

# ORGANISER ET RÉDIGER DU CONTENU POUR LE WEB

[www.jura.ch](http://www.jura.ch)



# Le site Internet, une vitrine pour votre Service



# Le site Internet - Une vitrine pour votre service

## Rappels

- Devoir d'informer - Contexte légal
  - Droit du public à l'information et droit d'accès aux documents officiels → Loi sur l'information et l'accès aux documents officiels
- Coordination
  - Soutien - Rédaction - Expertise - Projets → Rédaction Web
- Support
  - Problèmes techniques → Support utilisateur SDI (5940)
  - Problèmes IceCube2.Net → Artionet Web Agency via la rédaction Web



# Le site Internet - Une vitrine pour votre service

## Particularités d'un site Internet?

- Site Internet de l'Etat: un guichet ouvert 24h/24 et 7 jours sur 7
- Accessible du monde entier
- Liens hypertextes - Validité (liens brisés) - Pertinence
- Rapidité de mise à jour - Veille - «Permanence»
- Faible coût de production
- Gratuité de consultation (en général)
- Sous certaines conditions, facilité d'accès pour les personnes handicapées → Access For All



# Le site Internet - Une vitrine pour votre service

## Site www.jura.ch

- +80 000 visites par mois → 300 000 pages vues → Crédibilité
- Fournir toutes les informations sur l'organisation et les prestations de l'Administration cantonale
- Service(s) rendu(s) à l'utilisateur → citoyen → «client»

## Qualité du contenu - PAAF

▪ Pertinent	▪ Actuel
▪ Accessible	▪ Fiable



## Séminaire ch.ch

- Coût moyen d'une requête nécessitant une intervention humaine: **138,8 CHF**
- Coût moyen d'une requête «self-service» **0,5 CHF**
- 50-70% des contenus des sites Web cantonaux sont inutiles car:
  - **INACCESSIBLES**
  - **INTROUVABLES**
  - **NON PERTINENTS**



# Organiser le contenu



# Organiser le contenu

## Organisation générale – www.jura.ch

- Le site de l'Etat - 3 systèmes de navigation
  - Structure administrative
  - Index alphabétique/thématique
  - Chemin de vie
  
- Chaque page est liée à l'Index alphabétique
  - L'index est géré par la rédaction Web - Informer la rédaction Web lors de la création de nouvelles pages/rubriques dont les contenus devraient figurer dans l'Index





# Organiser le contenu

## Partie administrative

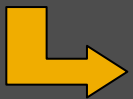
- Page d'accueil du service
- Qui sommes-nous?
- Que faisons-nous?
- Où sommes-nous localisés?
- Quand sommes-nous ouverts?
- Comment peut-on nous atteindre?
- Comment sommes-nous organisés?



# Organiser le contenu

## Partie thématique/contenus

- Ce n'est pas le site du Service... mais du citoyen !!!!
- Qu'est-ce qui est utile au citoyen-client?
- Prestations - Prestations - Prestations
- **ATTENTION:** plusieurs services peuvent être concernés par un même thème - Synergies - Redondances



### Questions

- Quelle est la prestation?
- Quelle est la procédure pour demander la prestation?
- Quels sont le(s) formulaire(s) nécessaire(s)?
- Quelle est l'entité compétente?
- Toute autre information pertinente (non liée directement au service)



# Organiser le contenu

Règle d'or de l'organisation de contenus Web

## LA PYRAMIDE RENVERSÉE

Du général...

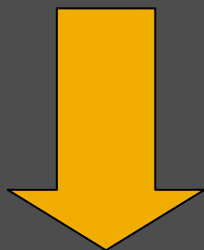


...au particulier

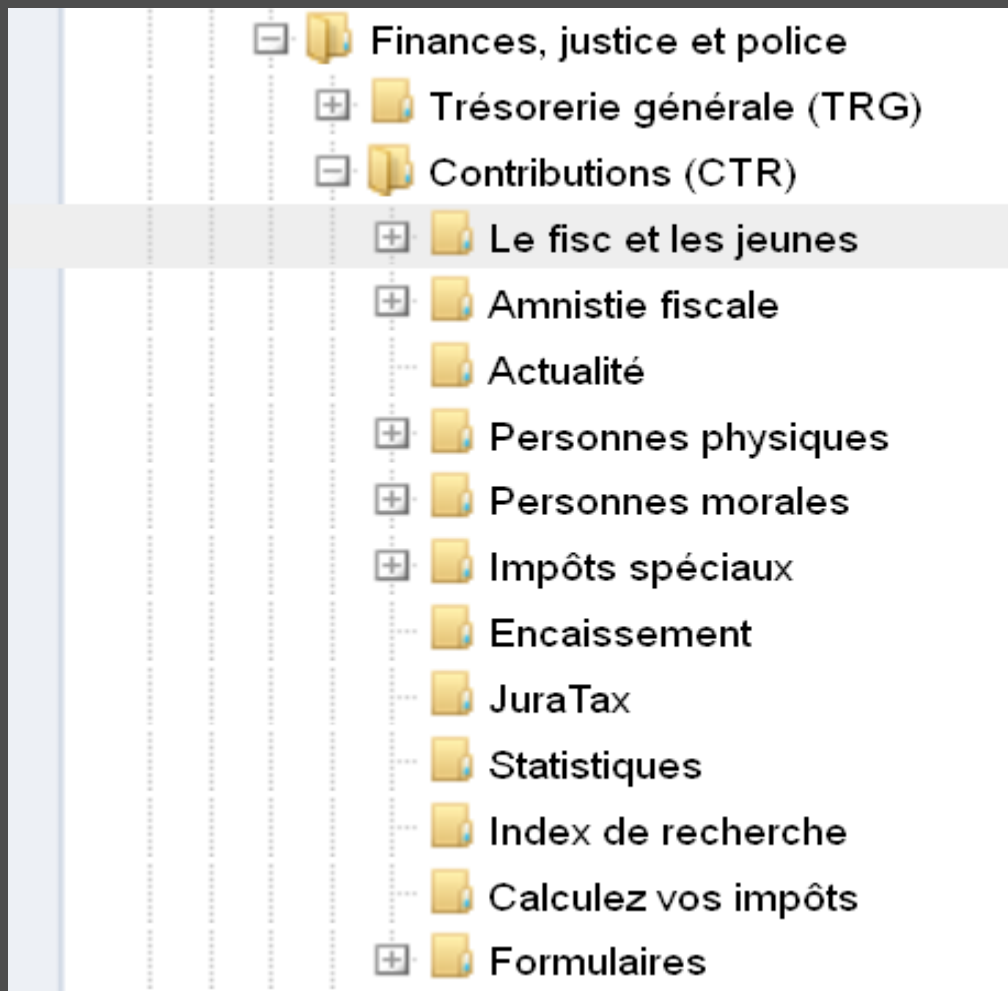


# Organiser le contenu

Faire un plan



Systeme de navigation





# Organiser le contenu

## Exercice

1. Pensez à une information que vous avez publiée sur vos pages
2. Depuis la page d'accueil [www.jura.ch](http://www.jura.ch) pensez à la façon dont votre public accédera à cette information
3. Commentez votre expérience



## Divers – Conditions d'un bon site

- Bonne architecture de l'information - Arborescence
- Navigation aisée
- Graphisme élégant, aéré - Respiration
- Mise en scène de l'information
- Pertinence des contenus - Cohérence
- Style d'écriture simple
- Titres clairs et riches d'informations
- Chapeau clair et concis – Idée claire
- Liens explicites, fonctionnels - Liens brisés ≠ Crédibilité
- PDF avec intitulés explicites
- Mise à jour permanente – Veille



# Ecrire pour le Web



## Écrire pour le Web

Selon une étude de l'Université de Cambridge, l'ordre des lettres dans un mot n'a pas d'importance, la seule chose importante est que la première et la dernière lettres soient à la bonne place. Le reste peut être dans un désordre total et vous pouvez toujours lire sans problème. C'est parce que le cerveau humain ne lit pas chaque lettre elle-même, mais le mot comme un tout.





## Ecrire pour le Web

L'internaute est un animal impatient

«La rédaction Web est un exercice de révision de texte pour l'écran cathodique et l'internaute impatient ou «ennuyé». Par des procédés sémantiques, structurels et stylistiques, elle vise à découpler la facilité de consultation et l'intérêt des informations pour l'internaute.»

Source: Hubert François  
Rédaction Web  
Cortexte communications, 2003



## Ecrire pour le Web

On ne lit pas un texte  
sur un écran comme on  
lit un texte sur du  
papier



**Confort de lecture sur écran: -25%**



# Ecrire pour le Web

## 3 types de lecture

- Le repérage (survol)
- Le balayage (survol et synthèse)
- La lecture en profondeur (décortication)




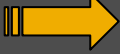


## 3 grands principes - Saut de l'œil...

- **Concision** → Réduire de 50% le volume des textes
- **Balayabilité** → Intertitres, listes, phases courtes, gras, etc.
- **Morcellement des pages** → Catégoriser les contenus en portions d'informations - Hiérarchie - Sémantique



# Ecrire pour le Web

## Règle du QQQQCP

- QUI  A qui s'adresse la page, la cible?
- QUOI  Que contient la page?
- OÙ  Où va-t-on trouver l'information?
- QUAND  Date de mise à jour
- COMMENT  Quels sont les modes d'interaction?
- POURQUOI  Quel est l'objectif de la page?

Autrement dit...

Se mettre à la place du citoyen/internaute - Lui offrir ce qu'il cherche



## Ecrire pour le Web

# Texte imprimé vs. Texte Web

### Texte « imprimé »

#### **La gamme d'écrans plats Numerik**

L'écran plat le plus compact au monde

Si vous cherchez à utiliser un produit dernier cri occupant un minimum d'espace, la gamme d'écrans plats Numerik vous séduira à coup sûr. Grâce à leur taille réduite, ces écrans ne pourront jamais encombrer votre espace de travail. Ergonomiques et esthétiques, ils sont tout désignés pour les foires commerciales, les réunions d'affaires et les conférences publiques; bref, un produit de rendement inégalé pour toutes les situations où l'économie d'espace et la qualité du design comptent. L'image nette et sans scintillement, jumelée à l'effet panoramique, procurent un confort d'utilisation optimal. Avec sa résolution de 1 3000 ppp et son poids de 1,2 Kg, l'écran plat Numerik supplante le produit équivalent de Hewlett-Packard (1 000 ppp, 3,4 Kg) ou celui de Dell (900 ppp, 5,6 Kg). [Détails.](#)



# Ecrire pour le Web

## Texte Web

### La gamme d'écrans plats Numerik

#### Compact et esthétique

Cherchez-vous un produit optimisé pour votre espace de travail? Si oui, la gamme d'écrans plats Numerik vous séduira à coup sûr. Grâce à leur petite taille, ces écrans conviendront toujours à votre espace de travail.

Ergonomiques et esthétiques, ils sont tout désignés pour :

- les foires commerciales;
- les **réunions d'affaires**;
- les conférences publiques.

Bref, un produit optimisé pour toutes les situations.

#### Confort d'utilisation

L'écran maximise votre confort d'utilisation par son **image nette** et parfaitement fixe. L'effet panoramique rehausse ce confort.

Fabricant	Résolution (ppp)	Poids (kg)
Numerik	13 000	1,2 Kg
R2D2	1 000	3,4 Kg
XL5	900	5,6 Kg

[Fiche technique et prix](#)

Idée/paragraphe

Liste

Gras

Intertitre

Tableau



## Ecrire pour le Web

# Concision – Réduire de 50%

### Texte original

Dans quels cas me facturerez-vous les taxes?

Généralement, les taxes doivent être perçues à l'adresse de livraison plutôt qu'à l'adresse de facturation, selon le principe que c'est à l'adresse de livraison que l'on bénéficiera de l'achat. La taxe est applicable si nous avons une succursale physique dans l'état de destination. Actuellement, les états où nous devons facturer la taxe de vente (lorsque nous livrons à des adresses dans ces états) sont le Connecticut, le Maine, le Massachusetts, le New Hampshire, le Rhode Island et le Vermont.

**86 mots**

### Texte réduit

Dans quels cas me facturez-vous les taxes?

Nous devons facturer la taxe de vente sur toute commande que nous livrons dans les états où nous avons des succursales physiques – Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island et Vermont.

**38 mots**



# Ecrire pour le Web

## Ecrire pour être lu

- Ecrire pour son public
- Structurer son contenu (pyramide inversée)
- Simplifier...
- Simplifier...
- Simplifier...

Keep It Simple and Stupid (KISS)





<https://www.gov.uk/>



# Ecrire pour le Web

## Recommandations

- Clarté - Brièveté
  - Aller à l'essentiel: QUI - QUAND - QUOI - OÙ - POURQUOI
  - Phrases courtes (12-15 mots) - Mémorissables
  - Syntaxe simple: sujet + verbe + complément
  - Eviter les mots de liaison, les adjectifs, le jargon, les sigles
  - Privilégier la forme active
  - Utiliser le présent
  - Vocabulaire connu, précis, vivant, imagé
  
- Relecture par un lecteur - Validation



# Ecrire pour le Web

## Structuration du texte

- Utiliser le système de la pyramide inversée
- Mettre l'essentiel en premier
- Placer les éléments essentiels dans le titre
- Synthétiser les points clefs dans le début du texte
- Structurer de manière identique les phrases: l'essentiel dans les premiers mots
- Ne pas «tourner autour du pot»
- 1 idée par paragraphe / 1 paragraphe par idée

## Astuce

«Si le lecteur arrête sa lecture après le premier paragraphe, a-t-il saisi le message essentiel?»



# Ecrire pour le Web

## ■ A faire

- 😊 Soigner l'écriture:  
textes brefs - concrets
- 😊 Titres informatifs
- 😊 Utiliser la voix active
- 😊 Phrases courtes
- 😊 Vocabulaire simple et  
adapté au public
- 😊 Hiérarchiser le  
contenu - Arborescence

## ■ A éviter

- 😞 Tournures passives
- 😞 Abstractions
- 😞 Abus d'adjectifs, d'adverbes  
et de mots inutiles
- 😞 Vocabulaire technique  
et/ou non expliqué, jargon,  
abréviations, sigles,  
acronymes
- 😞 Titres trop longs
- 😞 Syndrome Coop ou Migros:  
«Tout doit figurer dans  
l'assortiment»...

**VD.ch** → [Guide du contributeur](#)



# Ecrire pour le Web

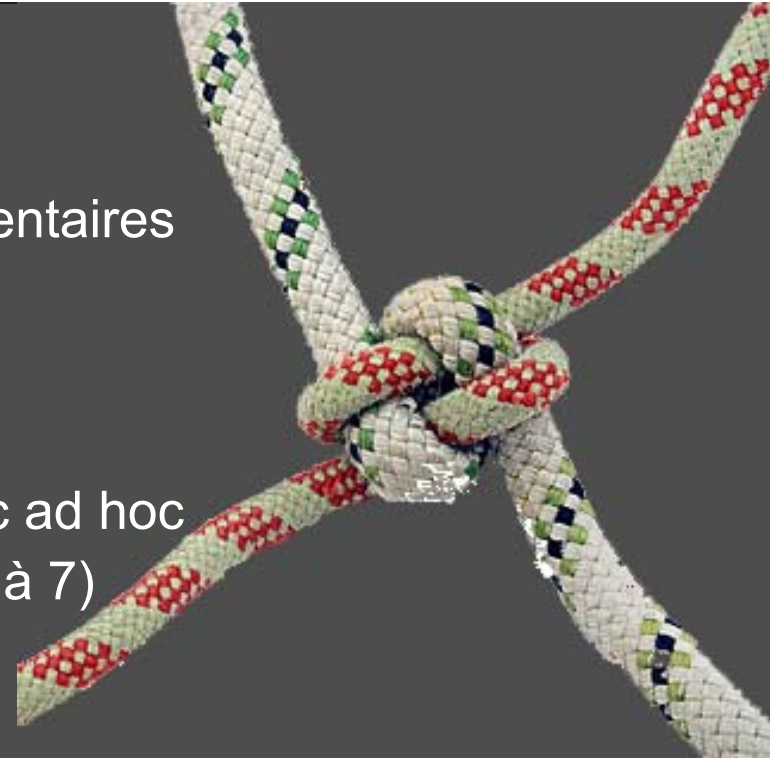
## Les titres

- A chaque page un thème et un titre principal
- On peut ensuite structurer avec des titres de 2<sup>e</sup> niveau (ne pas dépasser 3 niveaux de titres)
- Les titres doivent être sobres, précis, brefs, concrets
- Titres plus informatifs qu'accrocheurs
- Rendre la page «scannable»
- Préciser le contenu de la page en utilisant un chapeau



# Ecrire pour le Web

- Les liens hypertextes
  - Constituent des ressources complémentaires
  - Attention à ne pas surcharger
  
- Où les placer?
  - A la fin d'un bloc texte - Utiliser le bloc ad hoc
  - Dans le corps du texte (pas plus de 5 à 7)
  
- Comment les rédiger?
  - Intitulés spécifiques - pertinents - courts  
«Formulaire de demande de congé» et pas «Formulaire»





# Ecrire pour le Web

## Règles de rédaction

- Eviter d'utiliser des acronymes... ou alors, les expliciter
- Eviter les anglicismes
- Langage épicène
- Règles typographiques, abréviations, majuscules, composition des nombres, ponctuation, etc.  
Référence: «Guide du typographe romand»  
ou [www.jura.ch/contributeur](http://www.jura.ch/contributeur)

## Relecture - Validation



# L'accessibilité





# Accessibilité



Objectif

Label AA+



Problème: PDF's



Projet: formulaires en ligne



# Accessibilité

- Texte alternatif
- Longdesk
- Sémantique (h1 – h2 – h3 – h4)
- Galeries-photos
- Intitulés explicites (liens + PDF)

Informations complémentaires

[www.jura.ch/contributeur](http://www.jura.ch/contributeur)





# Contrôle qualité Maintenance et mise à jours

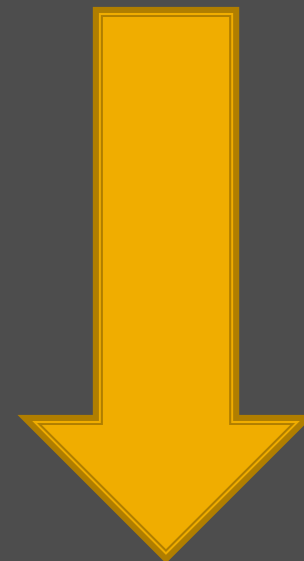


## Le contrôle de qualité

Un site Web doit être mis à jour en permanence

«Tournée d'inspection» - Vérifier

- Apparence générale de la page
- Qualité/validité du contenu
- Supprimer les infos périmées
- Titres – Sous-titres
- Validité des liens (liens brisés!!!)
- Pertinence des intitulés



**Tester son site par un utilisateur «lambda»**



# Images – PDF – Alias – Statistiques



## L'utilisation des images

Vous pouvez utiliser des images pour d'organiser/aérer vos pages

- Privilégier des images élégantes, de qualité et de bon goût
- **Attention!** © © © et droit à l'image
- Redimensionnement automatique par IceCube2.Net
- 1 image = 1 information

### Attention!

Les images ne se suffisent pas à elles-mêmes! Elles doivent être choisies en fonction des informations qu'elles contiennent.



## Du bon usage des alias

### Alias = facilitateur d'accès

- Plus facile à communiquer

### En standard pour les services

[www.jura.ch/AcronymeService](http://www.jura.ch/AcronymeService)

**ATTENTION:** ne pas créer un alias par page,  
mais uniquement lorsque cela est justifié - Pertinence

### Création d'alias

[webredacteur@jura.ch](mailto:webredacteur@jura.ch)



# HTML vs. PDF

## HTML

```
<HTML>  
<HEAD>  
<TITLE>Ma page web</TITLE>  
</HEAD>  
  
<BODY>  
Essai de page web  
</BODY>  
</HTML>
```

- Langage «web» rapide, destiné à l’affichage écran
- Liens

## PDF

- Format de document Adobe
- N’est pas du Web
- Document mis en page
- Annexes, rapports, etc.



- Mauvaise pratique: scanner un PDF image (imprimante multifonctions)







# Gestion des PDF – Bibliothèque de documents

## Indexation des fichiers PDF par le moteur de recherche

- Attribuer un titre explicite à chaque fichier PDF.  
Procédure: [www.jura.ch/contributeur](http://www.jura.ch/contributeur) → Les fichiers
- Démonstration (rédacteur Web)
- Planifier sans délai la mise à jour de vos bibliothèques



## Supprimer les fichiers obsolètes



Attention: le moteur de recherche indexe indistinctement tout ce qui se trouve dans la bibliothèque de documents - publiés ou non!



# Les statistiques de fréquentation



- Outil permettant de mesurer l'intérêt, la pertinence et l'efficacité de vos pages
- Mesure de la fréquentation de vos pages
  - Nombre de visites / Pages vues, etc.
  - Nombreux tableaux de bord disponibles
- Module statistique Intranet RCJU: [www.ju.ch](http://www.ju.ch) (out of order)

## Projet

Statistiques GoogleAnalytics via IceCube2.Net



## Fonctionnalités réservées à la rédaction Web

- Vidéo
- Blocs HTML
- Création de formulaires (exemple JuraAccueil) 
- Index alphabétique 
- Création d'alias
- Validation des «grands projets»



## Mais encore...

# A négliger sous aucun prétexte

- Texte alternatif (texte alternatif ≠ légende)
- Choix du modèle de page (Une colonne ≠ Une colonne News)
- Mise à jour de la bibliothèque de documents + balise «Titre»
- Mise à jour des contenus – A quelle fréquence?
- Emission des PDF – Accessibles et dans le bon sens !!!



### Exemple

- Vérification des liens brisés



## Nouvelles fonctionnalités IceCube2.Net

- Copier pages
- Déplacer pages
- Aide en ligne



# Aide en ligne Contact



## Aide en ligne - Contact

<b>IceCube2.Net</b>	<a href="http://help.icecubedotnet.com">http://help.icecubedotnet.com</a>
<ul style="list-style-type: none"><li>■ Consignes contributeurs</li><li>■ Accessibilité</li></ul>	<a href="http://www.jura.ch/contributeur">www.jura.ch/contributeur</a>
<b>Rédiger pour le Web (VD.ch)</b>	<a href="http://www.vd.ch/fr/guide-typo3/le-texte/rediger-pour-le-web/">www.vd.ch/fr/guide-typo3/le-texte/rediger-pour-le-web/</a>
<b>Contact</b>	<a href="mailto:jean-paul.faehndrich@jura.ch">jean-paul.faehndrich@jura.ch</a> <a href="mailto:webredacteur@jura.ch">webredacteur@jura.ch</a>



MERCI DE  
VOTRE  
ATTENTION