

GUIDE PRATIQUE – Ecrire pour le Web

Le passage à la nouvelle conception graphique des pages web de l'UNIFR offre une bonne occasion de repenser et remettre à jour les contenus et les textes de chaque unité organisationnelle. Afin d'en faciliter la lecture et de leur garantir une plus grande visibilité sur la toile, il est aisé de les restructurer en respectant certains points importants.

Les recommandations suivantes s'appliquent uniquement à des contenus de pages web à caractère éditorial ou promotionnel, et non pas à des libellés de menus ou de boutons de navigation.

1. Exigences formelles
2. Style d'écriture
3. Structure
4. SEO (optimisation des moteurs de recherche)

Exigences formelles

Formulation non sexiste

Concernant la parité linguistique entre femmes et hommes, l'UNIFR suit les recommandations de la Chancellerie d'Etat du Canton de Fribourg qui propose trois méthodes dont deux sont particulièrement pertinentes pour la rédaction de textes pour le web:

- Formulation neutre (ex.: «les apprenants», «les personnes collaborant») ou élimination de la notion de sexe (ex.: «le corps enseignant», «les membres», «les victimes»)
- Utilisation des doublets (ex.: «les collaborateurs et collaboratrices»)

Le choix de la méthode est laissé à l'appréciation des auteurs ou auteures. Selon les circonstances, les méthodes peuvent être combinées. Pour des raisons de lisibilité, il est souhaitable de retenir en priorité la formulation neutre et/ou l'élimination de la notion de sexe.

Pour des informations supplémentaires ou des applications spécifiques dans les deux langues, voir:
Recommandations concernant l'égalité linguistique entre femmes et hommes

http://www.fr.ch/bef/files/pdf76/recommandations_cantoniales_fr.pdf

Soigner le bilinguisme

Le bilinguisme et le multilinguisme font partie des principaux «arguments de vente» de l'UNIFR. Il est, dès lors, d'autant plus important que toutes les traductions soient, si possible, effectuées, ou du moins, contrôlées par des personnes de langue maternelle.

Forme de politesse

Sur une page internet de l'UNIFR, le vouvoiement est de mise quand on s'adresse directement au lectorat, indépendamment de l'âge du public cible.

Assurer la qualité

Selon le principe du double contrôle, faites vérifier l'orthographe et la grammaire de chaque texte.

Actuel et correct

Contrôlez régulièrement l'actualité des contenus et des formulations.

Terminologie

Pour la désignation de fonctions et la dénomination des départements, chaires, programmes d'études, instituts, etc., utilisez toujours le terme correct. Un projet visant à établir une base de données de la terminologie propre à l'UNIFR est en cours de planification.

Style d'écriture

Gardez l'indispensable

Chaque texte devrait être aussi bref que possible et ne présenter que le strict nécessaire. Pensez aux utilisateurs et utilisatrices du site internet et réfléchissez bien aux contenus qui pourraient être utiles. Les textes plus longs ou les règlements ne proposant «que» des informations détaillées devraient être disponibles en format PDF à télécharger.

Allez à l'essentiel

Faites des phrases courtes et évitez les formulations compliquées.

Langue active

Formulez en utilisant surtout des verbes en lieu et place de substantifs et employez l'impératif.

Facile à comprendre et concret

Évitez les termes techniques ou le jargon académique. Renoncez aux abréviations qui pourraient ne pas être connues du grand public.

Structure

La plupart du temps, les internautes ne font que survoler les textes d'un site internet afin d'accéder le plus rapidement possible aux informations recherchées. Cette manière de procéder est d'autant plus vraie pour des pages proposant des renseignements et des services. En appliquant les points suivants, vous gagnerez en lisibilité:

Le plus important d'abord

Évitez les longs textes d'introduction et donnez directement les informations importantes.

Titre court, mais explicite

Choisissez un titre qui indique clairement et immédiatement les sujets traités sur votre page web. Faites figurer, si possible, le mot-clé principal dans le titre déjà. Veillez à ce que ce dernier ne soit pas trop long.

Utilisez des sous-titres

Quand il s'agit de textes un peu plus longs, ajoutez de brefs sous-titres très pertinents, afin de permettre aux utilisateurs et utilisatrices de survoler les pages web pour effectuer un tri rapide en fonction des renseignements recherchés.

Des paragraphes courts

Séparez les différents aspects ou pensées d'un texte en créant des paragraphes espacés.

Puces et numéros

Lors d'une énumération de points importants, créez une liste. Cette manière de procéder est bien plus claire et lisible qu'une formulation en continu directement dans le texte.

Ajouter des liens

Quand un complément d'information est nécessaire à la compréhension du texte ou du contexte, insérez des liens renvoyant à d'autres pages internet (et plus particulièrement à celles de l'UNIFR). Placez des liens hypertexte directement sur un terme concret ou une partie de phrase.

SEO – Textes pour les humains... et les machines?

Actuellement, la recherche d'informations sur la toile se fait de plus en plus souvent en introduisant d'emblée des mots-clés dans un moteur de recherche et non pas, comme c'était le cas auparavant, en passant par le menu de la page internet concernée. Afin de répondre à ce changement de comportement des internautes, il peut être utile de tenir compte de quelques principes d'optimisation des moteurs de recherche (SEO), comme le choix d'un titre adéquat ou l'utilisation de balises méta (meta-tags) pour les pages et les images.

Ne perdez toutefois pas de vue que vous écrivez en premier lieu pour des personnes; le but principal de la démarche est donc de faire correspondre le contenu des pages web à leurs besoins. Voici ce que dit Google à ce sujet: «Créer du contenu attrayant et utile aura sans doute plus d'impact sur votre site Web que chacun des autres points ((SEO)) traités ici...»

Plus d'informations concernant l'optimisation des moteurs de recherche sur Google:

<http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/fr/intl/fr/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide-fr.pdf>