

Langage clair – Recommandations

ÉCRIRE POUR ÊTRE COMPRIS

FRANCE SANTI / TEXTOH!



1. Votre lectorat

1 Définissez le public cible

À qui s'adresse votre texte?

Que savent vos lecteurs et lectrices de votre sujet?

- Perception, savoir, expérience, compréhension, situation

Mettez-vous dans la peau de vos lecteurs et lectrices.

Vous écrivez de leur point de vue.

- Personas, lettre personnelle
-

2. Organiser

1 Définissez le but

Le but est votre message principal

Qu'est-ce que ce document doit faire («réaliser», «performer»)?

Demandez-vous: que doivent faire mes lecteurs et lectrices après avoir lu le texte?

- Le but d'un texte est toujours une action (comprendre pour voter, vérifier que l'on répond aux critères, remplir un formulaire, payer une amende, demander une aide ou un délai, obtenir une autorisation...).

2 Mettez le message principal au début

Faites un titre informatif avec le but.

Dans l'introduction, expliquez à vos lecteurs et lectrices pourquoi elles doivent lire ce texte.

- Faites un résumé (pitch).
- Pensez aux questions: Qui? Quand? Quoi? Pourquoi? Comment?

3 Choisissez, regroupez, nommez et placez les informations

À quels besoins de vos lecteurs et lectrices répond votre texte?

- Listez et triez les questions.
- Créez des sous-titres informatifs > Pensez Google!
- Créez des blocs d'informations (par sous-titre, par paragraphe)
- Les blocs sont complémentaires et exclusifs.

Astuce pour les sous-titres:

- Listez les questions de vos lecteurs et lectrices.
- Utilisez ces questions pour faire vos sous-titres.
- Allez du plus important au moins important.

4 Mettez les informations en scène (voir page 4)

«Faites voir» vos informations:

- Faites des intertitres et de paragraphes.
- Faites des sous-titres informatifs > Pensez Google!
- Utilisez du gras et les citations (trait bleu) pour mettre une information en avant.
- Utilisez des *bullet points* (liste chiffrée ou pas).

3. Écrire

1	Utilisez des mots simples (courts et connus)	Attention aux mots de spécialistes (jargon), aux mots étrangers, aux mots utilisés seulement à l'écrit. > SEO: Les mots de vos utilisateurs et utilisatrices!
2	Évitez les abréviations, sigles et acronymes	Écrivez au moins une fois l'abréviation en entier. Sauf si très connu du public cible (par exemple CFF).
3	Utilisez vos mots-clés de façon consistante	Utilisez le même mot pour la même chose. Attention au SEO!
4	Faites des phrases courtes	Des phrases courtes (16 mots). Un énoncé par phrase. Pas de phrases «encadrées». Attention aux relatives.
5	Écrivez de façon concrète	Faites des titres et sous-titres informatifs. Évitez le langage soutenu et les expressions.
6	Faites des phrases actives	Évitez les phrases passives.
7	Utilisez des temps verbaux simples	Écrivez plutôt avec des verbes que des substantifs. Utilisez les temps connus: présent, passé composé, imparfait, futur proche... Renoncez au passé simple. Évitez le subjonctif. Attention au conditionnel (utilisez plutôt «peut-être»).
8	Parlez directement	Dites «vous», plutôt que «les clients», «les autorités», etc.
9	Faites attention aux pronoms	Répétez le nom de la personne ou de la chose au lieu d'utiliser des pronoms à la 3 ^e personne.
10	Faites des phrases affirmatives	Dites plutôt ce qu'il faut faire. Ne faites jamais de double négation. Ne posez jamais de questions négatives.

Pour aller plus loin

Les 5 stratégies du design de l'information

Optimisation	Transformation				
	1. Réduire	2. Amplifier	3. Superposer	4. Restructurer	5. Personnaliser
Langage clair Typo claire Structure claire	Texte plus court	Texte plus clair, mais aussi plus long	Morceler le texte	Restructurer le texte	Le texte est optimal pour la personne
	Supprimer Condenser Isoler	Expliquer Définir Visualiser	Répartir Stratifier Diriger	Déconstruire et reconstruire	Customiser

Source: <http://www.simplificationcentre.org.uk/downloads/papers/SC1SimplificationGainedLost-v2.pdf>

Résumé en français: <https://www.textoh.ch/2018/01/22/pour-faire-simple-il-ne-faut-pas-toujours-faire-plus-court>