



règles et astuces pour écrire un article

sur la plateforme Reference-syndicale.fr



Pourquoi cette aide ?

- ▶ L'écriture pour un média n'est pas intuitive, notamment pour le web
- ▶ Il est plus aisé de s'appuyer sur quelques règles de la rédaction journalistique
- ▶ La cohérence générale du site, et donc sa qualité, dépendent d'une tonalité éditoriale harmonieuse

Les moteurs de recherche : vos premiers lecteurs

Attention ! Ce sont d'abord les moteurs de recherche qui jugent de la pertinence de votre article. Si vous ne suivez pas quelques règles essentielles, aucun internaute ne visitera votre site à la suite d'une recherche sur Google.

Ce sont donc des robots et des algorithmes qui visitent le plus votre site. Vous écrivez aussi pour eux.



► Si je ne trouve pas ce que je cherche, je zappe!



► En une seconde, je décide si votre article m'intéresse ou pas





10 astuces pour écrire un bon article

1. Définissez la ligne éditoriale du site
2. Travaillez le titre de l'article
3. Soignez l'introduction
4. Structurez les articles
5. Mettez des sous titres
6. Adaptez le texte de l'article
7. Paramétrez les liens
8. Utilisez correctement les images
9. Faites un choix pour les vidéos
10. Réalisez une mise en forme sobre

1

Définissez la ligne éditoriale

- ▶ Toujours se demander qui est la **cible**
- ▶ L'information que l'on délivre doit être **factuelle** et **objective**
- ▶ On **évite l'humour** et les billets d'humeur
- ▶ On écrit ses articles dans un **ordre anti-chronologique**, le plus récent est relaté en premier
- ▶ On rédige à la **troisième personne du singulier**



2

Travaillez le titre

- ▶ **Court** : 5 - 10 mots (une ligne)
- ▶ Il contient les **mots importants** de la thématique traitée
- ▶ **Explicite** : il anticipe le contenu
- ▶ **Accrocheur** : il invite à la lecture
- ▶ Pas de métaphore ou autre figure de style !!!

2

Travaillez le titre



« Recherche industrielle : les salariés de Sanofi mobilisés pour l'emploi »



« mobilisation Sanofi »

« Les Sanofi battent le pavé »

3

Soignez l'introduction

L'introduction ou le “**chapô**” résume l'intérêt du sujet. C'est ce chapô qui figure en « une » et qui doit donner envie au lecteur de lire la suite.

- ▶ **Sur la forme** : un seul paragraphe court, 2-3 phrases
- ▶ **Sur le fond** : Who? What? Where? When? Why?
- ▶ **Dans la démarche** : on commence par l'essentiel.
L'article ira dans le détail par la suite

4

Structurer votre article

L'internaute lit en diagonale. Il faut donc plusieurs niveaux de lecture pour lui permettre de survoler la page sans rater l'information essentielle.

- ▶ **Structurez** le discours : un titre, un chapô, 3 ou 4 paragraphes séparés par des sous-titres
- ▶ Valorisez **l'essentiel** : mettre du gras sur les termes clés
- ▶ Faites des paragraphes **aérés** et utilisez des **listes à puces**
- ▶ Utilisez des **encadrés** et des **visuels** légendés pour **alléger**

5

Utilisez des sous-titres pour aérer

1 paragraphe = 1 idée

- ▶ Un **sous-titre** tous les 2-3 paragraphes
- ▶ Il annonce **explicitement** le contenu des paragraphes
- ▶ En lisant Titre + Intro + Sous Titres l'internaute doit pouvoir **comprendre le raisonnement** de l'article
- ▶ Cette structure **donne envie de rester sur la page** et lire l'article dans le détail

6

Adaptez le contenu

- ▶ Utilisez des **phrases courtes** au vocabulaire et au style **simple, concret, direct** et **concis**
- ▶ Évitez les textes trop longs
- ▶ Évitez le jargon, l'accumulation de chiffres, les sigles, les abréviations, et les métaphores
- ▶ Utilisez des **repères temporels absolus**
(le « **8 mars 2013** » et non « mardi prochain »)

7

Paramétrez les liens

- ▶ **Attention** : images, vidéos, PDF et objets flash sont peu ou pas indexés par les moteurs de recherche par rapport au texte
- ▶ Les mots du lien doivent être **explicites** (jamais de 'cliquez ici') et décrire précisément le contenu
- ▶ Lors de l'insertion d'un lien, **utilisez l'attribut « Titre »** de l'éditeur. Essentiel pour les moteurs de recherche
- ▶ Dites vers quel **type de lien** vous pointez (site externe, tract ou doc à télécharger, article sur votre site etc)
- ▶ Ne pas hésiter à faire des **liens internes** (pour renvoyer à un article écrit plus tôt ou renvoyer vers un dossier)

8

Utilisez correctement les images

- ▶ Avant de charger votre image : donnez un nom de fichier **explicite** (pas de "image247.jpg")
- ▶ Utilisez la **balise « titre »** et la **balise « texte alternatif »** lors de l'insertion de votre image dans votre article
- ▶ Ne chargez pas d'album photo : **utilisez Flickr.com**
- ▶ L'image doit être **pertinente** et de **bonne qualité**
- ▶ **Attention au droit de la propriété, au droit à l'image**
- ▶ Demandez **l'accord des personnes** avant de poster leur photo

9

Faites un choix pour les vidéos

- ▶ Utilisez le **compte Dailymotion.com/CGTdescadres** où vous trouverez toutes les vidéos UGICT et CGT
- ▶ Utilisez des **services de partage de vidéos** pour intégrer et publier vos vidéos. N'en chargez pas sur votre site
- ▶ **Évitez les vidéos amateurs**, mauvaises pour votre image



10

Soyez sobre dans la mise en forme

- ▶ Le site est déjà mis en forme, **restez simples**
- ▶ Privilégiez la **pertinence** des contenus
- ▶ **Jamais d'italique** ou de **souligné**
- ▶ Utilisez les **balises** « Titre 1 » / « titre 2 » / etc...
- ▶ **Jamais plus de 2 couleurs /ou/ 2 polices**