

Écrire pour le web : quelques recommandations



UNIVERSITÉ TOULOUSE
Jean Jaurès



Table des matières

Chapitre 1 - Écrire pour le web	4
1. Règles de rédaction : ce qu'il faut savoir	4
1.1. L'utilisateur est pressé... il faut "livrer tout tout de suite".	4
1.1.1. L'utilisation des zones chaudes	4
1.1.2. Chaque information devrait pouvoir répondre à la règle "5W + 2H + G"	4
1.2. Il faut donner à l'utilisateur ce qu'il vient chercher	5
1.2.1. Privilégier les textes concis	5
1.2.2. Hiérarchiser l'information	5
2. Les questions à toujours se poser en tant que rédacteur...	5
3. Et en réponse...	6
4. Utilisation des médias	6
4.1. Des images pour le web	6
5. Charte du contributeur	6
6. A propos du référencement	6

Chapitre 1

Écrire pour le web



Pour en savoir plus sur l'écriture web suivez notre formation "Écrire pour le web [<https://iris.univ-tlse2.fr/moodle-ent/course/view.php?id=11301>] "

1. Règles de rédaction : ce qu'il faut savoir

1.1. L'utilisateur est pressé... il faut "livrer tout tout de suite".

1.1.1. L'utilisation des zones chaudes

Les zones chaudes sont des zones dans lesquelles **on doit trouver toute l'information essentielle**.

Ces zones sont :

- le coin supérieur gauche de l'écran ;
- la partie de l'écran située au dessus de la ligne de flottaison ;
- les **titres** (balises "H") et les **sous-titres** qui sont globalement **5 fois plus lus que le corps de texte** (Pensez aux articles de journaux et à leurs niveaux de titres et d'intertitres que vous pouvez parcourir et comprendre sans pour autant en lire le fond) ;
- les chapeaux ;
- les 2 premiers mots (du titre, des liens, de la première phrase, etc.) ;
- les 1er tiers des premières phrases ;
- les liens...

1.1.2. Chaque information devrait pouvoir répondre à la règle "5W + 2H + G"

Toute page d'un site se devrait de comporter des éléments permettant d'identifier l'information qu'elle véhicule. Une technique simple pour vérifier cela est, après rédaction de l'information, d'essayer de répondre aux questions "Who?, What?, Why?, Where?, When?, How?, How much?"...(ou Qui ? Quoi ? Comment ? Où ? Quand ? Pourquoi ? Combien ?). Si j'ai des réponses à toutes ces questions dans mon article, alors il répond aux règles de base identification de l'information.

Et pour Google ou autre robot d'indexation / moteur de recherche, il faut composer avec le fait que c'est souvent la 1e phrase de la page ou de l'élément d'information qui compte le plus... il faudra donc faire particulièrement attention à cette entrée en matière.

1.2. Il faut donner à l'utilisateur ce qu'il vient chercher

1.2.1. Privilégier les textes concis

Globalement on veillera :

- à tendre vers des **phrases courtes**, de 10 à 20 mots - ce n'est pas une règle bien entendu, mais un objectif à se donner lorsque l'on rédige l'information ;
- à utiliser l'**hypertexte** pour rediriger vers une information plutôt que de la dupliquer.

On peut aussi garder en tête l'idée que les contenus devraient être 50% plus courts sur le web que sur le papier.

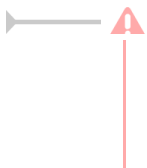
1.2.2. Hiérarchiser l'information

Pour qu'une information soit **rapidement perçue et décryptée** on utilisera au maximum les **niveaux de structuration du texte** : chapeaux, titres, intertitres et corps.

Pour exemple, dans un parcours type de lecture d'un article, l'ordre dans lequel les éléments qui composent une page seront perçus peut être :

1. introduction (chapeau)
2. titre
3. paragraphe 1
4. signature
5. rubrique
6. sous-titre
7. paragraphe 2
8. image incluse dans le texte
9. paragraphe 3

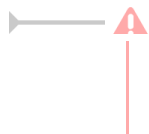
2. Les questions à toujours se poser en tant que rédacteur...



Un principe : toujours être dans une **démarche centrée sur l'utilisateur et ses besoins**.

Toujours se demander "Quelle est la **cible de mon information** ?" "Que **vient chercher le public sur mon site web** ?"

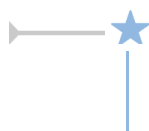
3. Et en réponse...



- ... offrir un contenu utile et utilisable
- ...utiliser un langage que comprend l'utilisateur

4. Utilisation des médias

4.1. Des images pour le web



Pour en savoir plus sur l'usage des images sur le web suivez notre formation **Travailler des images pour le web [PDF-006]** [<https://iris.univ-tlse2.fr/moodle-ent/course/view.php?id=11303>]

5. Charte du contributeur

En tant que contributeur vous vous engagez à **respecter les règles et les prescriptions éditoriales** mentionnées dans la **charte du contributeur appliquée au site internet de l'Université du Mirail**.



Vous trouverez cette charte dans votre ENT

6. A propos du référencement

Pour que votre site ou vos pages web soient bien positionnés dans les résultats d'un moteur de recherche - c'est à dire qu'ils s'affichent dans les premiers résultats - vous devez **respecter quelques règles simples** :

1. **appliquer les règles de rédaction web** vues précédemment ;
2. veiller à fournir une **description** de chaque page - c'est à dire un **résumé du contenu** ; dans *KSup* il vous est proposé une option "Référencement" comportant un champ "*Balise description*" - c'est ce champ que vous utiliserez pour fournir le descriptif ;
3. veiller à **placer dans vos textes des mot-clés** qui pourraient être ceux que l'internaute saisirait dans un moteur de recherche pour trouver vos contenus ; faites l'effort de vous positionner en tant que visiteur et demandez vous avec quels termes, quels mots-clés, vous pourriez aboutir à votre information lors d'une recherche web ;
4. porter **attention au libellé de vos pages** : les **titres** de vos pages doivent être explicites, ils doivent donner envie de lire votre information ; ils seront courts (70 caractères maximum), comporteront des mots-clés et seront uniques (un article = un titre) ; dans *KSup* c'est dans le champ "*Titre*" que vous pourrez travailler cela.

▶ **Pages web ? Sites web ?**

Pour rappel, dans ses résultats, un moteur de recherche vous donne **accès à des pages**. C'est donc bien au niveau des pages que l'on va travailler le référencement.