

Préambule

La Charte du fandom a pour but de mettre en place un code de conduite et d'éthique commune aux signataires de celle-ci. Elle permet aux lecteurs, auditeurs, followers, fans et abonnés d'identifier les créateurs qui s'engagent auprès de leurs publics et du fandom, mais aussi de leurs co-signataires, à fournir un contenu respectueux.

Elle propose des codes clairs et communs, pour permettre à tous d'identifier et de comprendre la nature d'une information et sa fiabilité.

Toute personne estimant qu'un contenu produit par un signataire de la charte ne répond pas aux exigences de celle-ci peut le signaler par mail à l'adresse suivante (voir Signalements et sanctions). Les personnes souhaitant rejoindre la charte peuvent également soumettre leur candidature [via ce formulaire](#).

Citation de sources :

Les membres de la charte s'engagent à créditer la source de leur information. La source d'une information est celle qui a permis de rédiger le contenu. Un contenu peut avoir des sources multiples qui seront toutes créditées. L'objectif d'une source est multiple :

- Elle permet au lecteur de vérifier que l'information n'a pas été déformée.
- Elle permet au lecteur d'approfondir le sujet.
- Elle reconnaît le travail de la source à sa juste valeur.

C'est pourquoi la source doit toujours être accompagnée d'un lien URL dirigeant vers celle-ci. Lors d'une information obtenue par communiqué de presse, ne permettant pas l'ajout d'une URL, les adhérents de la charte précisent « Par communiqué ».

Les membres de la charte créditent leur(s) source(s) ainsi :

- Site internet : source ou « Merci : Nom + URL (si applicable) ».
- Twitter : @source. Si le nombre de caractères le permet, lien de l'article/vidéo/post source. Si l'information est relayée dans une image, la source sera identifiée dans celle-ci à défaut d'être taguée.
- Facebook : source : @source + URL de l'article/post précis. Les membres de la charte privilégieront le partage d'un post Facebook s'il n'y a pas de rédaction.
- Instagram : source : @source.
- YouTube : le nom des sources + URL seront indiqués *a minima* en description. Si la source est une autre vidéo YouTube et qu'il est utile de la visionner, la vidéo source sera incrustée. La source avec lien peut être ajoutée en note superposée à la vidéo.
- Podcast : mention du nom de la ou des sources. Si une grande partie de l'épisode repose sur une analyse, une opinion ou une information extérieure, mettre le lien vers cette source dans les posts associés à l'épisode.

Si une information est repérée par le biais d'un contenu qui ne sert finalement pas de base à la création du contenu du membre de la charte, il s'agit d'un relais d'information. Les membres de la charte le créditent ainsi :

- Site internet : source : [Source] via [relais d'information].
- Twitter : @source via @relai. Si le nombre de caractères le permet, lien de l'article, vidéo ou post source. Si l'information est relayée dans une image, la source sera identifiée dans celle-ci à défaut d'être taguée.
- Facebook : source : @source + lien via @relai.
- Instagram : source : @source via @relai.
- YouTube : le nom des sources + URL seront indiqués *a minima* en description. Si la source est une autre vidéo YouTube et qu'il est utile de la visionner, la vidéo source sera incrustée. La source avec lien peut être ajoutée en note superposée à la vidéo.
- Podcast : mention du nom de la ou des sources. Si une grande partie de l'épisode repose sur une analyse, une opinion ou une information extérieure, mettre le lien vers cette source dans les posts associés à l'épisode.

Cas particuliers : il est admis que dans le cas de discussions spontanées (lors d'un podcast, un live, etc.) la citation des sources n'est pas toujours possible. Néanmoins, on essaiera, *a minima*, de mentionner le site, la vidéo ou le forum d'où vient l'information le plus souvent possible.

Erratum

Lorsqu'une erreur s'est glissée dans un contenu précédent et qu'elle a été relevée, une mention en sera faite dès que possible dans les termes suivants :

- Site internet : l'article sera mis à jour pour supprimer l'information erronée et la remplacer par l'information corrigée. En bas d'article, un erratum daté indiquera « une première version de cet article stipulait que [information erronée], nous avons corrigé cette information. »
- Twitter : suppression du tweet erroné, puis nouveau tweet indiquant la vraie information ainsi que le fait qu'une mauvaise information a été précédemment relayée.
- Facebook : le post sera édité au format suivant « [Erratum date] une première version de ce post indiquait que [information erronée], nous avons corrigé cette information. »
- Instagram : le post sera édité au format suivant « [Erratum date] une première version de ce post indiquait que [information erronée], nous avons corrigé cette information. » Une nouvelle story sera publiée avec l'indication « erratum ».
- YouTube : commentaire épinglé indiquant qu'une erreur a été commise. Si l'erreur est importante, une petite introduction pour signaler l'erreur dans la vidéo suivante. Cette deuxième vidéo sera intégrée à la précédente en annotation. Dans des cas extrêmes, la suppression de la vidéo ou son basculement en privé peuvent être envisagés.
- Podcast : « Lors de l'épisode X, diffusé le [date], nous vous avons affirmé que [information erronée]. En réalité [information corrigée]. Merci à [nom/pseudo] de nous l'avoir signalé. »

Il est important, par souci de transparence, d'indiquer qu'une information inexacte a été corrigée afin que les lecteurs et lectrices ayant consulté cette information puissent constater qu'elle est erronée.

Diffusion de spoilers

Les membres de la charte s'engagent à ne pas spoiler/divulguer un élément-clé d'une œuvre nouvellement présentée (ex : livre, film, série, jeu vidéo) sans avertir au préalable son public.

Les membres de la charte s'engagent ainsi :

- À mettre en garde sur la présence de spoilers/divulgâchages dans les contenus qui en contiendraient, et ce jusqu'à 4 mois après la sortie de l'œuvre.
- À identifier graphiquement les spoilers/divulgâchages pour les séparer du reste des contenus (balises spécifiques, cadre noir à surligner, etc.).

Le spoiler/divulgâchage peut prendre la forme d'une image, extrait vidéo et/ou sonore, explicite de l'œuvre, d'une critique dévoilant trop de détails ou des éléments-clés, de la diffusion précoce d'une information importante concernant l'œuvre et son histoire. Les informations liées à la production de l'œuvre (annonce du casting, lieux de tournage, etc.) et/ou révélées dans le cadre de campagnes de communication ou marketing entourant son présentation et sa sortie (date de sortie, élément révélé dans une bande-annonce, etc.) ne peuvent être considérés comme un spoiler/divulgâchage.

Exclusivité et Breaking News (dernière minute)

L'exclusivité est définie par un accès à une information en avant-première ou qui n'est pas accessible au grand public.

Exemple : une maison d'édition envoie la couverture d'un livre encore jamais dévoilée à un ou plusieurs médias et leur propose de la diffuser à leurs lecteurs en premier.

Les comptes-rendus d'événements peuvent aussi être qualifiés d'exclusifs si l'accès a été donné en avant-première (exemple : inauguration d'une nouvelle section du Studio Tour avant l'ouverture publique) même si plusieurs personnes étaient sur place et partagent donc l'exclusivité.

N'est pas définie comme une exclusivité : le fait de trouver une information en premier qui était accessible publiquement et qui n'avait pas été repérée par le grand public.

Exemple : Amazon indique la date de sortie d'un livre, qui était inconnue jusqu'ici.

L'information n'a pas été donnée spécifiquement à la personne ou au média qui la relaye, il ne s'agit donc pas d'une exclusivité. On parle en ce cas de Breaking News ou de « dernière minute ».

Relais de rumeurs

Il arrive régulièrement que des rumeurs liées au Wizarding World circulent et soient relayées par des structures potterhead.

Toute information non confirmée officiellement (ex : X acteur rejoint le casting des *Animaux fantastiques*), si elle est relayée, doit être clairement présentée comme une rumeur et non comme une information confirmée.

Si la rumeur est démentie, l'information doit être relayée, sous forme d'une mise à jour de la première publication et d'une nouvelle publication (tweet, article, post Facebook).

Éthique de concours

Un partenariat implique un accord explicite entre deux partis ; cela signifie que la marque, l'association ou l'événement avec qui le partenariat est établi a donné son accord pour le concours. N'est pas défini comme partenariat :

- Le fait de faire gagner un service de presse ou tout produit n'ayant pas été

spécifiquement proposé par la marque pour une telle opération.

- Le fait de faire gagner un produit de la marque qui n'a pas été fourni par la marque dans le but de faire un concours (ex : la structure potterhead reçoit une box contenant un produit d'une marque X et décide de le faire gagner plus tard. Le concours ne peut pas être défini comme « en partenariat avec X »).

Partage de fanarts

Le partage et l'utilisation de fanarts doivent respecter certains critères relatifs à l'auteur de l'œuvre :

Si l'auteur est connu :

- Twitter : le compte Twitter partageant le fanart doit mentionner le nom de l'artiste (ex : De @artiste).
- Site internet : le site internet partageant un fanart ou l'utilisant comme illustration doit créditer l'auteur et la provenance de l'œuvre. Le site peut mentionner le nom de l'auteur avant d'indiquer la source (ex : [Artiste] via [Source (Pinterest/Deviantart/etc.)]) ou en créditant l'artiste en mettant l'origine du fanart en hyperlien sur celui-ci (ex : [\[Artiste\]](#)).
- Instagram : le compte partageant le fanart doit mentionner le nom de l'artiste (en le taguant s'il a un compte Instagram).
- Facebook : la page partageant un fanart ou l'utilisant comme illustration doit créditer l'auteur et la provenance de l'œuvre. Elle peut mentionner le nom de l'auteur avant d'indiquer la source (ex : [Artiste] via [Source (Pinterest/Deviantart/etc.)]) ou en mettant un lien vers le site de l'artiste.
- YouTube : le nom de l'artiste sera indiqué sous l'image pendant la vidéo et cité en description de la vidéo, accompagné d'un lien vers le site ou la page de l'artiste.

Si l'auteur est inconnu :

- Twitter : le compte Twitter partageant le fanart doit indiquer sa provenance (ex : Via [URL de la provenance]).
- Site internet : le site internet partageant le fanart ou l'utilisant comme illustration doit indiquer que l'auteur est inconnu et la provenance de l'œuvre (ex : Artiste inconnu via [Source/URL de la provenance]).
- Instagram : le compte Instagram partageant le fanart doit indiquer sa provenance (ex : Via [URL de la provenance]).
- Facebook : la page Facebook partageant le fanart ou l'utilisant comme illustration doit indiquer que l'auteur est inconnu et la provenance de l'œuvre (ex : Artiste inconnu via [Source/URL de la provenance]).
- YouTube : la vidéo partageant le fanart ou l'utilisant comme illustration doit indiquer que l'auteur est inconnu et la provenance de l'œuvre en description de la vidéo (ex : Artiste inconnu via [Source/URL de la provenance]).

Les signataires de la charte feront tout leur possible pour identifier les artistes avant d'utiliser un fanart. Si un membre de leur communauté leur indique le nom de l'artiste, les signataires complèteront l'information.

Les illustrations de liens automatiques (carte twitter/aperçu Facebook) ne doivent pas être créditées de la sorte sur les réseaux sociaux, dès lors qu'ils sont dûment crédités dans l'article qu'ils illustrent.

- Exemple : si un compte Twitter partage un article d'un site tiers, et que cette URL affiche un fanart, le compte Twitter n'est pas tenu d'indiquer la source du fanart ou de

taguer l'artiste ayant réalisé celui-ci. Le crédit ne relève pas de leur responsabilité, mais de celle du site.

Principe de non-concurrence et respect des autres structures

Les membres de la charte s'engagent à ne pas reprendre pour un projet ponctuel ou à long terme un nom déjà utilisé par un autre créateur Potterhead, que ce soit pour une émission YouTube, un podcast, une rubrique, un projet, un concours ou autre, qu'il s'agisse d'un nom inventé par le créateur (ex : PotterTime, Poudcast) ou d'un nom directement repris du monde magique (ex : Rapeltout).

Les membres de la charte s'engagent également à ne pas se présenter de façon mensongère ou trompeuse auprès des lecteurs, des partenaires et des médias (exemples : « Le seul site à avoir rencontré Stanislav Ianevski », « la première chaîne YouTube potterhead », etc.).

S'ils sont utilisés, de tels « intitulés » doivent pouvoir être démontrés factuellement.

Plagiat, contrefaçon, parasitisme

Les membres de la charte s'engagent à ne pas copier le contenu d'autres structures potterheads (qu'ils soient également membres de la charte ou non) ou de média tiers.

Est entendu par « copier » le fait de copier/coller un texte, mais aussi le démarquage (le fait de copier un texte en changeant simplement quelques mots de temps à autre pour que la copie soit moins évidente) ; la reprise d'images ou de montages photo, audio ou vidéo ; la reprise de concepts originaux...

L'achat d'un nom de domaine proche de celui d'une autre structure afin de rediriger vers son propre média est également prohibé.

Signalements et sanctions

Toute personne estimant qu'un contenu produit par un signataire de la charte ne répond pas aux exigences de celles-ci peut le signaler via [ce formulaire](#) :

Le mail doit contenir :

- Un lien vers le contenu concerné.
- Une explication et des preuves concernant le point problématique dénoncé.

Les éléments seront transmis au bureau de la charte, composé (dans un premier temps) des membres fondateurs. Ils pourront alors signaler le problème au membre de la charte concerné.

S'il est démontré qu'un signataire de la charte a plagié le contenu d'un autre site, la charte lui demandera d'apporter un correctif et de présenter ses excuses publiquement. En cas de refus ou de récidive, la structure sera exclue de la charte.

Rejoindre la charte

Remplissez [ce formulaire](#) en indiquant le média candidat et ses réseaux de diffusion.

La demande est soumise au bureau de la charte, qui en accuse réception. La structure doit alors publier une annonce sur ses réseaux précisant qu'elle candidate pour rejoindre la charte, afin que la communauté soit informée des standards attendus et à venir. À ce moment, jusqu'à deux gestionnaires du média sont intégrés au Discord où échangent les membres de la charte en tant que candidats-signataires.

Débute alors une période de 9 mois, découpée comme suit :

- Pendant les 3 premiers mois, l'adhésion est probatoire ; en cas de non-respect de la charte, le processus d'adhésion sera interrompu.
- Après 3 mois sans incidents, l'adhésion à la charte est validée. Le(s) gestionnaire(s) présent(s) sur le Discord intègrent le groupe des signataires de la charte.
- Au bout de 9 mois sans incidents, un gestionnaire du média est intégré au bureau de la charte.