

# charte éditoriale

du site internet du ministère  
[www.developpement-durable.gouv.fr](http://www.developpement-durable.gouv.fr)



- ÉNERGIE ET CLIMAT
- BÂTIMENT, AMÉNAGEMENT RESSOURCES NATURELLES ET LOGEMENT
- PRÉVENTION DES RISQUES
- DÉVELOPPEMENT DURABLE
- TRANSPORTS ET SÉCURITÉ ROUTIÈRE
- MER ET LITTORAL
- EUROPE ET INTERNATIONAL

Ressources, territoires, habitats et logement  
Énergie et climat  
Développement durable  
Prévention des risques  
Infrastructures, transports et mer

Présent pour l'avenir



Ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de la Mer, en charge des Technologies vertes et des Négociations sur le climat

# charte éditoriale

## du site internet du ministère



---

### LES ENJEUX ÉDITORIAUX DU PROJET

• 3

Le contexte	3
Le constat	3
La problématique	4
Les trois objectifs majeurs	5
Les facteurs clés de succès	5



---

### LA LIGNE ÉDITORIALE DU SITE INTERNET

• 7

Les fondements de la ligne éditoriale	7
Les valeurs clés	7
Le ton	12
Le style	14
Les cibles et les particularités de traitement	21



---

### ÉCRIRE POUR INTERNET

• 23

Les comportements de lecture à l'écran	23
La structure de l'information	25
Les procédés d'écriture	28

La charte éditoriale a pour objectif de définir la ligne éditoriale du site du ministère du Développement durable et ses valeurs sur internet.

En terme de fond :

- identifier les concepts clés qui expriment ses valeurs ;
- définir le ton et le style.

En terme de forme :

- hiérarchiser les informations ;
- définir la structure des contenus.

Chaque contributeur éditorial doit s'appuyer sur ces recommandations pour garantir la cohérence des différents contenus éditoriaux, qu'il s'agisse :

- des contenus à valeur institutionnelle : missions du ministère, projets, acteurs ;
- des contenus d'actualités ;
- des contenus et outils à vocation pratique et professionnelle ;
- des contenus liés à l'interface (nom des rubriques, intitulés de liens...).

Cette charte éditoriale constitue un socle commun auquel peuvent s'ajouter des spécificités :

- processus de contribution des entités responsables de contenus ;
- sites non inclus dans le site du ministère.



# LES ENJEUX ÉDITORIAUX DU PROJET

## Le contexte

Le projet de refonte des sites internet s'inscrit dans la volonté du ministère de relever le défi écologique des prochaines années.

- ▶ Le futur portail représente la première action de communication sur internet à très grande visibilité pour le ministère : il est un support de communication de masse qui doit porter un message clair et unifié émanant des différentes entités du ministère.
- ▶ Il a pour vocation d'informer les citoyens de la politique publique de développement durable menée par le Gouvernement.
- ▶ Il a pour mission de présenter concrètement les opérations du ministère.

## Le constat

Les citoyens sont sensibilisés aux problèmes environnementaux. Ils sont informés des risques encourus par la planète et sont déjà confrontés à certains phénomènes qui en résultent.

Le contexte écologique fait naître un sentiment d'impuissance :

- ils peuvent se sentir démunis face à l'ampleur de la problématique environnementale ;
- ils ne mesurent pas concrètement leur propre impact sur l'environnement ;
- ils ne savent pas toujours comment agir pour participer à la préservation de leur cadre de vie.

Après la phase informative de sensibilisation, une phase massive d'accompagnement à l'action doit être enclenchée :

- pour plus de 3/4 des Français le développement durable est une nécessité ;
- 69 % d'entre eux déclarent avoir changé de comportement en faveur du développement durable ces 12 derniers mois.

Les Français souhaitent être guidés dans leurs actions en faveur du développement durable, qu'elles soient collectives ou individuelles :

- ils souhaitent être informés pour comprendre la problématique du développement durable, ses enjeux et les réponses concrètes à y apporter ;
- ils attendent de bénéficier de conseils et d'outils de mise en œuvre ;
- ils veulent pouvoir mesurer les résultats des actions menées.

## La problématique

### Un large périmètre d'action

Le site internet doit rendre compte du périmètre d'action du ministère. Ce périmètre résulte de la fusion de différentes entités : équipement, transports, logement, écologie, industrie. Ces entités sont regroupées sur le site en six pôles majeurs :

- énergie et climat ;
- développement durable ;
- bâtiment, aménagement, logement et ressources naturelles ;
- prévention des risques ;
- transports et sécurité routière ;
- mer et littoral.

Ces différentes entités sont toutes parties prenantes de la politique de développement durable. Elles forment un ensemble cohérent qui agit dans une même optique, la préservation de l'environnement.

Toutefois, les Français n'appréhendent pas clairement leur corrélation et la transversalité de leurs actions. Il est donc primordial de clarifier leurs interactions.

*NB : dans le présent document, nous parlerons systématiquement de développement durable pour évoquer les différentes entités du ministère et leurs actions, dans un souci de simplification du discours.*

### Différents publics

Le portail internet du ministère s'adresse :

- au grand public ;
- aux professionnels ;
- aux associations ;

- aux collectivités locales et autres institutions ;
- aux médias.

Chaque cible a des attentes différentes en matière d'information et de services :

- de l'information pour comprendre les tenants et les aboutissants de la problématique de développement durable, des politiques menées, des actions mises en œuvre ;
- de l'information et des services pratiques pour mettre en œuvre ses propres actions, individuelles et/ou collectives.

De même, son niveau de connaissance en matière de développement durable est plus ou moins élevé.

Il sera donc important de bien identifier le public récepteur de chaque contenu à rédiger et d'analyser ses attentes afin de lui apporter une information pertinente.

*NB : dans le présent document, ces différentes cibles seront regroupées sous les appellations « citoyens », ou « Français », qu'il s'agisse de particuliers, de professionnels, d'élus, de décideurs ou de médias, afin de simplifier le discours*

## Trois objectifs majeurs

### Porter la politique du Gouvernement

Le portail internet du ministère a pour mission de servir la politique et les stratégies définies par le Gouvernement. Le ministère est le relais des actions du Gouvernement auprès des citoyens.

Son portail a donc pour rôle de valoriser ces actions en les clarifiant. Il doit également insister sur les résultats concrets que les actions mises en œuvre permettent d'obtenir pour les légitimer.

### Proposer de l'information pour comprendre le développement durable

Le portail internet du ministère doit devenir le point de repère sur le développement durable.

Il doit :

- rendre le développement durable accessible en donnant toutes les clés de compréhension ;
- rendre compte des actions de l'administration dans le domaine.

### Offrir de l'information pour faciliter l'action

Le portail internet doit permettre à chaque citoyen, quel que soit son profil, d'accéder aux informations et services lui permettant de mettre en œuvre des actions individuelles et collectives en faveur du développement durable.

## Les facteurs clés de succès

### Favoriser la visibilité des actions

Le ministère du Développement durable doit affirmer son engagement :

- 73 % de la population française considère que les politiques et collectivités ne prennent pas suffisamment en compte les enjeux environnementaux ;
- il doit tenir les engagements du Grenelle Environnement, symbole de l'action concrète et support de compréhension immédiate des actions gouvernementales.

Le ministère doit montrer qu'il s'inscrit dans une logique d'action immédiate et durable :

- il doit démontrer qu'il agit dans l'intérêt général. Il doit convaincre les citoyens de sa capacité à prendre en compte leurs attentes et de la pertinence des actions engagées pour améliorer leur qualité de vie ;
- il doit prouver concrètement les résultats de ses actions pour emporter l'adhésion des Français.

### S'inscrire dans le temps

Les valeurs du ministère doivent être fondées sur le développement durable et non uniquement sur l'environnement. Les anciennes entités ministérielles doivent être reconnues comme le nouveau ministère du développement durable.

La signature actuelle du ministère, *Présent pour l'avenir*, contribue à le positionner dans une démarche durable. Dans la lignée de cette signature, la valeur d'action devra être véhiculée par le contenu : l'action du ministère doit mettre le futur dans une perspective positive et capitaliser sur les notions de construction de l'avenir.

### Se positionner comme point de repère

Le ministère doit rendre la politique de développement durable accessible à tous :

- il doit prendre position à travers un discours précis et concret, immédiatement compréhensible, afin que chaque citoyen puisse le faire sien ;
- il doit s'attacher à expliquer le développement durable et la stratégie gouvernementale aux citoyens, qu'il s'agisse des préceptes de base, des objectifs fixés ou des actions menées ;
- il doit permettre aux citoyens de décrypter l'actualité du développement durable et d'apprécier le bien-fondé des actions ministérielles ;
- il doit faire converger toute l'information digne d'intérêt et mettre en lumière les initiatives tant locales qu'internationales.

### **Le ministère, facilitateur de l'action individuelle et collective**

Le ministère du Développement durable doit positiver son discours pour que les citoyens y adhèrent et s'impliquent dans le développement durable :

- ne pas communiquer en termes de constats mais en terme de résultats positifs ;

- ne pas s'appesantir sur les risques encourus, trop anxiogènes et paralysants, mais se concentrer sur les solutions d'action ;
- construire un discours accessible, ouvert et convivial pour permettre une compréhension et une adhésion immédiates.

Le ministère du Développement durable doit accompagner l'utilisateur dans le passage à l'acte en faveur du développement durable.

Il propose un portail fait par le ministère pour les citoyens : l'information est construite dans une logique de service.

Ce portail doit donner l'impulsion en donnant l'exemple :

- il doit encourager l'action et valoriser le bien faire ;
- il doit répondre aux besoins de concrétisation de l'action individuelle et collective en mettant en avant les politiques d'aides et les mesures qui facilitent cette action ;
- il doit permettre de matérialiser l'effort collectif.

# LIGNE ÉDITORIALE DU SITE INTERNET

## Les fondements

La ligne éditoriale du ministère doit servir les trois objectifs définis précédemment :

- favoriser la visibilité des actions du ministère ;
- être le point de repère du développement durable ;
- faciliter l'action individuelle et collective.

## Les valeurs clés

Convaincre, informer, servir... Le ministère est :

- pertinent, il informe en donnant toutes les clés de compréhension ;
- pédagogue, il explique et démontre concrètement ;
- proche, il est à l'écoute et favorise l'action citoyenne.

Ces valeurs doivent systématiquement transparaître dans toute communication internet.

## La valeur pertinence

Pertinent, le ministère du Développement durable informe en donnant toutes les clés de compréhension. Le ministère du Développement durable observe une objectivité toute factuelle :

- il fait des constats ;
- il les étaye de faits précis ;
- il explique les tenants et les aboutissants, preuves à l'appui ;
- il démontre la pertinence des propos, en toute neutralité.

Il est réaliste :

- il part de la réalité sans l'idéaliser ;
- il va à l'essentiel sans parasiter le discours de considérations inutiles ;
- il cerne les difficultés sans les dramatiser ;
- il apporte des réponses concrètes.

Il donne toutes les clés de compréhension :

- il est perspicace et fait preuve de discernement ;
- il permet de comprendre en s'appuyant sur les informations et les critères d'analyse les plus pertinents ;
- il donne la liberté au citoyen de se faire sa propre opinion.

## Exprimer cette valeur de pertinence dans le contenu

- ▶ Construire un plan de rédaction pertinent :
  - il doit être aisément repérable ;

## Logique de construction de la ligne éditoriale



- le fil de la réflexion doit être logique et évident ;
- les informations doivent être hiérarchisées de la plus capitale à la moins importante.

► Proposer une approche analytique et donner toutes les clés de compréhension du sujet :

- expliquer le contexte, faire des constats, tirer des conclusions et apporter des solutions concrètes. Les solutions seront toujours présentées en premier, le contexte et les constats venant ensuite étayer le contenu ;
- capitaliser sur la qualité de l'expertise du ministère et la richesse de son fonds documentaire.

► Prouver la justesse, la qualité et la fiabilité des informations :

- les étayer de chiffres, de rappels des lois, d'exemples concrets, d'expériences de terrain... Toutefois les chiffres, comme les rappels de textes de lois, sont à manier avec précaution. N'en proposer que 2 à 3 par contenu de 1 500 signes afin de ne pas ralentir la lecture ;
- les chiffres utilisés doivent être très concrets et immédiatement compréhensibles. Plutôt que d'évoquer une économie au niveau national, ramener la valeur à l'échelle d'une famille, d'une entreprise, d'une collectivité locale, selon la cible visée.

► Ouvrir des pistes de réflexions et d'actions en conclusion.

### L'univers sémantique

Il privilégie les notions de réalisme, de neutralité, de concrétisation et de résultats prouvés.

### La valeur pédagogie

Pédagogue, il explique et démontre concrètement. Le ministère du Développement durable donne l'impulsion :

- la capacité d'agir et d'entraîner du ministère doit systématiquement être mise en avant au travers des actions concrètes qu'il met en œuvre ;
- le ministère initie la démarche, entraîne les visiteurs dans la dynamique éco-citoyenne puis les rend autonomes : il les informe, les forme puis les incite à agir.

Il a valeur d'exemple :

- comme tout bon pédagogue, l'exemplarité de ses actions crée l'émulation ;
- il doit savoir transmettre ses connaissances tout en

insufflant l'envie d'appliquer ses solutions, d'initier de nouveaux projets et d'explorer de nouvelles pistes de réflexion ;

- il doit donner les moyens aux citoyens de s'approprier ses convictions afin qu'ils adaptent leur mode de vie à ce nouvel art de vivre.

### Exprimer cette valeur de pédagogie dans le contenu

► Dynamiser l'action pour donner l'impulsion :

- mettre systématiquement en avant les actions concrètes de développement durable que le ministère initie ;
- présenter l'action concrète dès le début du contenu puis préciser rapidement le contexte dans lequel elle est mise en œuvre ;
- de même, chaque argument clé met d'abord une action en situation avant de compléter l'information par le contexte dans lequel cette action s'applique ;
- structurer le contenu pour permettre une lecture rapide. Les intertitres (titres de paragraphe) mettent notamment toujours en avant l'idée majeure du paragraphe ;
- l'éditorial doit transmettre l'énergie capable d'entraîner les visiteurs dans la dynamique éco-citoyenne ;
- les contenus doivent être courts et dynamiques, les phrases ne contenir que 10 à 15 mots maximum ;



**Avant** : À travers un panorama des réalisations, ouvrages et projets qui ont marqué la pensée écologiste depuis un siècle, l'exposition propose de découvrir les multiples facettes de cette architecture qui mène à un habitat ancré dans un territoire, socialement équitable, écologiquement soutenable et économiquement viable.

**Après** : Découvrez les multiples facettes de l'architecture durable au fil de cette exposition. Les réalisations, ouvrages et projets majeurs qui ont été présentés ont marqué la pensée écologique depuis un siècle. Ils retracent l'histoire d'un habitat ancré dans un territoire, socialement équitable, écologiquement soutenable et économiquement viable.

- les verbes utilisés doivent être principalement des verbes d'action, à la voix active ;



**Voix active** : Mes actions économisent de l'énergie  
**Voix passive** : L'énergie est économisée par mes actions.

- chaque mot doit être évalué afin de choisir celui qui sera le mieux à même d'exprimer précisément une action ou un fait concret.

 **Avant** : L'homme crée son environnement.

**Après** : L'homme façonne son environnement.

La première proposition peut laisser à penser que l'homme crée son environnement de toute pièce. La deuxième ajoute une notion supplémentaire : l'homme utilise les ressources qui l'entourent pour modeler son environnement selon ses besoins.

► Donner l'exemple et guider vers l'action. Pour guider le visiteur, le rédacteur du ministère du Développement durable doit s'identifier à l'internaute, comprendre ses attentes et y répondre concrètement.

Le contenu peut être construit sur le schéma suivant :

- il part de l'usage pour impliquer. Il met en scène une situation quotidienne pour permettre au visiteur de s'identifier ;

 Vous envisagez de renouveler votre flotte de véhicules ? À performances égales, comparez la consommation de carburant, bien sûr, mais aussi le taux d'émissions de CO<sub>2</sub>.

- il explique de manière claire et précise. Il expose les faits en les illustrant systématiquement de manière très concrète ;

 Une éolienne produit 2 MW d'électricité. De quoi alimenter 2 000 familles en électricité.

- il apporte des solutions concrètes à la problématique traitée ;
- il met en avant des actions concrètes et des résultats mesurables ;
- il démontre le bien-fondé des solutions adoptées : il apporte des preuves concrètes au discours (chiffres, témoignages, ...) ;

 L'action vise à construire des parcs éoliens de taille plus importante que les parcs actuels. Pourquoi ? Parce que la probabilité de voir une éolienne depuis un point quelconque du territoire serait proche de 10 % si les parcs ont une taille de 200 MW, contre 100 % si les parcs éoliens ont une taille de 10 MW, selon une étude d'Observ'ER1.

- il facilite la navigation et la recherche d'information en exposant systématiquement ce qu'on va lire, tant en terme de fond (sujet, axes de réflexion...) que de forme (ouverture d'un document, d'un nouveau site...).

À ce titre, tout document proposé en téléchargement doit être accompagné d'un bref résumé exposant le sujet mais également l'intérêt du document (à quelle question répond-il, quel bénéfice apportera-t-il au

lecteur). De même, tout lien doit être clairement explicite : vers quoi pointe-t-il, dirige-t-il vers un autre site...

## L'univers sémantique

Il s'appuie sur les champs lexicaux liés à l'action et à la démonstration, à l'usage et la mise en œuvre, à l'efficacité et à la formation, aux résultats positifs et à la réussite.

## La valeur proximité

Le ministère du Développement durable est à l'écoute des citoyens :

- il instaure une relation de convivialité en utilisant un registre de langage courant ;
- il part des préoccupations du quotidien, pose des questions pratiques et apporte des réponses concrètes.

Il noue une relation de proximité :

- il utilise un vocabulaire accessible, sur un ton sérieux mais non anxiogène ;
- il positive systématiquement le discours, sans introduire de notions alarmantes ou qui génèrent un sentiment d'impuissance ;
- il évite le jargon inutile ou l'explique clairement ;
- il rassure en expliquant que les actions à engager sont accessibles et qu'elles donnent des résultats concluants.

Il s'appuie sur l'usage et illustre le bénéfice pour valoriser le citoyen :

- il met son discours en scène en décrivant des situations réalistes, sous un angle objectif ;
- il décrypte les comportements des citoyens, les rapproche des enjeux environnementaux et propose des solutions pour adapter leur conduite au développement durable ;
- il met systématiquement en avant les bénéfices concrets que le citoyen retirera ;
- il valorise les actions citoyennes en permettant à chacun de mesurer son impact sur le développement durable.

## Exprimer cette valeur de proximité dans le contenu

Analyser les attentes du destinataire du message et y répondre en sélectionnant les informations qui sauront le convaincre :

- partir des préoccupations du visiteur et répondre à ses interrogations de manière directe, claire, concise et structurée ;

- l'action ministérielle doit être mise en situation en fonction de la cible : quel est l'objectif de cette action, quels bénéfices en retirera la cible ;
- utiliser le procédé de question-réponse pour impliquer le visiteur ;

Utiliser l'électricité est un geste réflexe pour la plupart des consommateurs. Comment concilier production durable et coûts maîtrisés ? Avec l'éolien. C'est une des énergies renouvelables les plus compétitives. Ce qui permet de limiter fortement le surcoût pour le consommateur final."

● valoriser les actions du citoyen ;  
Nous sommes tous concernés. S'informer et agir, chacun à son niveau, pour éviter la prolifération et limiter l'impact de ces espèces, est une façon de contribuer à la conservation de la biodiversité.

- prendre en compte son niveau de connaissance pour adapter le discours et graduer progressivement la complexité de l'information et éviter le jargon, quel qu'il soit ;

Parle-t-on de mitage urbain ou de dissémination urbaine ? De MW ou de MX sans préciser qu'il s'agit d'une unité de mesure lors de la 1<sup>re</sup> occurrence ?

- utiliser un univers sémantique résolument tourné vers la mise en œuvre de solutions et l'obtention de résultats positifs ;
- éviter toute tournure négative ou mot à connotation négative ou anxiogène ;

**Avant** : L'ignorance de certaines règles peut provoquer des perturbations des écosystèmes.

**Après** : Appliquer les règles contribue à préserver l'équilibre des écosystèmes.

**Avant** : 1<sup>re</sup> définition du développement durable donnée par Mme Gro Harlem Brundtland, Premier ministre norvégien, en 1987 : « un développement qui s'efforce de répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs.

**Après** : Un développement qui répond aux besoins du présent et préserve la capacité des générations futures à satisfaire les leurs. »

- éviter les mots comme défi, challenge : même s'ils véhiculent des notions positives d'action volontaire et de surpassement, ils introduisent une notion de grande difficulté à surmonter.

**Avant** : Ils rappellent l'engagement fort de la France pour relever le défi majeur posé à l'humanité : la perte de la biodiversité.

**Après** : Ils rappellent que la France prend un engagement sans précédent pour résoudre la question majeure posée à l'humanité : la préservation de la diversité biologique.

## L'univers sémantique

Il s'appuie sur les champs lexicaux liés à la convivialité et à l'écoute, à la confiance et au bien-être, à l'amélioration et à la préservation, à l'élaboration de solutions et à l'obtention de résultats, à la valorisation des actions et des individus.

## Le ton

Le choix du ton du ministère du Développement durable contribue :

- à l'identité du site du ministère ;
- à l'instauration d'une relation entre l'internaute et le ministère.

Le ton du ministère doit refléter les trois valeurs clés de son positionnement : pertinence, pédagogie et proximité. Pour créer une relation de confiance et exprimer ces trois valeurs, le ton est celui d'un site grand public qui concilie l'approche d'un magazine scientifique vulgarisé à celle d'un magazine de vie pratique.

L'approche d'un magazine scientifique vulgarisé :

- un ton sérieux, qui reflète l'impartialité ;
- un ton pédagogique qui mise sur la simplicité ;
- un ton décidé et persuasif qui guide et convainc.

**L'Internaute Magazine Sciences**  
**Réchauffement : ce qu'il faut retenir**

En matière de réchauffement climatique, l'information abonde et les repères se multiplient. Ses causes, ses effets actuels et futurs : L'Internaute Magazine fait le point.

➤ Une approche très sobre pour un contenu extrêmement simple et clair, qui propose de poser les bases nécessaires à la compréhension du sujet.

**Futura Sciences**  
**Développement durable : faites des économies d'énergie**

Pensez aux gestes simples : être sobre et efficace dans l'utilisation de l'énergie permet de réduire sa facture et de ne pas participer au réchauffement climatique. Premier conseil : veillez à entretenir votre matériel car

les économies découlent aussi d'un bon état général.

➤ Une approche très directe et qui implique le lecteur.

L'approche d'un magazine de vie pratique. Un ton dynamique et empathique :

- pour exprimer l'intérêt que porte le ministère au quotidien des citoyens et la proximité qu'il souhaite développer ;
- pour mettre en valeur les actions, les solutions et les résultats.



### Ademe

Ce site de référence du développement durable n'est pas un magazine de vie pratique, mais il en adopte le ton.



### Chauffage et climatisation

Le chauffage représente le plus gros poste des consommations d'énergie dans l'habitat (65 %). Et qui ne rêve pas de voir fondre sa facture de chauffage tout en gardant un confort égal ? En modifiant ses comportements et en opérant des investissements judicieux, on peut y arriver. Voici des pistes à creuser.

➤ Un contenu qui prend en compte les attentes des lecteurs, met en mettant en avant des chiffres clés issus de leur quotidien et utilise le procédé de question-réponse pour les impliquer.



### Réponse à tout

#### À dévorer tout cru !

C'est l'époque où les légumes et les fruits ont du goût et des couleurs, et où l'on a envie de les dévorer tout cru. Et ceux qui ont du mal à manger le quota quotidien recommandé en profitent. Mais le cru vaut-il le cuit ? Nous avons fait le point avec le Dr Allard, nutritionniste.

➤ Un ton très enthousiaste et complice sélectionné pour sa capacité à impliquer et à illustrer le propos, à introduire une problématique et à proposer des points de repère.

## Le style

### Principes généraux

- ▶ Utiliser un style accessible :
  - pas de langage soutenu ;
  - un registre de la vie courante, sans familiarité, utilisé avec correction et respect ;
  - qui n'utilise jamais d'abréviations peu claires, ni l'écriture phonétique de type SMS ;

- qui évite les expressions franco-françaises et/ou régionales ;
- qui n'utilise pas de néologismes ni d'anglicismes superflus ;
- qui évite toute exagération, surenchère de superlatifs ou d'exclamation.

▶ Vouvoyer systématiquement le lecteur pour le respecter. Cette règle est à adapter en fonction des cibles (cf. Ligne éditoriale, cibles et particularités de traitement : cible enfants).

▶ Aller à l'essentiel :

- structurer le contenu de manière à permettre une lecture rapide ;
- délivrer l'information clé en premier, puis entrer dans le détail ;
- rédiger de manière claire, précise et simple pour privilégier la compréhension immédiate.

▶ Communiquer de manière dynamique, concise et claire :

- construire des phrases courtes, immédiatement compréhensibles ;
- placer le sujet et l'action en début de phrase.

▶ Convaincre le lecteur :

- interpellier l'internaute pour l'impliquer : lui poser des questions et apporter les réponses ;
- cibler les informations à délivrer en fonction de son univers et de son niveau de connaissance ;
- illustrer le discours grâce à des exemples concrets pour qu'il se crée son propre référentiel.

▶ Illustrer l'action :

- utiliser des verbes d'action ;
- privilégier la valeur d'usage, notamment au travers d'exemples concrets ;
- mettre en situation chaque information clé, de manière précise et détaillée.

▶ Prouver la pertinence de l'information ou de l'action :

- ne faire aucune allégation gratuite ;
- donner des exemples concrets pour expliquer et démontrer ;
- apporter des preuves concrètes au discours ;
- montrer le bénéfice retiré par le lecteur.

### Forme des intitulés

Les intitulés de rubriques, fonctionnalités et liens :

- doivent être courts et accrocheurs ;

- doivent exprimer précisément ce qu'on va lire ;
- l'intitulé d'un lien doit être quasiment identique au titre de la page à laquelle il renvoie. Le texte du lien doit être redondant avec le titre de la page à laquelle il donne accès afin de rassurer l'internaute. Si cela s'avère difficile (par exemple, lien devant exprimer une action en plus du sujet de la page auquel il donne accès) le lien doit absolument reprendre les mots importants du titre de la page ;
- les liens ne doivent pas être alourdis par des mots inutiles.

« Cliquez ici » alors que le texte indique visuellement un lien hypertexte.

- les liens doivent indiquer à quoi on accède : ils doivent permettre de savoir si l'internaute est renvoyé vers une autre page, s'il ouvre un document et de quel format, etc.

« Voir la vidéo [Titre de la vidéo] ».

Les intitulés de rubrique utilisent :

- le substantif pour les rubriques, sans être précédé d'un déterminant (le, un, etc.) ;

Développement durable / Appel à projets

- toutefois un déterminant peut être utilisé si il permet d'instaurer une proximité.

Les fonctionnalités, liens et boutons d'action utilisent :

- les verbes à l'infinitif ;

Entrer, Lire, Télécharger le document.pdf [Titre du document]

- dans le cas de verbes pronominaux, ces verbes sont déclinés à la 1<sup>re</sup> personne du singulier pour impliquer le visiteur ;

« M'inscrire »

- de même, le pronom possessif est décliné.

« Consulter mes écogestes »

### Forme des phrases

- ▶ Construire des phrases claires et directes :
  - des phrases construites sous la forme sujet + verbe + complément, de préférence ;

- l'idée la plus importante en début de phrase, sous la forme sujet + verbe d'action ;
- pas d'inversion de sujet et verbe ;
- pas de compléments circonstanciels en début de phrase ;
- commencer par l'action et compléter par le contexte : aller de l'essentiel vers le détail ;

**Avant** : En parallèle des discussions onusiennes, plusieurs forums internationaux traitent la question de la lutte contre le changement climatique.

**Après** : Plusieurs forums internationaux traitent la question de la lutte contre le changement climatique, en parallèle des discussions onusiennes.

- pas de phrase trop littéraire avec des superlatifs ou des adverbes.

▶ Rédiger des phrases courtes :

- quinze mots maximum par phrase (ne jamais dépasser 20) ce qui correspond à la compréhension et la rétention immédiate de l'information ;
- entre 12 et 17 mots, la phrase entière est lue de 100 à 70 % : la première moitié est lue de 100 à 90 %, la deuxième de 100 à 50 % ;
- au-delà de 17 mots, la lisibilité chute à 50 % de la phrase seulement ;
- une seule idée clé par phrase.

▶ Simplifier les phrases :

- privilégier les propositions principales : il vaut mieux commencer une nouvelle phrase plutôt qu'en continuer une avec une conjonction de type mais, et... ;

**Avant** : Le potentiel forestier national est très important et répond aux besoins actuels, mais il est largement sous-exploité (seul 60 % de l'accroissement naturel annuel est prélevé chaque année).

**Après** : Le potentiel forestier national est très important. Il répond aux besoins actuels. Il est néanmoins largement sous-exploité : seul 60 % de l'accroissement naturel annuel est prélevé chaque année.

- éviter les pléonasmes et les redondances ;

Prévoir à l'avance, bilan complet...

- éviter les tournures qui alourdissent la phrase.

**Exemple** :

**Avant** : En ce qui concerne le document qui a été présenté à la réunion du conseil, et dont le texte est annexé au

projet qui vous a été remis, nous tenons à vous signaler qu'il contient certaines inexactitudes qu'il importe de corriger.

**Après** : Dans le texte du projet joint au document présenté au conseil, certaines inexactitudes doivent être corrigées.

### Choix des verbes

► Choisir des verbes qui décrivent concrètement l'action :

- préférer les verbes actifs qui définissent de manière concrète et précise l'action ;
- éviter les verbes être et avoir qui ne décrivent pas une action, et les verbes passe-partout comme faire, aller, mettre...

► Utiliser le présent de l'indicatif et la voix active :

- la voix active implique le lecteur et est plus dynamique : elle présente l'action par rapport au sujet qui agit ;
- la voix passive est plus impersonnelle : elle présente l'action du point de vue de l'objet qui la subit.

**Voix active** : Le ministère élabore la stratégie à long terme.

**Voix passive** : La stratégie à long terme est élaborée par le ministère.

► Utiliser l'impératif pour dynamiser le contenu et impliquer. Pour inciter l'internaute à l'action, employer l'injonction ou une tournure affirmative plutôt qu'un verbe à l'infinitif.

**CONSULTEZ** les fiches d'informations.

► Éviter l'emploi du participe présent.

**Avant** : Partant du constat que les politiques dédiées de conservation de la nature, si elles sont indispensables, ne peuvent à elles seules suffire à enrayer l'érosion de la biodiversité, la stratégie fixe 4 axes d'action pour atteindre les objectifs fixés.

**Après** : On constate que les politiques dédiées de conservation de la nature ne peuvent à elles seules enrayer l'érosion de la biodiversité. C'est pourquoi la stratégie définit 4 axes d'action pour atteindre les objectifs fixés.

### Choix des mots

► Préférer les mots concrets et positifs :

- utiliser des mots simples, susceptibles d'être recherchés par les internautes ;

• choisir le mot le plus concret afin qu'il fasse sens immédiatement, sans avoir à se référer à ce qui précède ou suit, et le plus précis.

école (concret) / scolarité (abstrait)

école (général) / maternelle (précis)

nature (général) / écosystème (précis)

► Entre deux mots semblables, préférer le plus court des deux.

**Avant plutôt que précédemment, emploi plutôt que utilisation.**

► Utiliser toujours le même mot pour désigner la même chose : utiliser un synonyme ou un mot proche peut être perturbant, surtout lorsqu'il s'agit d'un mot-clé.

**milieu naturel / écosystème.**

► Éviter les mots trop complexes, le vocabulaire abscons si la cible n'est pas initiée, le jargon propre à une spécialité, un secteur d'activité, un métier s'il ne correspond pas à l'univers sémantique de la cible. Donner accès à un lexique si nécessaire.

► Éviter les mots inutiles :

- les adjectifs peu précis, les adverbes trop nombreux, les superlatifs ;
- les pléonasmes ;

**Absolument certain, fondamentalement vrai, ...**

- les redondances texte/visuel.

► **Cliquez ici** alors que le texte est souligné, ce qui indique un lien hypertexte.

► **Voici une liste de...** précédant la liste elle-même. On constate effectivement qu'une liste suit dans le texte.

► Éviter les acronymes et les abréviations : ils nuisent à la lecture rapide parce qu'ils demandent un effort de compréhension :

- on évite systématiquement les abréviations dans le corps de texte, à l'exception de etc. qui peut terminer une énumération. Elles peuvent néanmoins être utilisées dans un tableau légendé si elles permettent de gagner de la place ;
- les acronymes peuvent être utilisés de manière limitée : ils sont rédigés en toutes lettres, au moins une fois à leur première occurrence utilisée dans chaque page.

## Ponctuation

L'utilisation de la ponctuation contribue à la lisibilité de l'information. Voici les règles à respecter :

- espace : tous les signes de ponctuation sont suivis d'un espace. Les signes doubles (guillemets, points d'interrogation et d'exclamation, pourcentage) sont précédés d'un espace (espace insécable).
- point final : le point n'est utilisé qu'à la fin d'une phrase complète ou après le dernier item d'une liste à puces. Il n'est pas utilisé à la fin des titres ou des intertitres ;
- point d'exclamation : son emploi, relativement familier, est à limiter ;
- point de suspension : à éviter. Utiliser un point final ou l'abréviation etc. ;
- virgule : elle n'est pas utilisée entre les items d'une liste à puce ;
- point virgule : il est utilisé après chaque item d'une liste à puce.

## Repères espace-temps

- ▶ Éviter les repères spatiaux ou hiérarchiques propres au support papier.



Exemple :  
voir plus loin, ci-dessous, page suivante...

- ▶ Éviter les repères hiérarchiques. La division d'un contenu sous la forme I, II, III, ou a), b), c) est remplacée par des puces ou des icônes selon les recommandations de la charte graphique du site internet.
- ▶ Utiliser des repères temporels absolus : préférer en mai 2009 plutôt que le mois prochain.

## Règles typographiques

Respecter les règles typographiques de la langue utilisée. Ci-après, quelques rappels pour la langue française.

### Capitales

Les capitales (majuscules) et bas de casse (minuscules) s'utilisent dans le respect des codes typographiques de chaque langue du site. Les capitales s'appliquent :

- au premier mot de chaque phrase ;
- à la première lettre d'une citation ;
- à la 1<sup>re</sup> lettre des noms des organismes ayant un caractère unique ou à certains noms communs employés dans un sens absolu : la Banque mondiale, la

Caisse française de développement, l'État ;

- aux noms des points cardinaux quand ils indiquent une région mais pas quand ils indiquent une direction : il est originaire du Sud-Ouest. Le vent vient du nord ;
- aux noms de peuples lorsqu'ils désignent leurs habitants et ont une valeur de substantif, mais pas quand ils ont une valeur d'adjectifs ou quand il s'agit de la langue ;
- en revanche, on ne met pas de capitale aux noms de jours et de mois : mercredi 12 octobre 1999 ;
- les capitales sont accentuées si la langue utilisée l'exige, comme en français.

## Chiffres et nombres

Les chiffres et nombres sont exprimés en caractères numériques, plus faciles à lire : 1<sup>er</sup>, 1<sup>re</sup>, 2<sup>e</sup>, etc. Ils s'écrivent par tranches de trois chiffres séparées par un espace insécable (Ctrl + Maj + espace). Pour la version anglaise, l'espace est remplacé par un point. On utilise un espace insécable pour les pourcentages : 70 %

Les siècles s'écrivent en chiffres romains et en petites capitales : le xx<sup>e</sup> siècle, le tome iv du rapport, il a participé au xv<sup>e</sup> congrès.

## Dates, heures et fêtes

Les dates s'écrivent en toutes lettres et en minuscules : 6 juin 1967. Toutefois, sur internet, on les écrit plus volontiers sous la forme 6/06/1967 s'il ne s'agit pas d'un événement historique. L'année est donnée sur 4 chiffres pour éviter toute ambiguïté avec les siècles.

Les heures s'écrivent en chiffres romains, avec des espaces lorsqu'elles indiquent une division du temps : le train part à 9 h 30. Mais on emploie les lettres pour indiquer une durée : la mission dure dix jours.

Les fêtes civiles et religieuses s'écrivent avec une majuscule initiale au premier nom les caractérisant, et lorsque c'est le cas, à l'adjectif qui les précèdent : le Jour de l'an, le Nouvel An, Mardi gras, Vendredi saint. Idem pour les dates : 14 juillet.

## Adresses géographiques

Elles s'écrivent en minuscule, avec une virgule : 21 rue du Général Leclerc, dans le 3<sup>e</sup> arrondissement ou 75003 Paris.

Les rues, boulevards, places... s'écrivent en minuscules. Les noms, adjectifs et les verbes qui composent le nom caractéristique de l'endroit prennent chacun une capitale initiale et ne sont pas liés par des traits d'union : l'avenue de la Porte des Lilas, la rue du Général de Gaulle.

Le mot boulevard prend une majuscule dans certaines expressions : les Grands Boulevards, les Boulevards extérieurs, le Boulevard périphérique.

### Noms d'organisme

Les institutions d'État ou internationales à caractère unique sont des noms propres. Seul le premier mot nécessaire à son identification porte une capitale, ainsi que l'adjectif qui le précède, le cas échéant : l'Assemblée nationale, le Conseil des ministres, l'Union européenne, la Haute Cour de justice.

Les organismes d'État ayant un caractère multiple sont des noms communs. Si leur intitulé contient un terme de spécialisation jouant le rôle de nom propre, ce mot prend une capitale initiale : le ministère de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de la Mer.

### Acronymes et sigles

Les sigles qui se prononcent comme un nom (acronymes) commencent par une majuscule, et sont écrits en minuscules : Unesco.

Les sigles constitués des premières lettres d'une série de mots utilisent les majuscules, sans point pour séparer les lettres : SNCF, ONU.

### Citations

Les citations doivent être placées entre guillemets. Toute coupure ou tout ajout au texte original est signalé par ce symbole : [...].



Exemple :

- En 1987, Mme Gro Harlem Brundtland, alors Premier ministre norvégien, définissait le développement durable en ces termes : « un développement qui s'efforce de répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs. »
- En 1987, Mme Gro Harlem Brundtland, alors Premier ministre norvégien, définissait le développement durable en ces termes : « un développement qui s'efforce de répondre aux besoins du présent [...]. »

## Droits d'auteurs

### Extraits du code de la propriété intellectuelle

Art. L 113-1 : « La qualité d'auteur appartient, sauf preuve contraire, à celui ou à ceux sous le nom de qui l'œuvre est divulguée. »

Art. L121-1 : « L'auteur jouit du droit au respect de son nom, de sa qualité et de son œuvre. Ce droit est attaché à sa personne. Il est perpétuel, inaliénable et imprescriptible.[...] »

Art. L122-1 : « Le droit d'exploitation appartenant à l'auteur comprend le droit de représentation et le droit de reproduction. »

Art. L 122-4 : « Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque. »

Ces droits de propriété intellectuelle s'appliquent aux sites internet considérés comme des publications.

Ils s'appliquent à toutes les œuvres publiées sur le site : photographies, logos, textes...

### Titres d'ouvrage, articles, publications, références et sources

Toutes les références bibliographiques doivent avoir le même format. Celui-ci diffère selon le type de référence :

- dans le corps d'un texte : les titres d'ouvrages sont mis en évidence en italique. L'utilisation de guillemets est à éviter ;
- dans une bibliographie : Nom, Prénom, année de parution. Titre de l'ouvrage. Numéro de l'édition si différente de l'année de parution. Lieu de parution : éditeur. Pages ;



Exemple :

Matagne, Patrick, 2005. *Les enjeux du développement durable*. 1<sup>re</sup> édition. Paris : L'Harmattan. 218 pages

- recueil collectif : Nom, prénom (dir.), année de parution. Titre de l'ouvrage. Lieu de parution : éditeur. Pages ;

- article figurant dans un recueil collectif : Nom, prénom, année de parution. Titre de l'article. in : Nom, prénom [de l'auteur de ce recueil] (dir.), Titre du recueil. Lieu de parution : éditeur, année, pages ;
- article figurant dans un périodique : Nom, prénom, année de parution. Titre de l'article. Titre du périodique. Année, volume, numéro, pages.

Les sources doivent être citées entre parenthèses dans le corps du texte et non en bas de page comme sur un support papier. Elles sont rédigées de manière claire, en évitant en particulier l'emploi d'acronymes, de sigles ou d'abréviations, afin que le lecteur puisse s'y référer facilement.

### Crédits photo

La mention du crédit photographique est une obligation légale régie par le code de la propriété intellectuelle, même lorsque les photographies sont prises par les photographes officiels du ministère. La mention correcte d'un crédit se fait ainsi : « nom du photographe / endroit où l'image est déposée ».



#### Exemple

«Crédit : Arnaud Bouissou / MEEDDM»  
ou «Crédit : Philippe Durant / IRD»

Si la photo dont l'usage a été autorisé n'est pas officiellement déposée dans une structure, seul le nom du photographe devra être mentionné : il s'agit dans ce cas d'une cession de droit pour une photographie personnelle.

Une cession de droit est toujours limitée, sauf convention contraire. Autrement dit, ce n'est pas parce qu'une photo a été utilisée pour illustrer un article qu'elle peut librement être réutilisée pour un autre usage.

## Cibles et particularités de traitement

### Principes généraux

Le portail internet du ministère du Développement durable s'adresse à cinq cibles :

- le grand public ;
- les professionnels ;
- les associations ;
- les collectivités locales et autres institutions ;
- les médias.

En terme de traitement de l'information, on distingue quatre segments de cible :

- le grand public ;
- les professionnels, les associations, les collectivités locales et autres institutions ;
- les médias ;
- les enfants.

Les trois valeurs clés du ministère doivent systématiquement transparaître, quelle que soit la cible.

Une unité de ton et de style doit être privilégiée afin de porter un discours unifié et cohérent. D'une cible à l'autre le discours sera traité de la même manière en terme de ton et de style.

La prise en compte des cibles se fera essentiellement en terme de complexité de l'information et de choix des mises en situation et preuves au discours :

- prise en compte du niveau de connaissance et d'implication de la cible, plus ou moins initiée aux problématiques de développement durable ;
- choix des mises en situation concrètes et preuves au discours : elles sont issues de la réalité quotidienne de la cible visée :
  - pour le grand public, exemples de la vie quotidienne, chiffres clés correspondant à leur échelle familiale...
  - pour les professionnels et les collectivités locales, mise en situation de leur quotidien, de leurs responsabilités et de leurs obligations légales...

### Particularités de traitement

Deux segments de cibles devront être traités de manière plus spécifique.

#### Les médias

L'accent doit être particulièrement mis sur l'action concrète du ministère et son engagement en matière de développement durable.

Le titre doit être informatif, actif et impliquant (exposé clair, verbe actif, prise en compte du bénéficiaire internaute).

Le châpo doit mettre en lumière l'action du ministère et son objectif principal.

Le corps de texte doit donner toutes les informations clés : actions, faits marquants, exemples concrets, résultats mesurables.

## Les enfants

On privilégiera une approche très dynamique et enjouée, complice et pleine d'humour. Il faut entrer dans leur univers familial.

Leur parler de ce qu'ils connaissent, de ce qui est proche d'eux au niveau humain (sphère familiale), géographique (lieu de vie), temporel (aujourd'hui, demain).

Lorsqu'on souhaite aborder des sujets plus éloignés d'eux, faire des parallèles ou comparaisons avec leur univers.

### Pour les séduire, 3 points clés

- ▶ Les captiver :
  - en leur apportant une information nouvelle, originale ou insolite, réellement susceptible de les intéresser ;
  - exacerber leur capacité à comprendre et à poser un regard nouveau sur les choses ;
  - leur permettre de se valoriser auprès des autres : ils leur font part de leurs découvertes et s'en trouvent mis en valeur.
- ▶ Les étonner :
  - exciter leur curiosité naturelle ;
  - leur permettre de faire des découvertes et expériences marquantes qui susciteront leur intérêt, retiendront leur attention et amélioreront leur mémorisation.
- ▶ Les faire rire :
  - utiliser le registre de l'humour ;
  - présenter des situations extrêmes ou décalées, jouer sur le concept de l'anti-héros, etc.

### Le contenu est simple, court et précis

- ▶ Il répond de manière claire aux cinq questions (qui, quoi, où, comment, pourquoi).
- ▶ Il entre progressivement dans le détail, ménage des niveaux de lecture en fonction des connaissances de chacun.
- ▶ Il privilégie le dialogue texte-image :
  - les phrases sont très courtes, pas plus de 12 mots, correspondant à la mémoire immédiate, et construites sous la forme sujet + verbe + complément ;
  - les mots sont issus du vocabulaire de base : des mots courts (10 signes en moyenne), concrets et imagés, pas de mots abstraits, pas de jargon, pas d'acronymes ou d'abréviations.

### Le style doit être dynamique, drôle et impliquant

- ▶ On utilise le tutoiement et le langage parlé, avec respect et sans trop de familiarité.
- ▶ On évite toute forme d'infantilisation et on communique en gardant à l'esprit qu'il s'agit d'enfants doués d'intelligence et de capacité de réflexion.
- ▶ On utilise l'impératif présent pour impliquer le lecteur.
- ▶ On utilise les onomatopées.
- ▶ On évite le langage SMS et on privilégie une syntaxe parfaite.

# ÉCRIRE POUR INTERNET

## Comportements de lecture à l'écran

### Principes généraux

Les internautes ne lisent pas, ils scannent. La navigation dans le site et les liens hypertextes changent fondamentalement le comportement de lecture : l'internaute ne lit pas page après page comme sur un support papier.

79 % des internautes effectuent une lecture de type scanner :

- l'œil de l'internaute se déplace rapidement sur le contenu, du centre de la page (corps de la page), vers la gauche (navigation) puis vers la droite (informations contextuelles) ;
- l'œil se pose uniquement sur les éléments mis en valeur : titres, intertitres (titres de paragraphe), blocs texte et image mis en relief.

Seulement 16 % des internautes effectuent une lecture mot à mot :

- uniquement s'ils ont détecté l'information qu'ils recherchent ;
- ils doivent trouver rapidement ce qui les intéresse, faute de quoi ils quittent la page ou le site.

**NB :** la lecture à l'écran est 25 % plus lente que sur papier.

De linéaire à attentive sur le papier, la lecture devient discontinue et impatiente. L'internaute picore l'information, sautant d'une page à l'autre grâce aux liens hypertextes.

Il ne lit la totalité d'un texte que s'il juge qu'elle répondra à ses attentes.

### Une lecture en trois étapes

Le lecteur ne distingue tout d'abord que la zone supérieure du contenu.

Cette zone correspond au titre et au chapeau de l'article en résolution 800x600, au titre, au chapeau et au premier paragraphe en 1024.

La lecture à l'écran se fait en trois étapes.

► Une 1<sup>re</sup> lecture en Z, du milieu de l'écran, puis vers la gauche et enfin vers la droite. Elle a pour objet d'évaluer l'utilité du contenu et repérer les différentes zones d'information.

► Puis une lecture de type scanner qui identifie les éléments mis en relief : titres, images, texte mis en valeur...

Si l'internaute pense avoir trouvé l'information qu'il cherche, il effectue une lecture scanner de la page afin d'en évaluer la pertinence et de repérer les idées importantes.

► Et enfin une lecture active si le contenu présente un réel intérêt pour l'internaute.

L'internaute a repéré une information intéressante : il effectue une lecture mot à mot du contenu de la page.

## Structure de l'information : quatre règles d'or

### Favoriser la lecture : respecter les règles de lisibilité.

► Améliorer la vitesse de lecture :

- favoriser les contrastes positifs pour améliorer la vitesse de lecture ;
- créer un contraste suffisamment fort entre le texte et le fond ;
- un texte sombre et un fond clair fatiguent moins l'œil ;
- éviter les couleurs complémentaires qui sont difficiles à différencier lors de la lecture ;
- espacer les lignes de texte et utiliser des sauts de ligne.

► Améliorer le confort de lecture :

- préférer un corps de texte sur une seule colonne, constitué de paragraphes distincts ;
- choisir une longueur de ligne ne dépassant pas 100 signes (50 à 70 signes recommandés) ;

- ne pas justifier le texte et préférer le fer à gauche : justifié, le texte propose des espaces plus ou moins larges entre les mots et brise le rythme de lecture.

► Choisir une typographie et un style conçus pour le web :

- la police utilisée en général est le Verdana, une police sans serif. Georgia est une police serif conçue pour l'écran ;
- choisir une taille de 11 à 12 pixels pour les corps de texte, à exprimer en % pour permettre une harmonie entre les titres, intertitres et texte. La taille par défaut doit se trouver entre 75 à 80 %.

► Écrire de manière lisible :

- éviter les mots écrits en capitales, l'écriture en minuscule se lit plus facilement. Les titres et sous-titres peuvent être écrits en capitales, uniquement s'ils sont très courts ;
- éviter l'italique ;
- ne pas écrire en diagonale ;
- utiliser le gras ou la couleur pour mettre des mots ou groupes de mots en relief.

### Optimiser la recherche d'information : hiérarchiser l'information

Les comportements de lecture à l'écran conditionnent la structure des sites et pages internet. Le contenu doit être découpé en briques clairement définies. L'internaute les assemble en fonction de ses besoins et du niveau d'information recherché.

Chaque niveau de lecture (page, paragraphe...) doit être conçu comme une unité d'information indépendante : l'information doit pouvoir être compréhensible immédiatement sans référence à d'autres pages du site, à d'autres sites, ou à des documents externes.

La lecture à l'écran n'est pas linéaire. Elle ne se fait pas dans l'ordre habituel introduction/argumentaire/conclusion. On ne peut pas présupposer ce que l'internaute a déjà lu ou ce qu'il lira ensuite.

L'information doit être construite de manière à se repérer facilement dans le site et dans les pages et à aller au plus vite à l'essentiel. Elle doit être organisée par cible, par thème et par type d'information, en cohérence avec l'arborescence fonctionnelle.

Elle doit proposer des éléments identifiables pour chacun d'entre eux (cible, thème, type), afin d'optimiser l'accessibilité du texte.

► L'information doit entrer progressivement dans le détail :

- au premier niveau de l'arborescence les informations seront succinctes et concises ;
- les niveaux suivants fourniront une information de plus en plus détaillée.

La circulation entre les briques d'information doit se faire de manière évidente et fluide, via les liens hypertextes et le système de navigation.

► La présentation doit permettre d'identifier rapidement le thème et le type d'information :

- proposer des intitulés de rubrique et de page clairs et expressifs, courts et accrocheurs, indiquant précisément ce qu'on va lire ;
- ne pas confondre intitulé de rubrique et titre d'article : l'intitulé rubrique présente le thème général traité dans la rubrique. Le titre d'article présente un sujet en particulier, de manière précise ;
- ne proposer qu'un seul thème d'information précis par rubrique ou sous-rubrique et un seul sujet par article ;
- rappeler l'appartenance d'une page à la rubrique dont elle dépend pour rassurer l'internaute : la page qui s'affiche correspond bien à la rubrique ou à la mise en avant sur laquelle il a cliqué.

### Guider vers l'information utile

► Attirer l'attention : permettre de saisir l'objet du message et son intérêt en un seul coup d'œil.

Le titre et le chapeau doivent délivrer les informations clés pour permettre de comprendre le sujet de la page (titre), de saisir l'approche retenue (chapeau, sorte de résumé de l'idée principale de l'article, ses arguments clés et ses axes de réflexion).

Ils doivent être courts et accrocheurs pour susciter l'intérêt du lecteur.

► Retenir l'attention : permettre de scanner le texte en proposant une lecture rapide.

► Guider le lecteur, dans le fond et dans la forme.

► Mettre en évidence le schéma de lecture en proposant des intertitres (titres de paragraphe)

► Découper la page en différents blocs d'information :

- l'article : titre, chapeau, corps de texte avec intertitres et paragraphes clairement identifiés ;
- les informations contextuelles pour permettre une meilleure compréhension du sujet, résumer

les informations à retenir ou proposer des pistes de réflexion et de prolongement.

- ▶ Mettre en relief et différencier les blocs d'information :
  - regrouper les informations de même nature ;
  - proposer un traitement graphique et rédactionnel spécifique pour chaque nature d'information ;
  - proposer des repères visuels graphiques : pictos, icônes, pour identifier la nature des contenus et leur récurrence ;
  - et des repères visuels textuels : sous-titres et intertitres, liste à puces...
- ▶ Mettre en évidence les mots clés en les plaçant dans les titre, chapeau, intertitres.
- ▶ Mettre en exergue les points importants en utilisant par exemple le gras ou des repères visuels, de couleur...
- ▶ Inciter à lire : donner accès à l'information de manière progressive
- ▶ Graduer progressivement la complexité de l'information :
  - hiérarchiser l'information, de la plus stratégique à la moins essentielle, en délivrant les informations clés en début d'article et de chaque paragraphe ;
  - proposer différents niveaux de lecture, de l'information accessible à tous à l'information destinée aux initiés ou experts.

### Écrire court

Un article rédigé pour internet est 50 % plus court qu'un article rédigé pour un support papier.

Un article internet ne propose que l'essentiel de l'information : pour un contenu de type article, le nombre de signes idéal est estimé à 1 500 signes :

- trois à quatre idées clés, faisant chacune l'objet d'un paragraphe clairement identifié ;
- des paragraphes de 5 à 6 phrases et de 7 à 10 lignes de 50 à 70 signes chacune, soit 400 signes maximum ;
- des phrases de maximum 15 mots, correspondant à la rétention immédiate de l'information ;
- des liens hypertextes pour donner accès à une information connexe. Les liens sont formulés de manière concise et précise : 3 à 4 mots et 80 signes maximum.

Une page HTML devrait contenir entre 500 signes (seuil en-dessous duquel l'information n'est pas assez

consistante pour faire l'objet d'une page) et 4 000 signes (plafond au-delà duquel la lecture à l'écran devient très pénible). Si le contenu est particulièrement riche, il sera présenté sous forme de dossier. Il sera donc composé de pages articles successives traitant chacune d'un sujet précis. Il proposera un sommaire cliquable constitué par les titres de chaque article.

L'article internet délivre l'information clé en haut de page. Le haut de page constitue une sorte de conclusion ou de résumé de l'article afin que l'internaute puisse vérifier la pertinence du contenu dès son arrivée sur la page, et qu'il la quitte en ayant reçu l'information principale.

## Procédés d'écriture

### Objectifs de l'écriture internet

L'écriture web a pour objectif de maximiser le transfert de l'information en un minimum de temps. Elle se construit dans une logique de réception et répond à trois questions :

- qui est le récepteur ;
- qui est l'émetteur ;
- quel est le message à délivrer.

### Avant d'écrire

#### Identifier les objectifs de communication

- ▶ Qui est le récepteur :
  - quel est son univers et quels sont ses centres d'intérêt ;
  - pourquoi cherche-t-il de l'information : pour se renseigner, trouver réponse à une question précise, agir, se former... ;
  - quel intérêt porte-t-il au sujet ;
  - quel niveau de connaissance a-t-il du sujet ;
  - à quel type d'arguments sera-t-il sensible.
- ▶ Qui est l'émetteur :
  - qui est-il ;
  - comment se définit-il ;
  - quels sont ses objectifs de communication ;
  - quel est son périmètre d'action ;
  - quel traitement souhaite-t-il apporter au message.

#### Élaborer un plan de rédaction détaillé

- ▶ Rassembler toutes les sources d'information :

- collecter toutes les sources d'information, sous toutes leurs formes ;
- les analyser et s'en imprégner.

► Identifier les pièces maîtresses du discours :

- quelle est l'information la plus importante ou la plus utile pour mon lecteur ;
- quel est l'argument le plus fort (ou la promesse la plus forte) à mettre en avant ;
- quels sont les arguments qui étayeront la réflexion.

Construire le mécanisme d'argumentation en élaborant un plan de rédaction détaillé qui permet :

- d'organiser la pensée ;
- de structurer les idées ;
- de guider le lecteur en mettant en lumière le fil conducteur de la réflexion.

- Ce plan détaillé est composé :
  - d'un titre : sujet de l'article ;
  - d'un chapeau ou accroche : idée principale et angle de traitement de l'article ;
  - d'un corps de texte : exposition de l'argumentation et conclusion ;
  - d'éléments contextuels : informations complémentaires et axes de prolongement.

## Contenu par type de gabarit

► Les contenus du ministère sont de plusieurs natures :

- actualités ;
- communiqués de presse ;
- grands dossiers ;
- tour de la question ;
- publications ;
- appel à projets.

► Ils sont constitués de différents éléments communs à tous ou spécifiques à certains. Ces points communs et ces spécificités permettent d'identifier trois gabarits types :

- article ;
- dossier ;
- publication.

► Les contenus s'affichent sur le portail internet selon différents modes de présentation :

- mise en avant du contenu en pages d'accueil ;
- affichage dans une liste ;
- contenu dans son intégralité.

► Tout ou partie des éléments constituant les contenus s'affiche en fonction du mode de présentation choisi :

- minimum requis pour les pages d'accueil et pages sous forme de liste ;
- tous les éléments pour le contenu dans son intégralité.

Ces différents paramètres doivent être gardés en mémoire lors de la rédaction d'un contenu : il doit pouvoir être explicite, qu'il affiche tout ou partie du contenu.

## Gabarit article

### Principes généraux

► Le gabarit article doit être utilisé pour rédiger les contenus suivants :

- actualités
- tour de la question
- communiqués de presse
- autres contenus s'apparentant à un article.

► Il est constitué des éléments principaux suivants :

- un titre qui précise le sujet de l'article ;
- un chapeau ou accroche qui présente l'idée principale et l'angle de traitement de l'article
- un corps de texte qui expose l'argumentation et la conclusion ;
- des éléments contextuels : il s'agit d'informations complémentaires et d'axes de prolongement possibles.

► Il peut également proposer :

- des images ;
- des visuels légendés qui illustrent le contenu ;
- des éléments améliorant l'accessibilité : il s'agit de contenus alternatifs aux contenus texte, image, multi-média (Cf. Écrire pour internet : L'accessibilité).

► Tout contenu article comporte également des informations d'identification :

- le thème d'appartenance : il s'agit du rappel du pôle qui publie ce contenu : développement durable, énergie et climat, construction, urbanisme et biodiversité (choisir l'intitulé le plus précis), transports, prévention des risques ;
- la date de publication, c'est-à-dire la date de parution/mise en ligne du contenu ;
- le type de contenu : c'est le rappel de l'appartenance à une nature de contenu (actualités, grands dossiers, communiqués de presse, publications...)

## Mode d'affichage

Les éléments listés précédemment s'affichent ou non selon le mode de présentation.

- ▶ Mise en avant en page d'accueil :
  - thème d'appartenance ;
  - type de document ;
  - date de publication ;
  - titre article ;
  - chapeau article.

- ▶ Affichage dans une liste :
  - thème d'appartenance ;
  - type de document ;
  - date de publication ;
  - titre article ;
  - chapeau article.

- ▶ Contenu complet :
  - thème d'appartenance ;
  - type de document ;
  - date de publication ;
  - titre article ;
  - chapeau article ;
  - corps de texte ;
  - images et légendes ;
  - éléments contextuels.

### Conseils de rédaction : le titre d'article

#### Pourquoi un titre d'article

Le titre d'un article précise le sujet de l'article. Il doit être court et explicite

Il permet au lecteur d'anticiper le reste du contenu : il lui permet de savoir ce qu'il va lire ensuite.

Sur internet la vocation du titre est essentiellement informative.

#### Comment rédiger un titre

- ▶ Le titre doit répondre à deux questions précises :
  - de quoi va-t-on parler ?
  - quelle est l'idée essentielle à retenir ?

On le rédige donc en dernier : la conclusion se trouve souvent dans le titre.

- ▶ Il doit être court, clair et précis :
  - le titre compte 80 signes maximum ;
  - le sujet doit être exposé avec des mots simples et clairs ;
  - ces mots doivent être choisis parmi les mots-clés de référencement ;
  - le sujet doit être précisément replacé dans son contexte. Il peut être rédigé en deux parties : d'abord le contexte puis le sujet de l'article ;



Exemple :

Énergies vertes : l'éolien a le vent en poupe.

- il doit accrocher le lecteur et l'impliquer en le plaçant au cœur du discours ;



Exemple :

Avant : les gestes écocitoyens les plus efficaces

Après : Devenez un écocitoyen aguerrri.

- ou tout du moins répondre à son besoin d'information en mettant en lumière ce qui le concerne vraiment ;
- il doit être actif et positif ;
- il doit privilégier l'action ;
- supprimer les déterminants dans la mesure du possible pour faciliter la lecture rapide (le, la, un, des, etc.).



Exemple :

Avant : La stratégie nationale de la biodiversité et les plans d'action du ministère.

Après : Se mobiliser pour préserver la biodiversité : 10 plans d'action sectoriels.

### Conseils de rédaction : le châpo

#### Pourquoi un châpo ?

Le châpo, ou accroche, doit inciter le lecteur à lire le contenu de l'article. Il précise le sujet en expliquant comment il est traité, quels sont les arguments clés et les axes de réflexion.

#### Comment rédiger un châpo ?

Le châpo doit résumer ce qu'on va lire : il doit délivrer les informations clés contenues dans l'article ou poser les questions précises auxquelles répond l'article :

- il doit utiliser les mots clés de référencement ;
- il répond aux cinq questions : qui, quoi, pourquoi, où, quand ;
- il met en exergue l'information différenciante que contient l'article : pourquoi cet article répond-il aux attentes du lecteur, qu'est-ce qu'il lui apportera de plus qu'un autre article ;
- il doit être court et accrocheur pour susciter l'intérêt du lecteur.

### Les procédés d'écriture

- ▶ Rédiger un chapeau concis et précis, de 200 signes (maximum 250 signes).

- ▶ Utiliser un système de teasing pour interpeller l'internaute et l'inciter à lire la suite : proposer un avant-goût de ce qu'on va lire tout en suscitant des questions pour donner envie d'en savoir plus.

► Centrer le discours sur le lecteur : jouer la carte de la proximité avec le lecteur : proximité géographique, temporelle, sociale, affective... s'appuyer sur ses centres d'intérêt et lui parler de ce qui le concerne profondément.

Exemple de titre et de chapeau d'article

**Avant :**

[Titre] **Négociation climatique mondiale : réunion du forum des économies majeures sur l'énergie et le climat**

[Chapeau] Jean-Louis Borloo et Bernard Kouchner, ministre des Affaires étrangères et européennes, organisent lundi 24 et mardi 25 mai 2009 à Paris, la deuxième réunion préparatoire du forum des économies majeures sur l'énergie et le climat (MEF) à Paris. Le MEF réunit 17 États représentant 80 % de la consommation énergétique mondiale et 80 % des émissions de gaz à effet de serre de la planète. Il est destiné à faciliter le dialogue entre les grands pays développés et les pays en développement, afin de donner l'élan politique nécessaire pour l'obtention d'un accord ambitieux sur le climat à Copenhague en décembre 2009.

Les discussions à Paris porteront sur les actions et objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre, la diffusion des technologies propres, le financement des activités pour la protection du climat et l'adaptation aux impacts du changement climatique.

**Après :**

[Titre] **Négociation climatique mondiale : Le Forum des économies majeures finalise l'après Kyoto**

Le Forum des économies majeures sur l'énergie et le climat (MEF) réunira 17 états à Paris les 24 et 25 mai 2009. Son objectif, préparer l'accord mondial de Copenhague qui vise à réduire les émissions de gaz à effet de serre de manière significative.

**À noter :** le chapeau insiste sur l'objectif du FEM. L'accent doit être mis sur les actions en 1<sup>er</sup> lieu, et non sur les acteurs. Les informations non exploitées dans l'ancien chapeau sont traitées dans le 1<sup>er</sup> paragraphe du corps de texte qui précisera le contexte du forum.

## Conseils de rédaction : le corps de texte

### Pourquoi un corps de texte ?

Le corps de texte, ou développement, présente l'argumentation et défend le point de vue.

### Comment rédiger un corps de texte ?

Le corps de texte est composé de 3 à 4 idées clés. Chacune fait l'objet d'un paragraphe distinct, introduit par un intertitre qui précise ce qu'on va lire.

L'intertitre propose une idée précise : il ne s'agit pas de l'intituler *Objectifs*, *Quelques chiffres*, etc. Mais de préciser l'idée maîtresse contenue dans le paragraphe



### Exemple

**Avant - Après :** « Objectifs » devient « Favoriser le développement de la biodiversité » / « Quelques chiffres » devient « Préservation de la biodiversité en chiffres »

L'idée principale se trouve en début de paragraphe, puis viennent les arguments pour l'étayer :

- il est construit en pyramide inversée : il n'est donc pas construit comme un récit chronologique ou un rapport circonstancié (contexte, constat, problématique, argumentation, conclusion) ;
- il est construit de manière à donner accès à l'information de façon progressive : l'information est hiérarchisée de la plus stratégique à la moins essentielle. Elle propose différents niveaux de lecture, de l'information accessible à tous à l'information destinée aux initiés ou experts ;
- ce procédé permet de fournir l'information clé dès le début. Le lecteur peut arrêter sa lecture n'importe où, il aura reçu l'information la plus importante.

Le corps de texte se termine par une conclusion : elle peut résumer l'idée phare et/ou ouvrir de nouvelles pistes de réflexion, diriger vers un sujet connexe, soulever un autre problème...

Le corps de texte peut proposer des liens hypertextes pour donner accès à des informations complémentaires et des axes de prolongement :

- ces liens permettent de réduire la taille de l'article en ne proposant que l'essentiel de l'information ;
- les liens doivent être réellement pertinents, en apportant une information complémentaire important ;
- ils ne doivent pas être trop nombreux pour ne pas perturber la lecture.

## Conseils de rédaction : les éléments contextuels

### Pourquoi des éléments contextuels ?

Ils ont pour objectif de faciliter la lecture rapide et de permettre à l'internaute d'approfondir ses connaissances. Ils peuvent être de différentes natures.

► Enrichissement de l'information pour permettre à l'internaute d'approfondir un sujet, de poursuivre sa lecture :

- liens vers des informations complémentaires sur le sujet ;
- liens vers des publications sur le sujet ;

- liens vers des services en ligne liés au sujet ;
- liens vers des sites spécialisés sur le sujet...

► Proposition de nouvelles perspectives ou pistes de réflexion pour offrir à l'internaute d'autres sources d'informations pertinentes par rapport au sujet traité et améliorer la transversalité dans le site :

- liens vers des sujets connexes ;
- liens vers des publications ouvrant des perspectives ;
- liens vers des sites spécialisés sur le thème abordé...

### Comment rédiger les éléments contextuels ?

Les éléments contextuels de même nature sont regroupés dans un bloc texte clairement identifiable. Par exemple le bloc permettant d'enrichir l'information est différent visuellement du bloc listant les sujets connexes.

► Chaque bloc comporte :

- un titre précisant la nature des éléments qui y sont regroupés ;

#### Exemple

Enrichissement de l'information : [Sur le même sujet, Services en ligne, Pratique, ... / Ouverture de nouvelles perspectives ou pistes de réflexion : « Aller plus loin » ou « Approfondir la question »](#)

- la liste des éléments contextuels, constituée de liens hypertexte vers une autre page internet, sur le site ou un autre site.

#### Exemple

Enrichissement de l'information « [Télécharger le communiqué de presse \[Titre du communiqué de presse – format – poids du document\]](#) »

► Ces éléments sont rédigés sous forme de liste :

- une cinquantaine de signes par élément (maximum 80 signes) ;
- les intitulés de liens hypertextes doivent être rédigés de manière précise et concise (cf. Ligne éditoriale, le style : les intitulés) ;
- en général les intitulés correspondent au titre de la page ou du document vers lesquels ils renvoient.

### Conseils de rédaction : les images et leur légende

#### Pourquoi une légende aux images ?

La légende permet d'éviter toute ambiguïté de compréhension du dialogue texte-image. Elle a pour but de définir clairement le lien entre le texte et son illustration :

- qu'est-ce qu'illustre concrètement l'image ;
- dans quel but a-t-elle été choisie pour enrichir le propos.

Elle précise le contexte de l'image. Par exemple le lieu, la date ou les circonstances de prise de vue.

#### Comment rédiger une légende d'image ?

La légende doit répondre aux questions qui, quoi, quand, où. Elle est rédigée de manière précise et concise, entre 80 et 120 signes.

### Gabarit Dossier

#### Principes généraux

Le gabarit *Dossier* doit être utilisé pour rédiger les contenus *Grands dossiers*, plus rarement, des contenus de type article qui nécessiteraient plus de 2000 signes :

- ce cas de figure ne doit être envisagé que s'il paraît impossible de réduire la taille d'un contenu Article sans en dénaturer le sens ;
- dans la pratique, les liens hypertextes doivent pouvoir éviter l'utilisation d'un gabarit dossier pour rédiger un article : ils permettent de supprimer du texte dans l'article en proposant de lire l'information supprimée dans une autre page ;
- si toutefois cela s'avère indispensable, l'article long sera découpé en 2 pages ou plus : l'information doit être hiérarchisée de manière à ne proposer qu'un aspect précis du sujet sur chaque page. La deuxième page n'est donc pas la suite de l'argument principal proposé en page 1, mais bien un argument complémentaire à l'argumentation générale.

► Le dossier est constitué des éléments principaux suivants :

- d'un titre qui précise le sujet du dossier ;
- d'un chapeau ou accroche qui présente l'idée principale et les différents axes de traitement du dossier ;
- d'articles successifs : chaque contenu successif est présenté sur la base du gabarit article. Il expose une idée précise liée au sujet du dossier ;
- d'un sommaire cliquable : il sert de table des matières afin de voir en un coup d'œil la profondeur de l'information et ses différents axes. Il permet de naviguer au sein du contenu dossier.

Tout contenu dossier comporte également des informations d'identification :

- le thème d'appartenance : il s'agit du rappel du pôle qui publie ce contenu, développement durable, énergie et climat, construction, urbanisme et biodiversité,

transports, prévention des risques, mer et littoral, Europe et international ;

- la date de publication c'est-à-dire la date de parution/mise en ligne du contenu ;
- le type de contenu : c'est le rappel de l'appartenance à une nature de contenu, Grands dossiers par exemple.

### Mode d'affichage

Les éléments listés précédemment s'affichent ou non selon le mode de présentation.

- ▶ Mise en avant en page d'accueil :
  - thème d'appartenance ;
  - type de document ;
  - date de publication ;
  - titre dossier ;
  - chapeau dossier.
- ▶ Affichage dans une liste :
  - thème d'appartenance ;
  - type de document ;
  - date de publication ;
  - titre dossier ;
  - chapeau dossier.
- ▶ Contenu complet :
  - thème d'appartenance ;
  - type de document ;
  - date de publication ;
  - titre dossier ;
  - chapeau dossier ;
  - sommaire cliquable constitué par les titres d'articles composant le dossier ;
  - éléments contextuels.

### Conseils de rédaction : le titre et le chapeau

#### Pourquoi un titre de dossier

Le titre du dossier précise le sujet qui est abordé dans le dossier. Il doit être court et explicite. Il doit permettre au lecteur d'anticiper le reste du contenu : il l'informe de ce qu'il va lire ensuite.

Sur internet sa vocation est essentiellement informative.

#### Pourquoi un chapeau de dossier ?

Le chapeau, ou accroche, doit inciter le lecteur à lire le contenu du dossier. Il précise le sujet :

- comment est-il traité ;
- quels sont les axes de réflexion qui seront abordés (sujets des articles constituant le dossier) ;
- quel bénéfice apportera sa lecture.

#### Comment rédiger le titre et le chapeau du dossier ?

Le titre du dossier doit être rédigé en suivant les mêmes règles que celles utilisées pour la rédaction d'un titre d'article.

De même le chapeau respecte les règles édictées pour les chapeaux d'article. Toutefois, il ne se concentre pas sur la réponse aux 5 W mais présente en priorité les différents points qui seront abordés dans le dossier, c'est-à-dire les différents sujets traités dans les articles qui le constituent.



[Titre dossier]

**Énergies renouvelables : Quand environnement rime avec performances**

[Chapeau dossier]

**D'ici 2020 la France produira au moins 20 % de son énergie grâce aux énergies renouvelables. Objectif, préserver le climat et sécuriser l'approvisionnement. Tour d'horizon des énergies d'avenir et de leurs applications concrètes.**

[Sommaire dossier - Titres des articles composant le dossier]

- Énergies vertes : L'éolien a le vent en poupe
- Biomasse : 22 projets de centrales électriques à l'étude
- Éco-construction : Vers une indépendance énergétique durable
- Urbanisme : Perpignan, une ville à énergie 100 % renouvelable
- Recherche : Quelles énergies performantes pour demain ?

### Gabarit Publications

#### Principes généraux

Le gabarit *Publications* doit être utilisé pour présenter les différents types de publications proposées sur le portail internet :

- rapports et études ;
- rapports d'activité ;
- études et documents ;
- chiffres et statistiques ;
- lettres d'information ;
- fiches d'information ;
- guides thématiques...

Les publications sont présentées à travers les éléments principaux suivants :

- le titre de la publication : il précise le sujet de l'article ;
- un chapeau ou accroche : il consiste en une

description courte des informations proposées dans la publication.

Elles peuvent également être illustrées d'un visuel légendé permettant d'identifier la nature de la publication ou de mieux comprendre son sujet.

Toute publication comporte également des informations d'identification :

- le thème d'appartenance et le sous-thème : le thème correspond au rappel du pôle qui publie ce contenu (développement durable, énergie et climat, construction, urbanisme et biodiversité, transports, prévention des risques) et le sous-thème précise la thématique abordée (ex. : énergie et climat - énergies renouvelables) ;
- le nom du ou des auteurs ;
- le nom de l'éditeur ;
- la collection ou nature de la publication : elle précise son appartenance à un ensemble de publications du même ordre (ex. : Références, Le point sur, Chiffres et statistiques...) ;
- le n° de publication si le document fait partie d'un ensemble de publications régulières (ex. : Chiffres et statistiques - n° 35) ;
- la date d'édition c'est-à-dire la dernière date de parution du document papier ;
- le format du document et son poids : s'agit-il d'un document au format .doc, .ppt, .pdf ? Préciser le poids permet à l'internaute de se faire une idée du temps d'ouverture du document en fonction de son matériel ;
- le nombre de pages constituant le document.

### Mode d'affichage

Les éléments listés précédemment s'affichent ou non selon le mode de présentation.

- ▶ Mise en avant en page d'accueil :
  - titre de la publication ;
  - thème et sous-thème d'appartenance ;
  - auteur(s) ;
  - éditeur ;
  - date d'édition ;
  - collection ou nature de la publication ;
  - nombre de pages ;
  - résumé châpo de la publication ;
  - format et poids de la publication ;
  - lien vers le téléchargement du document.
- ▶ Affichage dans une liste :
  - titre de la publication ;
  - auteur(s) ;

- éditeur ;
- date d'édition ;
- thème d'appartenance ;
- résumé court en une phrase ou début du résumé châpo (50 signes en moyenne).

▶ Contenu complet : il s'affiche lors de l'ouverture du document (.pdf en général) dans une nouvelle fenêtre.

### Conseils de rédaction

#### Pourquoi un titre de publication ?

Le titre de la publication permet de l'identifier : il est rédigé par le rédacteur de la publication et non par le rédacteur internet. Il précise le sujet qui est abordé dans le document.

#### Pourquoi un châpo de publication ?

Lire une publication implique de télécharger un document, action qui peut demander du temps et donne l'impression de quitter le site, donc le cœur du discours. L'internaute doit être rassuré et incité à l'action. Le châpo, ou accroche, lui permettra d'appréhender ce qu'il trouvera dans la publication :

- quels sont les différents points abordés dans la publication ;
- quel bénéfice apportera sa lecture.

#### Rédiger les éléments de présentation d'une publication

Le titre est celui de la publication originale, que l'internaute trouvera en première page du document qu'il aura téléchargé. De même pour la nature de la publication, son n° de publication et sa date de parution.

Le châpo précise les informations proposées par la publication :

- il peut équivaloir à un résumé du sommaire de la publication ;
- il ne doit compter si possible que 150 signes (maximum 200 signes) ;
- si nécessaire, un lien hypertexte doit être rédigé comme suit : Télécharger la publication [Titre de la publication - Nature de la publication - N° de publication - Date de parution] (Format [nom du format] - XX Mo).



#### Exemple :

L'électricité en France en 2008 : une demande en hausse - Chiffres et statistiques - N° 40 - Juin 2009 (Format Pdf - XX Mo)

## Mots-clés

### S'assurer d'un référencement efficace

Les moteurs de recherche prennent en compte différents éléments, et notamment :

- le titre de la page ;
- les premiers mots du texte de la page, puis le reste du contenu ;
- les intitulés de liens hypertextes ;
- l'utilisation du gras ou de l'italique ;
- la densité des mots-clés, c'est-à-dire le pourcentage correspondant au nombre de fois où un mot-clé est rencontré par rapport au nombre de mots total du texte ;
- la mise à jour régulière du contenu du site.

Il est donc primordial de bien choisir ses mots-clés. Une liste courte de quelques mots-clés pertinents et précis choisis en fonction des habitudes de recherche des internautes et donc issus de leur propre vocabulaire.

Il faut les placer aux endroits stratégiques :

- dans le titre de la page ;
- en début de texte, dans la 1<sup>re</sup> phrase ;
- au début du 2<sup>e</sup> paragraphe ;
- dans la dernière phrase du texte.

Il faut également créer des liens de et vers d'autres sites à forte notoriété et pertinence, en respectant la politique de liens externes spécifique au ministère.

### Rédiger en tenant compte des mots clés

- ▶ Lister les mots clés importants de la page (trois maximum).
- ▶ Faire apparaître le ou les mots clés dans le titre de la page.
- ▶ Répéter ce ou ces mots clés dans le 1<sup>er</sup> paragraphe du texte :
  - dans la 1<sup>re</sup> phrase du texte, au mieux ;
  - dans les 30 à 50 premiers mots, au pire.
- ▶ Mettre en exergue les mots clés :
  - mettre les mots importants en gras ;
  - avec un lien hypertexte sur le mot clé ;
  - voire en italique, mais moins lisible.
- ▶ Répéter le mot clé au moins trois fois pour un texte de 100 mots :

- l'indice de densité d'un mot clé (IDM) idéal se situe entre 3 et 5 % ;
- dans une page de 100 mots, répéter le mot clé 3 fois équivaut à un IDM de 3 %. Dans une page de 300 mots (1500 signes), l'IDM équivaut à 0,75 %.



### Quelques mots clés et expressions à utiliser

Développement durable, environnement, écologie, biodiversité, préservation, ressources naturelles, ressources territoriales, eau, énergie, énergies renouvelables, climat, changement climatique (expression « positive » du réchauffement climatique), réchauffement climatique (expression utilisée par les internautes), urbanisme, aménagement du territoire, transports, ministère, collectivités locales et territoriales, actions en faveur de [l'environnement, le développement durable...], prévention, sécurité...

## Accessibilité

### Principes généraux

Un site internet accessible garantit que son contenu est utilisable par quiconque, quels que soient :

- sa situation ;
- son handicap (visuel, auditif, moteur...) ;
- le matériel utilisé pour accéder au site (ordinateur, navigateur internet, logiciels spécialisés).

Le respect des critères techniques d'accessibilité ne bénéficie pas aux seuls publics handicapés mais à l'ensemble des utilisateurs. Il garantit :

- une meilleure navigabilité ;
- une ergonomie plus simple ;
- des contenus plus structurés ;
- un meilleur référencement par les moteurs de recherche.

Tous les contenus doivent pouvoir être lus et transformés de manière optimale par les aides techniques : plage braille, synthèse vocale, loupe d'écran...

Les rédacteurs doivent s'attacher à produire des contenus accessibles, produits dans le respect des règles d'écriture pour internet, notamment :

- structurer les contenus de façon à optimiser la navigation et à guider le lecteur dans sa recherche d'information (cf. Écrire pour internet, la structure de l'information et les procédés d'écriture)
- utiliser un langage simple, précis et concret.

### Titres de page

Une page = une balise title unique.

Toutes les pages doivent avoir au moins un titre de page (balise title). Par cohérence, celui-ci doit reprendre à l'identique le titre de l'article ou du contenu présenté sur la page. Il est unique, c'est-à-dire que les balises title de deux pages différentes ne peuvent avoir le même contenu. En général on fixe une limite de 60 signes pour les titres de pages.

Le titre de page spécifié dans la balise title apparaît sur fond bleu en haut de la fenêtre de navigation.

! La balise title joue également un rôle clé dans le référencement, les moteurs de recherche prenant en compte son contenu pour référencer et positionner les pages Web.

## Contenu de la page

### Baliser les acronymes

Toutes les abréviations et acronymes dans toutes les pages web doivent avoir une balise appropriée permettant aux synthèses vocales de les reconnaître et d'en préciser la signification à leurs utilisateurs. On utilise la balise acronym pour les acronymes et la balise abbr pour les abréviations. Cette balise doit obligatoirement avoir un attribut title à la première occurrence de l'abréviation ou de l'acronyme dans la page.

### Baliser les citations

Les citations et leurs sources doivent être balisées en utilisant les balises et attributs spécifiques aux citations. Ceci permet aux utilisateurs d'identifier précisément les blocs de contenu cités d'une autre source et de les différencier des autres contenus. Les citations en ligne doivent être balisées à l'aide de l'élément q et les blocs de citations à l'aide de l'élément blockquote. La source d'une citation, lorsqu'elle est indiquée avant ou après la citation, doit également être balisée à l'aide de l'élément cite. Si la source est un document en ligne, il faut alors préciser son url avec l'attribut cite placé dans ces éléments.

### Baliser les listes à puces

Les contenus, lorsqu'ils sont présentés sous forme de listes à puce (liste d'items), doivent être balisés en utilisant les éléments de liste. Selon les contextes de navigation, ces éléments de listes permettent d'identifier la présence d'une énumération, d'en anticiper la longueur, d'en distinguer les différents items.

On utilise :

- les listes non ordonnées (ul) pour les énumérations dans lesquelles l'ordre des éléments n'est pas significatif ;
- les listes ordonnées (ol) lorsque l'ordre des éléments est significatif et doit être conservé ;
- les listes de définitions (dl) pour les énumérations de termes suivis chacun d'une définition.

### Signaler les changements de langue dans le texte

La présence dans le texte de mots ou de phrases dans une langue qui n'est pas la langue principale du texte doivent être signalés à l'aide de l'attribut lang pour permettre aux synthèses vocales d'en tenir compte. La définition des changements de langue ne s'applique pas aux mots ou aux groupes de mots devenus usuels dans la langue principale de la page (ex, en français : parking, email, etc.).

### Tableaux

Le principe est de créer des tableaux qui se transforment de façon élégante lorsqu'ils sont analysés par les aides techniques.

**Rappel :** L'utilisation des tableaux est réservée à la présentation de données. Les « tableaux de mise en forme » sont à éviter, conformément aux recommandations détaillées dans la section spécifique de cette charte.

### Le résumé (attribut summary)

Les tableaux de données donnent obligatoirement lieu à la rédaction dans le code html d'un attribut summary (résumé) sur l'élément table. Un attribut summary pertinent doit décrire les grandes catégories d'information présentées par colonne et par ligne et signaler les irrégularités éventuelles correspondant aux cellules fusionnées horizontalement ou verticalement. L'effet recherché ici est une vue d'ensemble, c'est pourquoi il n'est pas utile de reprendre dans le sommaire tous les titres de colonne et de ligne, mais plutôt d'en décrire les grandes catégories. Le RGAA ne pose pas de limite sur le nombre de caractères de la description qui peut être aussi longue que nécessaire.

### Le titre (balise caption)

Les tableaux de données donnent obligatoirement lieu à la rédaction dans le code html d'une balise caption (titre). Le titre indique à l'utilisateur ce qu'il va trouver dans le tableau. Le contenu de l'élément caption et le contenu de l'attribut summary doivent être différents

l'un de l'autre et d'un tableau de données à un autre. Le RGAA ne pose pas de limite sur le nombre de caractères du titre.

### Les en-têtes de colonnes et de lignes (balises th)

Les tableaux de données donnent obligatoirement lieu à la rédaction dans le code html de balises th (en tête de colonne et de lignes). Ces balises permettent aux logiciels de lecture d'écran d'indiquer à l'utilisateur le titre de la ligne ou de la colonne où il se trouve. Le texte de la balise doit être associé, si possible, à une formulation raccourcie (balise abbr) le résumant lorsqu'il dépasse 20 caractères.

### Les formulations raccourcies (balises abbr)

Les tableaux de données donnent obligatoirement lieu à la rédaction dans le code html de balises abbr (abréviation) associées aux balises th lorsque celles-ci dépassent 20 caractères. Ces balises permettent d'éviter l'allongement du temps de lecture par les synthèses vocales avec la répétition des contenus des en-têtes de ligne et de colonne associés à chaque cellule d'un tableau. Le contenu de ces balises doit être pertinent, c'est-à-dire décrire l'information véhiculée par le contenu de l'en-tête auquel il se rattache, et être unique dans la page.

### Les attributs permettant d'associer les cellules aux en-têtes de lignes et de colonnes (attributs id et headers)

Les tableaux de données donnent obligatoirement lieu à l'utilisation des attributs permettant d'associer explicitement les cellules de données aux en-têtes de lignes et de colonnes afin d'en faciliter la restitution vocale.

Il faut donc d'abord assigner un attribut id unique (pour l'ensemble de la page) à chaque cellule d'en-tête puis incorporer un attribut headers à chaque cellule de données.

Ce dernier placera entre guillemets et séparés par un espace tous les id des cellules de titre qui s'appliquent à la cellule courante.

! Les balises th, caption, et l'attribut headers doivent être utilisés exclusivement pour les tableaux de données. Leur utilisation pour les tableaux de mise en page peut entraîner un changement du mode de navigation de certaines aides techniques et perturber la lecture et la compréhension des contenus.

### Liens hypertextes

#### Des intitulés explicites hors contexte

La règle générale est de permettre à tout utilisateur de comprendre la signification d'un lien même si celui-ci est lu indépendamment du texte qui l'accompagne. Pour la rédaction de liens explicites, les rédacteurs se référeront aux règles présentées au chapitre spécifique de cette charte. La longueur des intitulés de liens doit être la plus courte possible tout en restant compréhensible. Une limite entre 80 et 120 caractères est recommandée.

#### Limiter l'utilisation des titres de liens

De manière générale, il n'est pas souhaitable d'utiliser les titres de liens (attribut title) pour les liens quand ceux-ci sont explicites hors contexte.

Les titres de liens seront utilisés uniquement :

- pour préciser l'ouverture d'une nouvelle fenêtre. L'avertissement explicite « nouvelle fenêtre » doit accompagner chaque lien ou bouton ouvrant un lien dans une nouvelle fenêtre. S'il n'est pas possible d'indiquer cet avertissement directement dans l'intitulé du lien, il est admis de le faire dans un attribut title si celui-ci est plus long que l'intitulé du lien lui-même ;
- fournir les informations relatives à la consultation des fichiers en téléchargement). Leurs intitulés doivent reprendre l'intitulé du lien, tout en apportant des informations complémentaires (format, poids, langue).

! Rappel : Tous les liens ayant le même intitulé devant pointer vers la même destination cible, les liens génériques de type cliquer ici ou communiqué de presse sont à proscrire.

### Éléments graphiques

Le contenu des éléments non textuels du portail est « invisible » pour certaines catégories d'utilisateurs, comme les personnes handicapées visuelles accédant au site via un lecteur d'écran ou celles ayant choisi de naviguer en mode texte. Chaque élément graphique doit donc obligatoirement posséder une alternative textuelle.

L'affichage de ce texte alternatif se fait en renseignant l'attribut alt. Le contenu de la description doit être pertinent, c'est-à-dire qu'il doit restituer l'information véhiculée par l'image par rapport au contenu auquel elle est associée. Les termes les plus importants sont placés au début du texte.

L'alternative textuelle doit être formulée de la manière la plus concise possible, une limite entre 80

et 120 caractères convenant à une manipulation aisée de ces informations. Si cette limite ne permet pas de restituer toute l'information, l'attribut alt sera accompagné d'un attribut longdesc qui permet de fournir une description détaillée.

! Les éléments graphiques sans valeur informative ou purement décoratifs (puces, etc.) doivent être évités, mais s'ils sont utilisés l'attribut alt doit être renseigné vide (« alt » = "").



Pour une personne naviguant en mode normal, l'attribut alt se traduit par l'apparition d'un cadre de texte reprenant le contenu alternatif de l'image au passage de la souris sur le visuel.

### Le cas particulier des images cliquables

Lorsque les images sont utilisées comme lien dans la navigation, l'attribut alt doit informer l'utilisateur sur la destination du lien, à moins que le lien bénéficie déjà d'un intitulé textuel explicite.

### Le cas particulier des images MAP

Pour les images MAP, chaque zone d'image (ex : département sur une carte de France) doit être commentée.

### Le cas des éléments graphiques nécessitant une description longue

Certains éléments graphiques complexes nécessitent une description longue ne pouvant être fournie par l'attribut alt. L'attribut longdesc doit alors être utilisé en complément pour apporter une information supplémentaire et nécessaire.

### Contenus visuels animés ou multimédias

#### Fournir une transcription textuelle

Tous les contenus visuels animés, sonores ou multimédias téléchargeables doivent posséder une transcription textuelle.

Celle-ci doit contenir les textes parlés, les bruits, les intonations et les éléments visuels (comme l'indication de textes apparaissant à l'écran, d'actions

visuelles, d'attitudes, de gestes, ou de changements de scène) nécessaires à la compréhension du contenu. Les contenus visuels animés, sonores ou multimédias téléchargeables permettant d'avoir accès au même niveau d'information qu'un contenu textuel présent dans la page ou téléchargeable depuis la page ne nécessitent pas de transcription textuelle (exemple : version audio ou vidéo en langue des signes du contenu informatif d'une page, version vidéo d'une interview texte).

#### Fournir une description audio synchronisée

Toutes les aides techniques n'étant pas en mesure de lire automatiquement la description textuelle des contenus multimédias, les informations véhiculées par des contenus visuels animés ou multimédias disponibles uniquement en téléchargement doivent être reproduites sous forme de description audio.

#### Rédiger une description synchronisée

La description audio vient décrire un texte apparaissant à l'écran, une action visuelle, une attitude, une émotion visiblement évidente, un geste, ou encore les changements de scène. Elle prend généralement place dans les espaces de silence, entre les dialogues ou les autres éléments sonores. Elle peut cependant venir les couvrir lorsqu'ils ne sont pas indispensables à la compréhension du contenu multimédia.

#### Fournir des sous-titres synchronisés

Les contenus multimédias disponibles uniquement en téléchargement doivent être accompagnés de sous-titres synchronisés.

#### Rédiger des sous-titres

Les sous-titres des contenus multimédias reprennent par écrit les paroles prononcées de manière synthétique ou non. Ils doivent également indiquer les bruits, éléments musicaux, intonations ou changements d'orateur, autant d'informations nécessaires à la compréhension des contenus. Ils peuvent également, par leur mise en forme, donner des informations complémentaires telles qu'un personnage parlant hors champ, dans une langue étrangère ou une voix off.



Ressources, territoires, habitats et logement  
Énergie et climat Développement durable  
Prévention des risques Infrastructures, transports et mer

**Présent  
pour  
l'avenir**

---

Ministère de l'Écologie, de l'Énergie,  
du Développement durable et de la Mer  
en charge des Technologies vertes  
et des Négociations sur le climat

Tour Pascal A  
92055 La Défense Cedex