

Partie 1 : Principes généraux : « Ecrire pour être lu sur le web »

➤ **Objectifs :**

Apporter les principaux éléments de repère aux rédacteurs pour les conduire vers un changement de posture, tournée vers le lecteur.

➤ **Communication web :**

❖ La communication internet :

Rapport entre un émetteur, un récepteur, un canal, un message, un référent et un code.

DREAL _____ Portail _____ => Lecteur
Agence Message (articles)

❖ Avantages de la communication Internet :

- Mobilité
- Popularité
- Publication rapide
- Réactivité du lecteur
- Efficacité et efficience
- Créativité et personnalisation
- Traçabilité et pérennité

❖ Les limites de la communication internet :

- Masse d'informations à traiter = Saturation
- Visibilité et facilité de recherche hétérogènes
- Affichage hétérogène
- Qualité et crédibilité de l'information disparates

➤ **Repenser la communication écrite dans un espace web**

- Appréhender les attentes et comprendre les besoins du lecteur (« empathie avec le lecteur »)
Qui est le lecteur ? Quelles sont ses attentes ? Ses motivations ?
- Définir ses messages : définir les publics cibles (cible principale, cible secondaire, cœur de Cible) Ex : grand public , entreprise privée, collectivités...
- Hiérarchiser et structurer les informations
- Définir un plan éditorial
- Définit l'identité du support qui publie du contenu
- Apporte une cohésion pour lecteurs et rédacteurs
- Désigne le but de la publication, le public visé, les sujets
- Fixe les codes graphiques et les conventions typographiques
- Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Combien ? Pourquoi ?

➤ **Bien rédiger pour mieux communiquer**

❖ Adapter son mode d'écriture

-Livrer tout et tout de suite (l'essentiel en premier)

-Ecrire court

- Textes = 1200 signes / 20 lignes de 60 caractères
- Paragraphes = 5 à 10 lignes
- Phrases = 12 à 20 mots
- Mots = 2 à 3 syllabes

-Ecrire concis (une idée par phrase)

-Organiser simplement la phrase (sujet, verbe, complément)

-Limiter les obstacles au sein des phrases (signes de ponctuation trop nombreux)

❖ **Structurer et écrire les rubriques**

-Travailler un plan

-Penser en termes de services et non de thématiques

-Organiser les rubriques et sous-rubriques

-Les nommer

❖ **Composer les messages**

-Choisir un sujet principal et précis

-Ecrire l'article

-Le découper en paragraphes

-Rédiger les éléments éditoriaux (avec le plus grand soin)

-Insérer des liens

-Proposer des ressources

-Lire, relire et faire relire ses contenus

-La pyramide inversée :

Qui, Quoi, Où, Quand, Pourquoi (+ important + neuf + proche)

1- Titre

2- Premières lignes

3- Suite du texte (+ général + détaillé + explicatif)

Les textes :

-Premières lignes du texte : règle des 5 W

- Who ? De qui s'agit-il ?
- What ? De quoi s'agit-il ?
- Where ? Où cela s'est-il passé ?
- When ? Quand cela s'est-il passé ?
- Why ? Pourquoi cela s'est-il passé ?
- How ? Comment cela s'est-il passé ?

-Synthèse des points clés : problématique, événement principal, idée forte, thèse, opinion,...

Le titre :

- Informatif avant tout
- Contient les éléments essentiels
- Contient des mots clés
- En hypertexte
- Plus gros, gras, d'une autre couleur

L'accroche :

- Petit texte court sous un titre
- Pour inciter à lire la suite
- En page sommaire

- Complément d'information sur le titre
- 2-3 lignes, pas plus de 150 signes

Le chapeau (« chapô ») :

- Résume l'article
- Contient les points essentiels
- Sous le titre
- Gras, même couleur que le texte
- Ne dépasse pas 300 signes

Le référencement :

- Savoir bien référencer son article avec des mots clefs
- Titre doit être court et clair pour garantir un bon référencement de l'article

❖ **Soigner vocabulaire et rythme de phrases**

- Proscrire le jargon technocratique, bureaucratique, d'expert et les fautes d'orthographe
- Eviter le néologisme (nouveaux termes), la substantivation (verbes en nom), l'anglicisme, les sigles et les verbes pauvres (dire, faire, être, avoir, mettre...)
- Utiliser des mots simples, concrets, courts, connus, précis, synonymes

❖ **Proximité temporelle**

- Loi de proximité temporelle : « ce qui est proche dans le temps est proche du lecteur »
- Trouver un angle « futur » pour l'article (conséquences futures plutôt que faits passés)
- Eviter les chronologies (rébarbatives) mais choisir plutôt une liste chronologique au texte ou une liste à puce avec une phrase par date

❖ **Utiliser les mots clés**

-Clés de recherche des internautes

-Placements

- Une fois dans le titre
- Une fois dans la première phrase
- Une fois par paragraphe
- Une fois dans la dernière phrase
- Balise Title (titre)
- Balise Description
- Url

Partie 2 : Mémo

➤ **Les règles d'or de la rédaction web**

❖ **Ecrire pour être lu**

- Ecrire court et concis
- Choisir un sujet principal intéressant
- Hiérarchiser les niveaux : titre, chapeau, accroche
- Découper en paragraphes courts
- Hiérarchiser et construire le texte en pyramide inversée
- Enoncer un message essentiel en tête de chaque page (5W)
- Rechercher la lisibilité maximum, traquer les obstacles

❖ Ecrire pour être compris

- Se mettre à la place des lecteurs
- Livrer tout, tout de suite
- Ecrire une idée, une information par phrase
- Ecrire avec des phrases courtes et de construction simple : sujet, verbe, complément
- Ecrire avec des mots courts, simples, clairs, concrets et précis
- Choisir un code typographique simplifié

❖ Ecrire pour susciter une réaction

- Ne pas penser à ce que l'on a à dire, mais à ce dont les lecteurs ont besoin
- Publier l'accroche sur la page précédente pour que le lecteur puisse cliquer
- Eviter tout ton promotionnel
- Faire des infobulles pour donner des détails et créer une connivence avec les lecteurs

❖ Ecrire pour faciliter la navigation

- Bien organiser ses rubriques
- Penser ses pages en unités de contenu autonomes
- Ecrire en profondeur avec l'hypertexte
- Garder le menu toujours visible
- Utiliser un fil d'Ariane
- Réserver la partie droite aux blocs externes
- Placer le titre (en tête de texte, page d'accueil, sommaire, résultat moteur de recherche, boîte de liens, balise title...)
- Insérer des liens hypertextes explicites
- Accessibilité : spécifier ce vers quoi renvoie le lien (Ex : Pour en savoir plus, cliquer ici...)

❖ Ecrire pour être visible

- Employer des termes qui seront des clés de recherche logiques pour les lecteurs
- Soigner les titres *Hn*
- Renseigner les balises *title* & *description*
- Placer les mots-clés (textes/titres/balise *title*)
- Renseigner les attributs *alt* & *title* (liens/Images)
- Libeller des *url* lisibles et pas informatiques
- Libeller des noms de fichiers et répertoires lisibles
- Favoriser les liens entrants
- Utiliser les nuages de mots clés (tags) Ex : nuage de mots-clefs :
 - Représentation visuelle des mots-clefs les plus utilisés sur le site web (tag cloud)
 - Les mots s'affichent dans des polices de caractère d'autant plus grandes qu'ils sont utilisés ou populaires.

❖ Mettre en forme et illustrer ses écrits

- Insérer des images
- Faire ressortir des éléments éditoriaux
- Bien découper et aérer textes et paragraphes
- Dynamiser la mise en forme (puces, numéros, gras)
- Appliquer une légende sur les photos