exclut, par exemple, la possibilité de partenariats venant des industries du tabac.
8. Le dépositaire ne peut prendre de profit sur la vente de la carte.
9. Le dépositaire doit s'assurer que toutes ventes sont effectuées légalement.

Les grandeurs nature peuvent être dépositaire de la méthode habituelle ou suivre les règles suivantes :

1. Exister depuis plus d'un an;
2. Avoir plus de trente joueurs actifs;
3. Placer l'affiche de partenaire ou en faire mention de façon évidente sur le lieu de vente;
4. Participer activement à la promotion de *La Page à Melkor* et à la carte des *Compagnons de Melkor*, en en parlant à ses joueurs et en affichant le logo sur le site Web, par exemple.
5. Les dépositaires sont autorisées à faire mention de leur statut de dépositaire dans leurs promotions en tant qu'illustration de leur participation au programme des *Compagnons de Melkor*. L'usage du nom et du logo de La Page à Melkor ne doit toutefois pas donner à penser que *La Page à Melkor* endosse ou recommande l'un ou l'autre des produits ou services annoncés.
6. *La Page à Melkor* se réserve le droit de décliner les offres issues de grandeurs nature dont les activités ont, de son point de vue, un impact négatif sur le bien-être des enfants et adolescents ou qui lui apparaissent en contradiction avec sa mission.
7. Le dépositaire ne peut prendre de profit sur la vente de la carte.
8. Le dépositaire doit s'assurer que toutes ventes sont effectuées légalement.

5 Parrainages

Bien que *La Page à Melkor* et *Naheulbeuk au Québec* appartiennent à *Parler Haut, Interagir Librement*, qui est une société à but lucratif, il s'agit en fait de pages faites en marge de nos opérations commerciales et animées par de nombreux bénévoles. Elles existent afin servir et de remercier la communauté des rôlistes, amateurs de loisir historique et artisans/boutiques, à laquelle le propriétaire de *Parler Haut, Interagir Librement* est fier d'appartenir à titre privé.

En raison de cette vocation gratuite et en marge de nos opérations commerciales, le site a besoin de l'appui de la communauté qu'il appuie, notamment pour encourager les bénévoles qui font de *La Page à Melkor* et de *Naheulbeuk au Québec* les meilleurs sites en leur genre. C'est pourquoi nous avons établi une politique de commandites qui préserve l'indépendance et l'intégrité des sites, sans être fermée à certaines ententes spéciales.

En plus des avantages négociés à la pièce, nos politiques sont les suivantes. Le nom de tous les parrains apparaît sur la page « Parrainages » de *La Page à Melkor* ou fait l'objet d'une mention dans le forum de *Naheulbeuk au Québec*. Dans le cas d'un parrainage pour un projet spécial, elle est également présente dans les pages consacrées à ce projet, selon les termes négociés pour ce parrainage.

Dans le cas d'un parrainage destiné à l'une ou l'autre des équipes de bénévoles, *La Page à Melkor* et *Naheulbeuk au Québec* remettent au parrain l'équivalent de 50 % de la valeur marchande du produit ou service (avant taxes) en impressions de bannière publicitaire sur le site.

Les politiques ci-dessous énumèrent un certain nombre de directives que doivent respecter les parrains.

1. Deux types de parrainages sont acceptés :
 - i. Pour l'équipe ou la page : un parrain offre à l'équipe de bénévoles de *La Page à Melkor* ou de *Naheulbeuk au Québec* du matériel, des services ou de l'argent, ce qui réduit les frais divers ou publicitaires encourus par les bénévoles dans ses activités connexes;
 - ii. Projets spéciaux : un parrain offre des prix, du matériel, des services ou de l'argent pour une activité spéciale ou un concours.
2. L'identification sur nos sites se limite à la raison sociale du parrain et ne fait pas référence à aucun produit ou service spécifique sauf dans le cas d'un prix d'un concours ou prix de présence pour une activité spéciale.
3. Pour un parrainage pour une activité spéciale, le parrain est identifié sur les bannières accrochées dans les espaces ouverts sur les lieux de l'activité, selon les termes négociés pour ce parrainage.
4. L'identification où le logo du parrain peut apparaître sur le matériel offert, mais cette identification ne doit en aucun cas, réduire la sécurité, réduire l'esthétique ou être de mauvais goût.
5. Les compagnies dont le parrainage a été accepté sont autorisées à en faire mention dans leurs promotions, en tant qu'illustration de leur appui aux activités *La Page à Melkor* ou de *Naheulbeuk au Québec*. L'usage du nom et du logo de *La Page à Melkor* ou de *Naheulbeuk au Québec* ne doit toutefois pas donner à penser que *La Page à Melkor* ou *Naheulbeuk au Québec* endosse ou recommande l'un ou l'autre des produits ou services annoncés.
6. *Parler Haut, Interagir Librement* garde le contrôle exclusif du contenu de ses logiciels et de ses sites Web
7. *La Page à Melkor* et *Naheulbeuk au Québec* n'endossent ou ne recommandent aucun produit ou service de ses commanditaires, privés, gouvernementaux ou autres.
8. *La Page à Melkor* et *Naheulbeuk au Québec* se réservent le droit de décliner les offres de parrainage des compagnies dont les produits ou activités ont, de son point de vue, un impact négatif sur le bien-être des enfants et adolescents ou qui lui apparaissent en contradiction avec sa mission. L'application de cette directive exclut, par exemple, la possibilité de parrainage venant des industries du tabac, mais pas celle des boissons alcoolisées dans le cas d'activités destinées aux majeurs où l'alcool serait permis.
9. Le parrain devra s'affranchir des taxes requises pour les prix remis lors de concours ou d'activités spéciales.
10. Le parrain doit s'assurer que tous parrainages sont effectués légalement.

6 Publicités

Pourquoi faire de la publicité sur l'un de nos sites?

Une étude sur le rendement de la publicité en ligne, effectuée par le Bureau canadien de la Publicité Internet, démontre que lorsque des clients sont exposés au moins une seule fois à une annonce en ligne, il en résulte régulièrement des améliorations en ce qui concerne :

- La reconnaissance de la campagne publicitaire;
- la reconnaissance de la marque;
- la communication des caractéristiques du produit;
- les intentions d'achat.

Une campagne publicitaire sur *La Page à Melkor* ou sur *Naheulbeuk au Québec* peut constituer un atout pour de nombreux aspects de votre cycle de vente, en vous permettant de concrétiser une vaste gamme d'objectifs dans le cadre de campagnes destinées aux consommateurs ou aux entreprises. Ces objectifs de haut niveau peuvent être :

- de faire connaître vos produits et services de façon rentable;
- d'atteindre vos objectifs en matière de portée et de fréquence;
- de diffuser des messages hautement ciblés;
- de générer des clients potentiels ciblés;
- de fournir des résultats mesurables;
- d'établir et d'améliorer les relations avec les clients;
- d'augmenter le nombre d'inscriptions en ligne;
- d'accroître des téléchargements;
- de diffuser des publications;
- de promouvoir des événements spéciaux;
- de collecter des données sur le marché;
- de renforcer vos fonctions de commerce électronique.

Grille tarifaire

Notre technique publicitaire est la bannière. Il s'agit du moyen publicitaire le plus courant sur le Web qui renvoie à un autre site Web et celui offert par La Page à Melkor et Naheulbeuk au Québec. La **bannière** est une bande image de 468 par 60 pixels qui est en haut de chacune des pages du site Web

Nos prix sont fixés par tranche de 1000 impressions. Une **impression** est le terme utilisé pour désigner la transmission d'une publicité sur une page Web. Le nombre d'impressions détermine le coût des annonces en ligne dans les modèles de tarification au **coût par mille (CPM.)** qui est le coût de l'impression d'un millier de bannières

Par exemple, si vous voulez acheter 10000 impressions, le prix est de 10 x 8.00 \$, soit 80 \$. Si vous voulez acheter 60 000, le prix est de 60 x 6 \$, soit 360 \$. Les rabais ne s'appliquent qu'à une seule commande et ne sont pas cumulables entre commandes effectuées à des dates différentes.

Notre taux de clics s'échelonne généralement de 1,5 % à 6,0 % pour les bannières publicitaires. Le **taux de clics (CTR, Clickthrough Rate)** est le nombre de clics, divisé par le nombre d'impressions, exprimé sous forme de pourcentage. Le **clic** est l'action de cliquer sur une bannière ou tout autre type de publicité, qui permet à l'utilisateur d'accéder (généralement) au site Web de l'annonceur. Par exemple, votre taux de clics est de 1 % si votre annonce est présentée à 100 personnes et qu'une personne clique sur l'annonce et est dirigée vers votre site.

Le nombre minimal d'une commande, pour les grandeur nature, les clubs de jeux de rôle, les groupes de loisir historique et autres groupes à but non lucratif, est de 5000 impressions de bannières. Pour les artisans, commerces et autres entreprises à but lucratif, le nombre est de dix mille (10 000) impressions.

La commande peut s'appliquer soit sur de la publicité destinée à *La Page à Melkor*, la publicité destinée à *Naheulbeuk au Québec* ou la publicité destinée aux deux sites. Dans le cas d'une publicité destinée aux deux sites, il ne nous est pas possible de garantir un nombre donné d'impressions sur l'un ou l'autre des sites. Pour obtenir un nombre garanti d'impressions sur l'un et sur l'autre, il faut passer deux commandes séparées.

Les *Compagnons de Melkor* et les partenaires des *Compagnons de Melkor* ont droit à une réduction de 10 %. Ceux qui sont à la fois Compagnons et partenaires ont droit à une réduction supplémentaire de 5 %, pour une économie totale de 15 %. Les trois colonnes du tableau suivant résument les prix réguliers et les prix réduits. Veuillez noter que ces prix et ces réductions s'appliquent autant aux achats sur *La Page à Melkor* que ceux sur *Naheulbeuk au Québec*.

Nombre d'impressions	Prix régulier	Compagnons de Melkor ou partenaires	Compagnons de Melkor et Partenaires	Exemples
5 000 - 25 000	8.00 \$ CPM	7.20 \$ CPM	6.80 \$ CPM	80 \$ pour 10 000
26 000 - 50 000	7.00 \$ CPM	6.30 \$ CPM	5.95 \$ CPM	350 \$ pour 50 000
51 000 - 100 000	6.00 \$ CPM	5.40 \$ CPM	5.10 \$ CPM	600 \$ pour 100 000
101000 +	5.00 \$ CPM	4.50 \$ CPM	4.25 \$ CPM	1 000 \$ pour 200 000

Table 8 : Prix par mille impressions

Spécifications techniques

Les bannières doivent être de 468 pixels de large par 60 pixels de haut. Leur poids maximal est de 41ko. Nous acceptons les formats suivants : GIF, GIF animé, JPEG et PNG.

Les **GIF (Graphic Interchange Format)** sont un format d'image largement utilisé sur Internet. Utilisé en particulier avec des images montrant de grandes surfaces d'une même couleur (c.-à-d. Logo, boutons, etc.)

Les **GIF animés** sont des animations créées par l'assemblage de plusieurs images GIF dans un fichier. Le résultat obtenu produit un effet d'animation.

Les **JPEG (Joint Photographic Experts Group)** sont un format de fichier graphique habituellement utilisé pour les photographies et les images comportant un grand nombre de couleurs et de tonalités.

Les **PNG (Portable Network Graphics)** sont un format de fichier graphique, semblable au GIF mais pouvant contenir un grand nombre de couleurs et de tons.