

# Rédiger pour le web

---

## Critères de publication :

- Nouveauté ;
- Proximité (doit toucher le lecteur) ;
- Utilité (répond à un besoin) ;
- Agréable (plaisir, émotion) ou spectaculaire ;
- Fiabilité.

Sur le web, plus c'est **court**, plus c'est lu  
et plus c'est **concret**, mieux c'est **compris** !

---

## Les 10 règles d'or de l'écriture Web :

1. Message court, réactif, simple, utile (2000 à 3000 signes espaces compris par article)
2. **Présentation claire** et aérée :
  - Titre, chapô, des paragraphes courts
  - Illustrations, photos, tableaux
  - Mise en valeur : retrait, guillemets, fond de couleur, gras (éviter l'italique)
3. **Phrases courtes** : 1 seule idée par phrase, pas plus de 13 mots (au-delà la mémoire ne mémorise pas la phrase)
4. **Paragraphes courts** et aérés (4-5 phrases) ; 1 paragraphe = 1 thème ; s'il y a plusieurs paragraphes, mettre des inter-titres
5. **Langage simple**, concis et factuel ; français standard, des mots d'usage courant, courts (4-5 syllabes)
6. **Syntaxe simple** - éviter les effets stylistiques trop recherchés (métaphores...)
7. Dater et signer l'article
8. Indiquer ses sources *et d'un point de vue plus technique il est utile de :*
9. Mettre en avant les liens hypertexte internes et externes permettant d'aller plus loin dans l'information ;
10. Favorisez l'impression des contenus denses qu'il vaut mieux lire sur papier (proposer un fichier PDF téléchargeable).

## Pour un style lisible et efficace :

- Privilégier la forme positive (éviter les négations), la voix active et le présent ;
- Utiliser des verbes d'action, au présent de préférence ;
- Choisir le mot juste, si possible des mots courts, concrets, précis et imagés.

**Aller de l'essentiel au détail.** L'information essentielle est unique. Elle tient en une phrase et doit comporter la réponse à ces 5 ou 6 questions :

- Qui ?
- Quand ?
- Quoi ?
- Comment ?
- Où ?
- Pourquoi ?

## La structure, c'est crucial :

- **Le titre** informe vite à lui seul.
- **L'intertitre** annonce ce qui vient dans le paragraphe suivant.
- **Le chapô** est nécessaire dès qu'un article fait plus de 1500 signes. Il résume le texte en 300 à 600 signes (espaces compris). Le chapô, en jargon journalistique, est indépendant. Il résume l'idée maîtresse et se comprend seul. Quelques lignes, des phrases courtes : il donne l'essentiel, les mots-clés, et surtout l'envie de lire. Il informe plus que le titre, moins que le texte. Il donne envie de lire le texte.
- **Le texte** doit reprendre les infos du titre et du chapô car chacun des 3 peut être lu de façon indépendante. Court, simple, concret il va du **+ neuf + important + proche au + général + loin (temps, faits) + détails + explicatif.**
- « *Je sais que j'ai achevé mon texte quand je n'ai plus rien à y retrancher* » Saint-Exupéry