

Semestre 1

R1.11

Base de communication

BUT 1 Informatique



TD Webdesign

Date de rendu

Samedi 13/12 à 19h59 max *(-5 / heure de retard)*

A envoyer

Sur Moodle

Nom du dossier

BUT 1 / R1.11/R2.13 Communication /
Base de la communication - Mme Sailliot

Notation

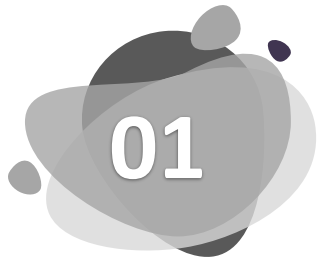
/7,5 : webdesign

/7,5 : composition des textes

/5 : documents annexes (dont présentation)

/2 : bonus

Qu'allons nous étudier ensemble ?



01

La charte graphique



02

La charte éditoriale



03

Palette d'outils



04

Adapter et choisir les
polices de caractères



05

Comment rédiger pour
le web ?



06

Le diaporama
Consignes des oraux
Consignes du rapport



Charte éditoriale



- 🍌 Attention ne confondez pas tous les documents !
- 🍌 Définition de la charte éditoriale
- 🍌 Pourquoi est-elle importante ?
- 🍌 Les composantes d'une charte éditoriale
- 🍌 Avantages & inconvénients
- 🍌 Résumé
- 🍌 Trucs et astuces
- 🍌 Exemples



01

Attention ne confondez pas tous les documents !

Les chartes éditoriales et graphiques sont deux documents complémentaires :

-  La charte graphique contient les **règles fondamentales** d'utilisation de **l'identité visuelle** d'une entreprise ou d'une marque (*logo, typographie, pictogramme, couleurs...*). Elle est surtout destinée aux **graphistes / infographistes**.
-  La charte éditoriale contient les règles et les **conventions relatives** à la rédaction des **contenus textes**. Elle est surtout destinée aux **rédacteurs web**.



01

Attention ne confondez pas tous les documents !

Ne pas confondre charte éditoriale et cahier des charges :

- 🍌 La cahier des charges est un document de départ qui définit les objectifs et les besoins du projet.
- 🍌 Grâce au cahier des charges, on définit la charte éditoriale.

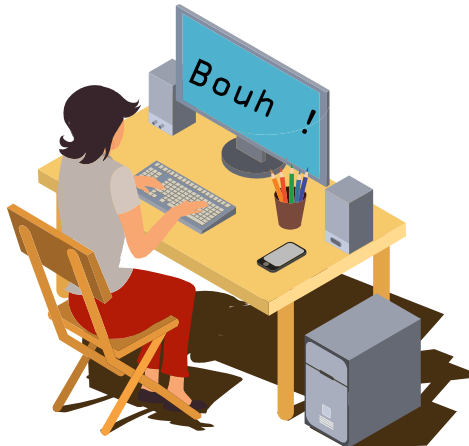
02

Définition

Le cycle de la charte éditoriale

Conception

- Chargé(e) de communication
- Chargé(e) de marketing



Validation

INTERNE :

- Directeur communication
- Chef de projet

EXTERNE (si agence) :

- Client



Application

INTERNE :

Agents de la communication

- Chargé(e) de communication
- Chargé(e) de marketing
- Community manager
- UI / UX designer
- Intégrateur / développeur



02

Définition de la charte éditoriale



C'est un peu le cœur qui
fait battre votre site
internet

02

Définition de la charte éditoriale

Définition



Elle comporte un **ensemble de règles** qui permet de produire et de garantir un **contenu cohérent** et de qualité quelque soit la cible pour votre site.



Elle décrit l'**organisation éditoriale** et les modalités de fonctionnement du site (mise en forme des rubriques, calendrier).



Elle est **indispensable** pour toutes les personnes travaillant sur le **contenu du site internet** quelque soit le rédacteur.

03

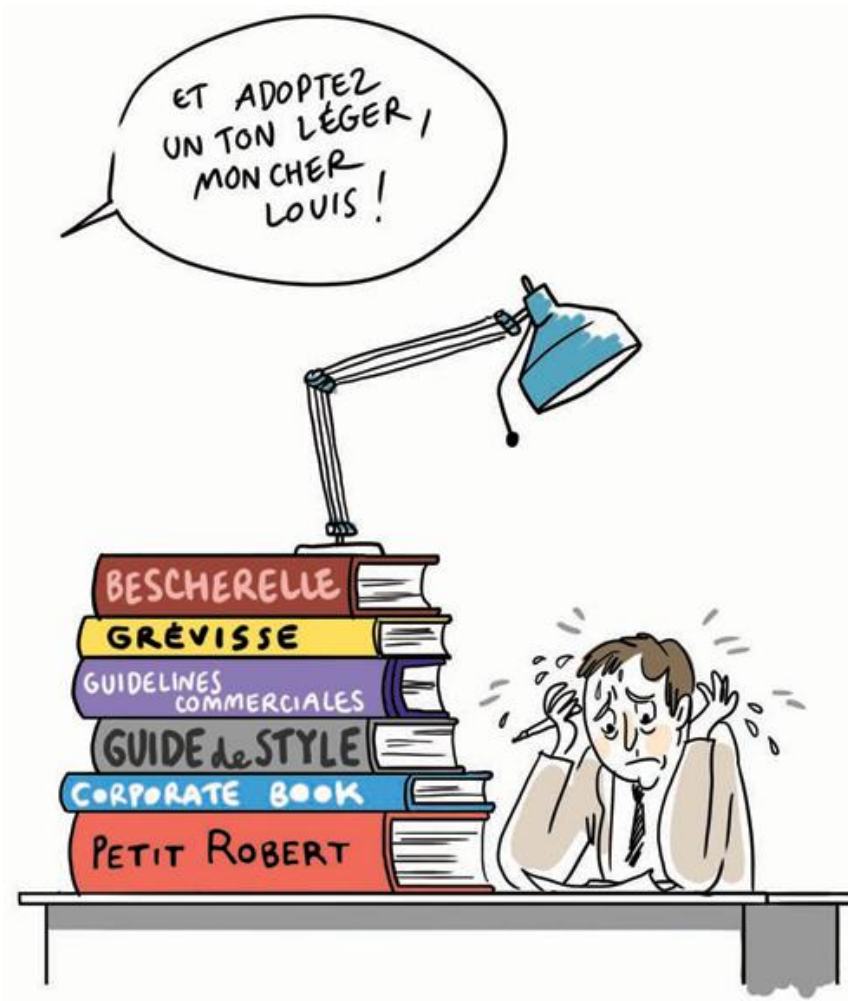
Pourquoi est-elle essentielle ?



Elle établit **une ligne de conduite** applicable à tous les membres de l'équipe.



Elle décrit l'organisation éditoriale et les **modalités de fonctionnement du site.**



03

Pourquoi est-elle essentielle ?

- Au préalable, elle est **validée en concertation** avec les porteurs de projets.
- Elle se transmet avec un code, un **règlement à respecter** scrupuleusement.
- Elle rend compte du **ton, du style, des informations, des codes, des formats** à respecter.
- Elle **optimise** la qualité des **contenus du site**.

04

Les composantes d'une charte éditoriale

- Objectifs éditoriaux
- Ligne éditoriale
- Stratégie SEO
- Rubricage / rubriquage
- Ergonomie
- Calendrier éditorial

Charte éditoriale

*Les
bonnes
pratiques*



*... et les
contraintes*









04

Les composantes d'une charte éditoriale

OBJECTIFS ÉDITORIAUX

Avant de définir une ligne éditoriale, il faut **définir les objectifs** :

-  Qui veut-on toucher ?
-  Quels messages veut-on faire passer ?
-  Pour quels résultats ?
-  ...

Concrètement, c'est bien la ligne éditoriale qui doit déterminer l'identité graphique du site et non l'inverse.



Exemples

Non sécurisé | blogensante.fr/charte-editoriale/

Charte éditoriale

La vocation du blog

La ligne éditoriale

Le blog a pour vocation de faire connaître les [recherches interventionnelles](#) destinées à prouver chez l'homme l'efficacité d'une intervention non médicamenteuse ou d'une action de prévention santé. Autrement dit, il vise à rendre plus accessibles les résultats d'études publiées dans des revues scientifiques et médicales internationales s'intéressant aux manières de faire (moyens d'action, procédures) et non pas aux mécanismes en jeu (processus). Le blog propose des **informations sur des comportements modifiables de santé** issus d'études comparant des groupes de personnes. **Le Blog En Santé © n'a donc pas vocation à répondre à des questions précises sur un cas personnel ou celui d'un proche. Ces questions doivent être posées aux professionnels de santé. Rien ne remplace la consultation d'un médecin.** En cas d'urgence, composez le 112 en Europe ou le 911 aux Etats-Unis et au Canada.

Une libre expression

Le blog est la **libre expression d'un chercheur et d'un universitaire** travaillant depuis 20 ans dans le domaine de la prévention santé et de la réhabilitation des patients malades chroniques, le [Pr. Grégory Ninot](#). L'auteur espère faire plus connaître l'actualité d'un domaine de recherche en pleine expansion, mais souvent confiné dans des journaux spécialisés, au vocabulaire hermétique et le plus souvent en anglais. Il évite autant que possible les jargons techniques pour mettre en exergue les innovations comportementales, biologiques ou technologiques qui ont fait la preuve de leur efficacité sur la [santé](#) et sur la [qualité de vie](#) par un [essai randomisé contrôlé](#). Le [Blog En Santé ©](#) n'a aucune visée marchande.

Le choix des sujets traités dépend de l'intérêt du sujet et de la qualité de la méthodologie utilisée pour prouver l'efficacité d'une intervention non médicamenteuse ou d'une action de prévention. **Le blog ne se veut pas**

Les objectifs du Blog En Santé ©

- faire connaître les preuves scientifiques et médicales sur le fait que nous pouvons agir sur notre santé et notre qualité de vie dans plusieurs domaines : l'alimentation, les [activités corporelles](#), le [sommeil](#), les [moments de détente](#), les [pensées et des émotions](#), les [rencontres](#), le [travail](#) et l'[aménagement des lieux de vie](#),
- inciter à lire les documents originaux dont sont extraits les articles du blog,
- attirer l'attention sur les risques des médecines alternatives, parallèles ou naturelles qui ne s'appuient pas sur des recherches [interventionnelles rigoureuses](#),
- sensibiliser aux actions de prévention santé en faveur des [enfants](#), des [adultes](#) et des personnes souffrant d'une [maladie chronique](#),
- éviter les amalgames entre les résultats d'études de satisfaction et [d'efficacité](#) d'un traitement,
- offrir un lieu d'échange et de discussion sur la santé et la prévention,
- encourager le dialogue avec les médecins et les autres professionnels de santé ou de la prévention,
- inciter à s'intéresser à sa [santé](#) et celle de ses proches,
- sensibiliser aux intérêts, aux limites et aux conditions d'application des innovations en santé,
- encourager à participer aux recherches cliniques [interventionnelles](#) au profit des générations futures,
- faire connaître les travaux de recherche et les concepts de la médecine comportementale, de la médecine prédictive, de la médecine intégrative, des sciences du mode de vie et des recherches en santé positive.

Les erreurs résiduelles

Tous les moyens sont mis en œuvre pour vérifier l'exactitude des



04

Les composantes d'une charte éditoriale

LIGNE ÉDITORIALE

A - Cible

Définir la cible : cible principale, cœur de cible, cible secondaire, cibles relais, autres cibles

QUANTIFIER LA CIBLE

- Age
- Sexe
- CSP (+, ++, +++)
- Localisation (ville, région, pays)
- Langue (FR, EN...)
- Hobbies (lecture, sport...)

QUALIFIER LA CIBLE

- Motivations :
- Ex : veut avoir des informations complètes, aime les sites épurés
- Freins/risques :
- Ex : ne reste pas longtemps sur Internet, a une vie de famille

04

Les composantes d'une charte éditoriale

LIGNE ÉDITORIALE

B – Le persona

Définition :



Un site web doit avant tout être créé pour ses utilisateurs et non pour soi !

La méthode des personas consiste à créer **une représentation fictive mais réaliste des utilisateurs** du produit numérique ou du service. L'objectif principal est de permettre aux concepteurs et aux développeurs de se **référer aux utilisateurs**.

Persona = personnifie les publics



04

Les composantes d'une charte éditoriale

LIGNE ÉDITORIALE

B – Le persona

Que faire ensuite ?

Une fois vos cibles identifiées, imaginez leurs personnalités :

- Donner des prénoms
- Créer sa biographie

10 QUESTIONS PERSONNELLES À VOUS POSER

Est-il un homme ou une femme ?

Quel âge a-t-il ?

Quelle est sa situation de famille ? A-t-il des enfants ?

Où habite-t-il ?

Quel est son niveau d'étude ?

Quel est le montant de ses revenus ?

Votre persona est-il plutôt cigale ou fourmi ?

Quels sont ses loisirs ?

Quels journaux ou contenus numériques lit-il ?

Quels réseaux sociaux fréquente-t-il ?

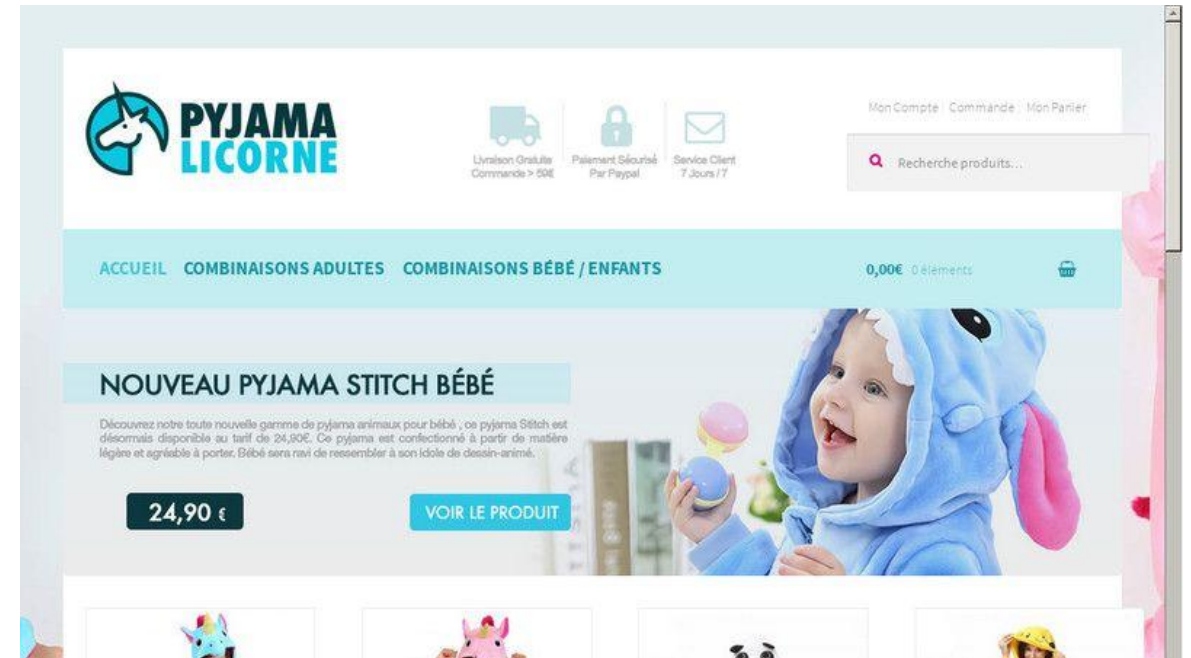
04

Les composantes d'une charte éditoriale

LIGNE ÉDITORIALE B – Le persona

Un exemple concret

Un site marchand spécialisé dans les **goodies « Licorne »** et basé à Lens souhaite **augmenter ses ventes** et améliorer sa **visibilité nationale**.



04

Les composantes d'une charte éditoriale

LIGNE ÉDITORIALE

B – Le persona



La présentation de votre persona est à votre convenance!

- Portrait
- Paysage

Photo - Infos civilités - Pictos budget, digital...	Présentation courte pour introduire l'humain fictif + phrase d'accroche	
	Besoins et attentes <i>(par rapport au site)</i>	Argument pour le convaincre <i>(par rapport au site)</i>
	Difficultés actuelles <i>(liées à l'humain)</i>	Ce que le site marchand attend de lui



04

Les composantes d'une charte éditoriale

● **LIGNE ÉDITORIALE** **B – Le persona**

Identification des cibles (stratégie de ciblage)

CIBLE PRINCIPALE	Caroline, 27 ans : maman en recherche active d'objets licorne pour sa fille de 8 ans - CLIENT
CŒUR DE CIBLE	Teddy, 34 ans : l'informaticien fan des licornes - CLIENT
CIBLE SECONDAIRE	Raymond, 76 ans : un papy connecté recherchant un cadeau pour sa petite fille - CLIENT
CIBLES RELAIS	Roger, 44 ans : commerçant de Cash'n'play à Lens en quête d'un fournisseur pour sa boutique - PARTENAIRE
AUTRES CIBLES	Maxime, 22 ans : journaliste de « La voix du Nord » - PARTENAIRE



Teddy, l'informaticien fan des licornes

De par son métier, Teddy passe beaucoup de temps devant les écrans et consulte quotidiennement le web. Il a des journées chargées et son temps libre est consacré soit à la rénovation de sa maison ou soit à ses proches. Il est devenu fan de licornes grâce à ses potes de fac avec qui il a fait les 400 coups.

Age : 34 ans

Métier : consultant
informatique

Statut : célibataire

Ville : Noyelles-sous-Lens

Langue : français & anglais

Digital ● ● ● ●

Budget ● ● ● ●

Fan ● ● ● ○

« Ma meilleure amie m'offre à chaque anniversaire des goodies originaux licorne et je souhaite trouver de la déco licorne encore plus dingue mais pas conçue en Asie ! »

BESOINS ET ATTENTES

(par rapport au site)

- Un site avec des objets licorne qui sortent de l'ordinaire
- Un site codé sérieusement et sécurisant

DIFFICULTES ACTUELLES

(liées à l'humain)

- Trouve difficilement des goodies licorne originaux sur le web
- N'a pas le temps de s'éterniser sur un site

ARGUMENT POUR LE CONVAINCRE

(par rapport au site)

- Un site bien organisé & intuitif
- Un large choix made in France

CE QUE LE SITE MARCHAND ATTEND DE LUI

- Qu'il devienne un client régulier
- Qu'il recommande le site à ses amis
- Qu'il s'abonne à sa newsletter commerciale

04

Les composantes d'une charte éditoriale

LIGNE ÉDITORIALE

B – Le persona

Les objectifs :



*N'écrivez pas sur les choses que vous vendez.
Écrivez sur les gens à qui vous les vendez.*

Il faut considérer le persona comme un “**character**”, c'est-à-dire un personnage de théâtre ou de cinéma. Pour bien l'interpréter, le comédien doit comprendre sa **psychologie**, revêtir son costume et connaître le scénario.

Très utile pour le UX Design



Les composantes d'une charte éditoriale

LIGNE ÉDITORIALE

B - Positionnement

Le positionnement éditorial rassemble les propositions créatives (stratégie de contenu) et règles qui définissent l'orientation des contenus.

Il fixe donc l'ensemble des choix de traitement de l'information et permet de diriger les intérêts sur des thèmes particuliers, en associant des objectifs aux différents types d'information. IL PERMET DE RECONNAITRE VOTRE IDENTITEE.





04

Les composantes d'une charte éditoriale

LIGNE ÉDITORIALE

C - Style

Préciser quel sera le niveau :

-  du **vocabulaire** (grand publique, technique, etc.)
-  des **constructions grammaticales** (soutenu, relâché, etc.).



04

Les composantes d'une charte éditoriale

LIGNE ÉDITORIALE

D - Ton

Définir un ton :

Proche / distant

Chaleureux / froid

Décontracté / sérieux

Triste / joyeux

Etc.



04

Les composantes d'une charte éditoriale

LIGNE ÉDITORIALE

E - Formats éditoriaux

Préciser quels types de formats éditoriaux seront utilisés :

Dossiers

Brèves

Articles

Vidéos

Animations

Fils d'infos

Positionnement :

Journal avec des fake news

Styles :

Vocabulaire grand public, journalistique

Tons :

Humour, satyrique

Formats :

Articles, fils d'info

octobre 25





Positionnement :

S'adresser aux citoyens ou aux futurs citoyens

Styles :

Vocabulaire grand public, journalistique

Tons :

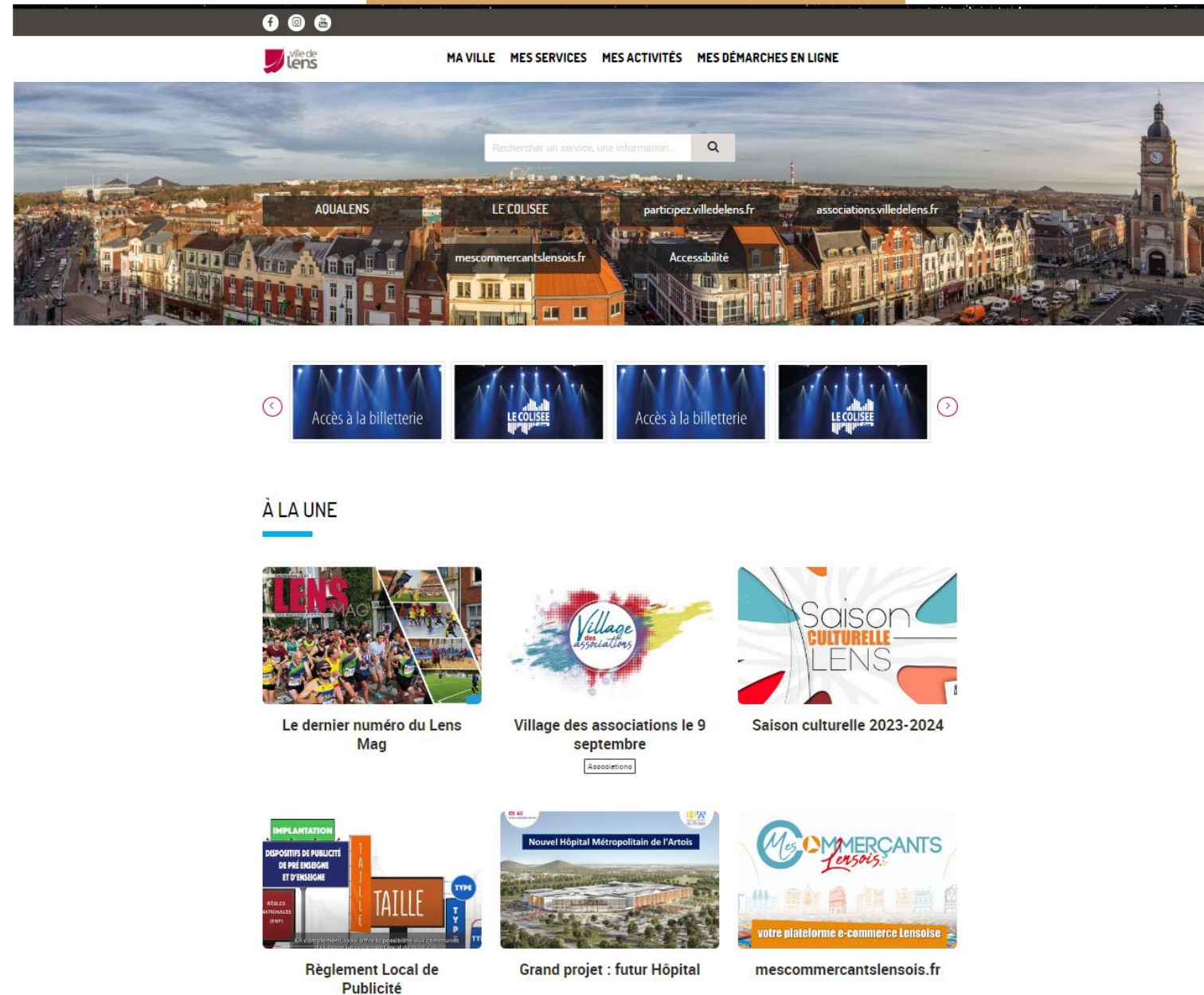
Chaleureux, sérieux, proche

Formats :

Articles, fils d'info, vidéos

octobre 25

Site internet : Ville de Lens





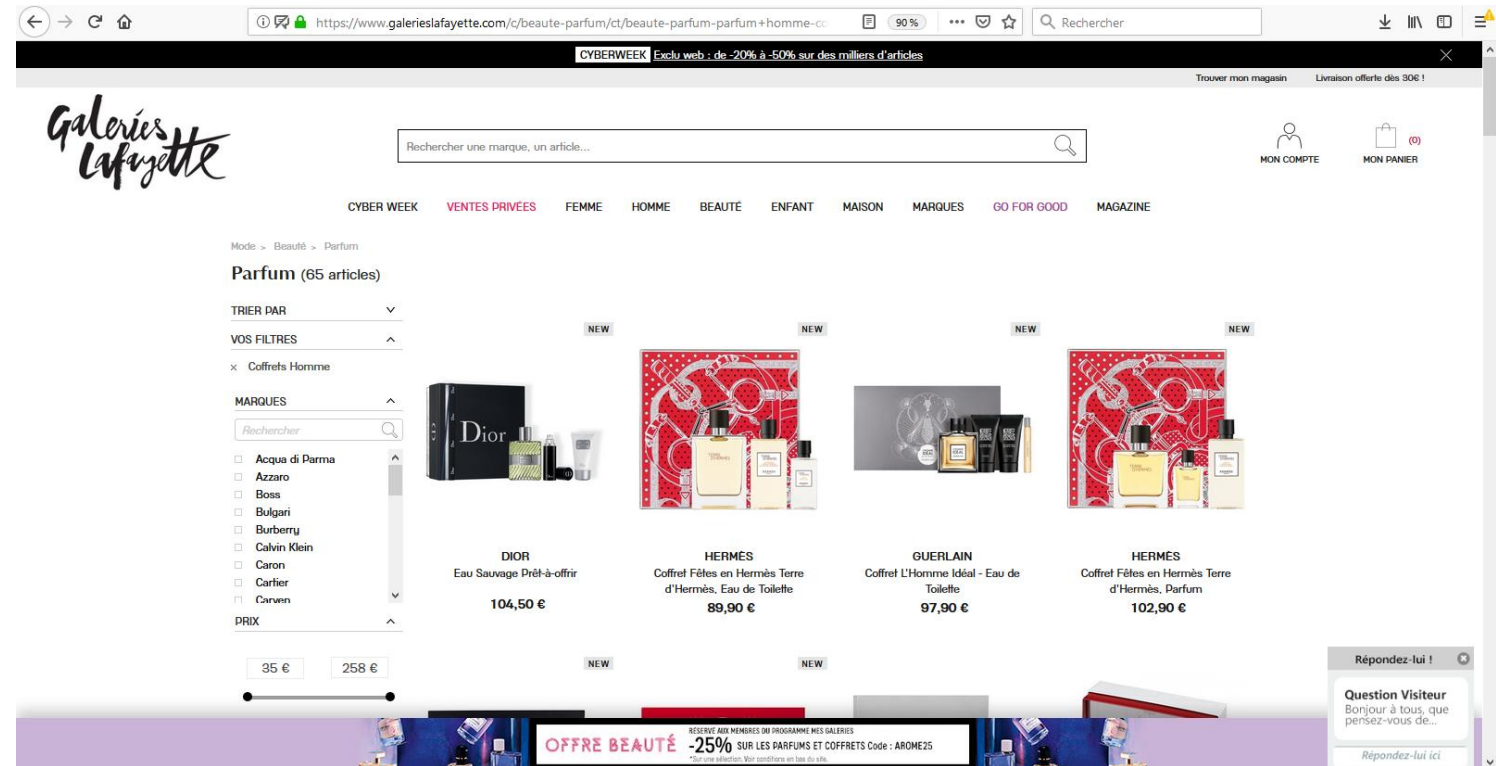
Site internet : Les galeries LaFayette

Positionnement :
Inciter à l'achat

Styles :
Vocabulaire grand public,
technique

Tons :
Joyeux, proche

Formats :
Profils utilisateurs, fiches produits





Exemples

Site internet : Disney +

Positionnement :

Regarder des contenus
en streaming

Styles :

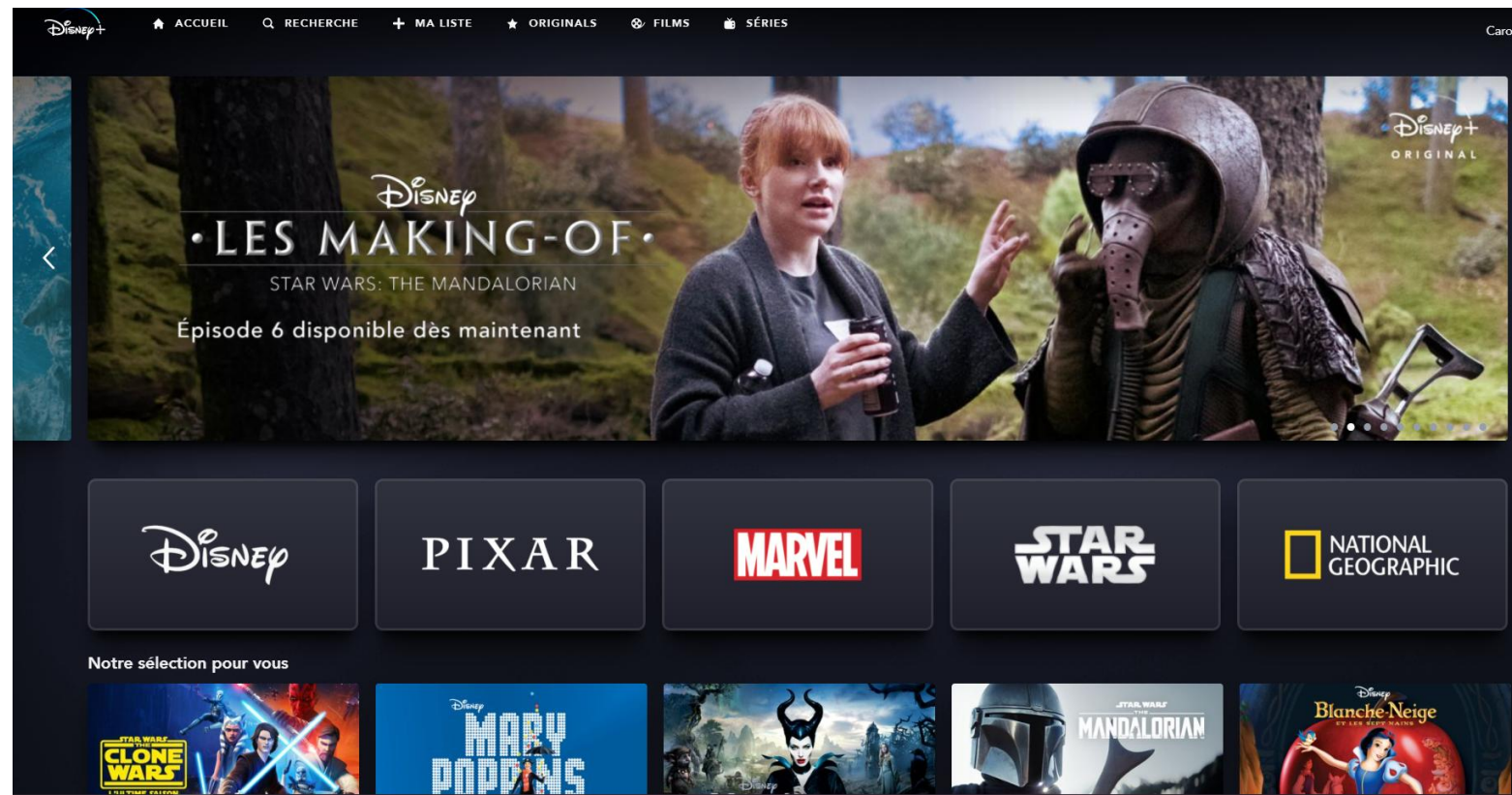
Vocabulaire grand public,

Tons :

Joyeux, divertissant

Formats :

Vidéos, playlists

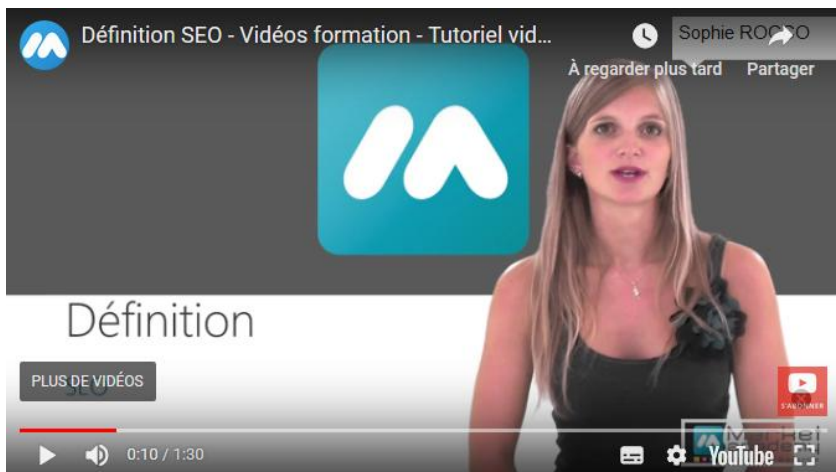


04

Les composantes d'une charte éditoriale

STRATEGIE SEO

Search Engine Optimization



Plus de détails : Chap. 5

En résumé :



Favoriser le **référencement naturel**



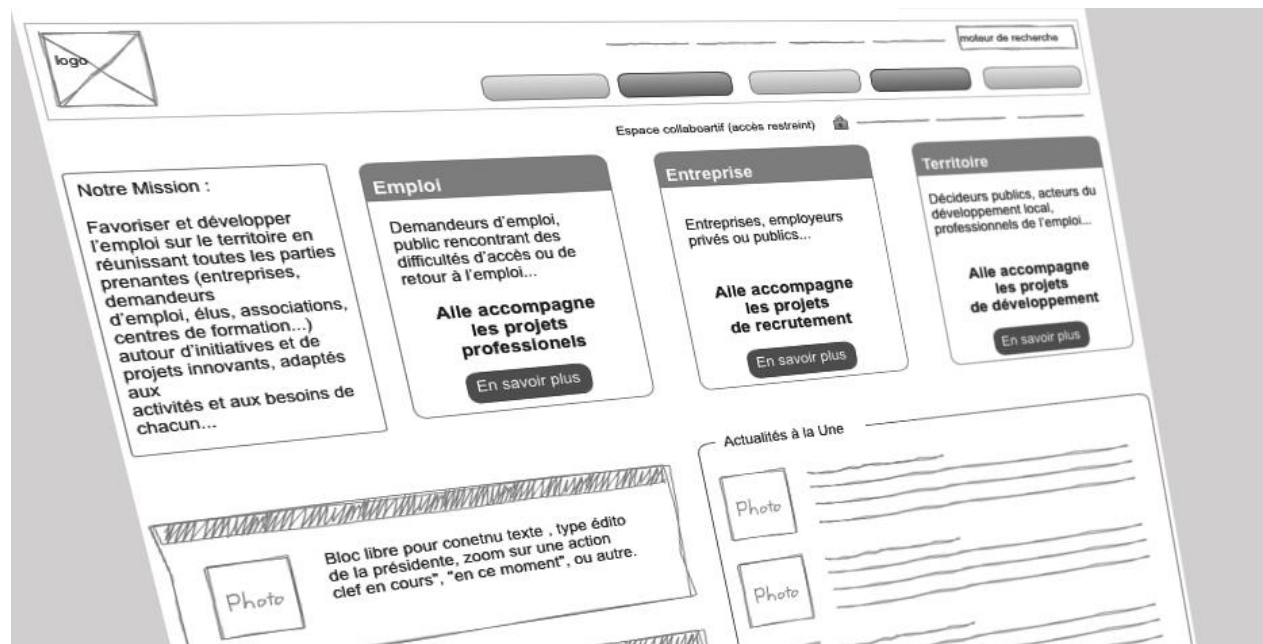
Il est primordial de travailler sur le site et autour du site afin de donner du poids « naturellement » au site et ainsi **attirer plus de trafic**.

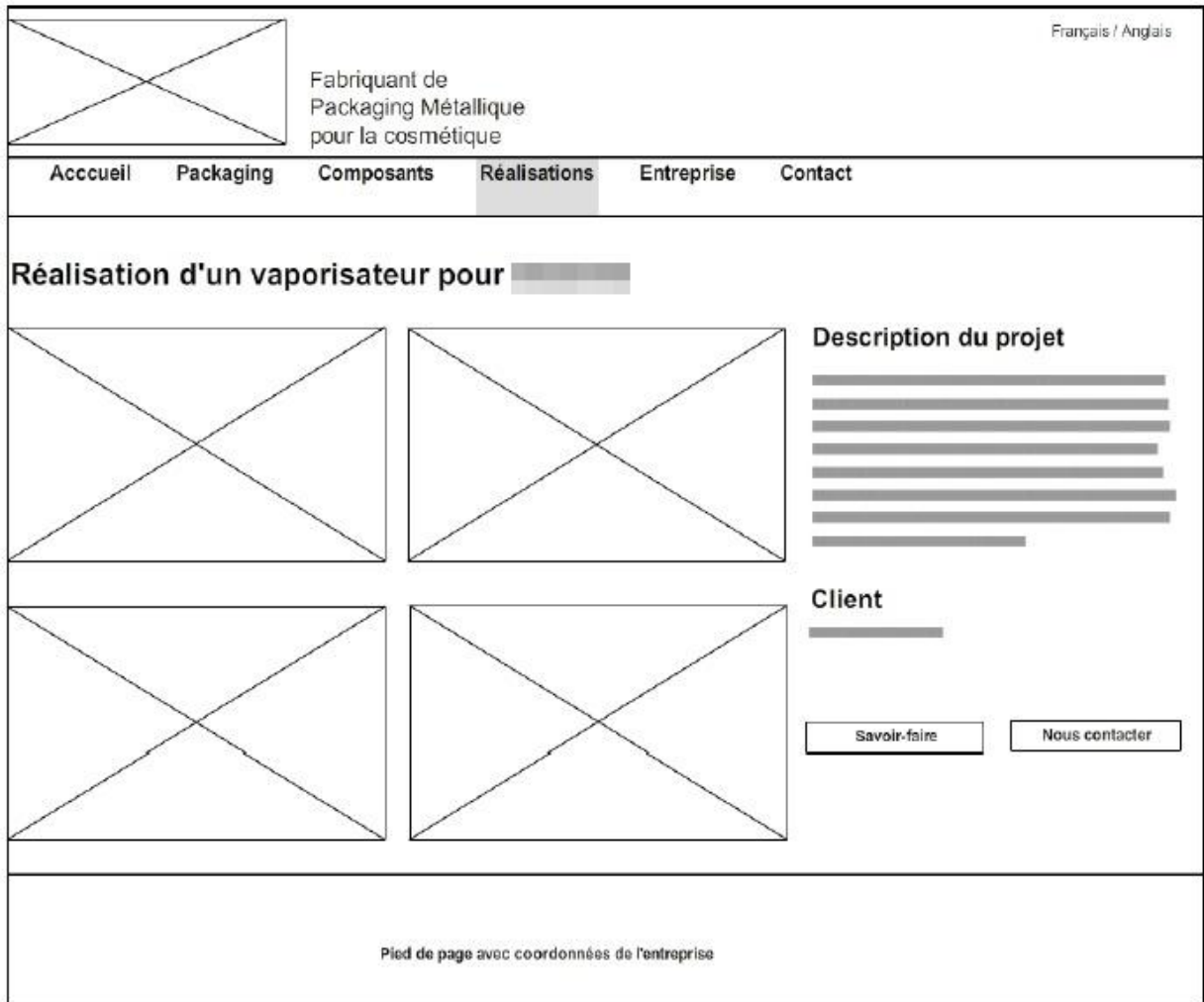
04

Les composantes d'une charte éditoriale

RUBRICAGE

Le rubricage donne une vue d'ensemble des contenus et des éléments ou rubriques qui les composent.

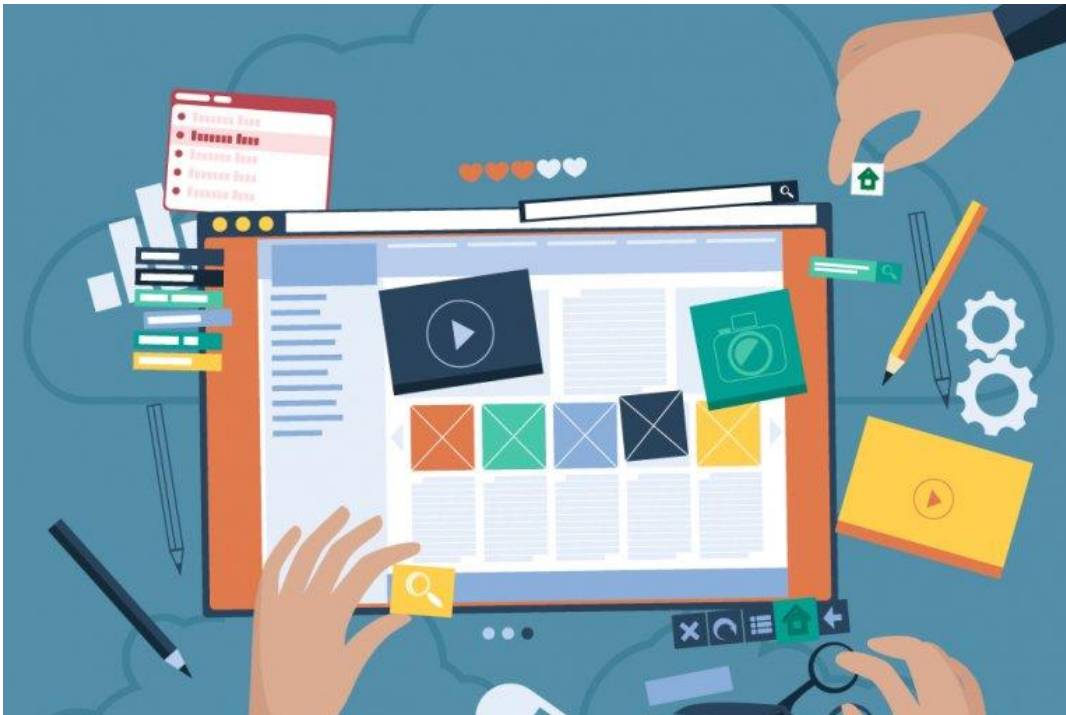




04

Les composantes d'une charte éditoriale

ERGONOMIE



L'ergonomie d'un site Internet, c'est sa capacité à **rendre facile la recherche et l'accès à l'information, à transmettre un message, à remplir ses objectifs, à répondre aux attentes et besoins des internautes...** et ce de manière pratique et agréable.

C'est la recherche d'un idéal : trouver le juste compromis entre utilité, beauté, fonctionnalité et simplicité.



04

Les composantes d'une charte éditoriale

CALENDRIER EDITORIAL

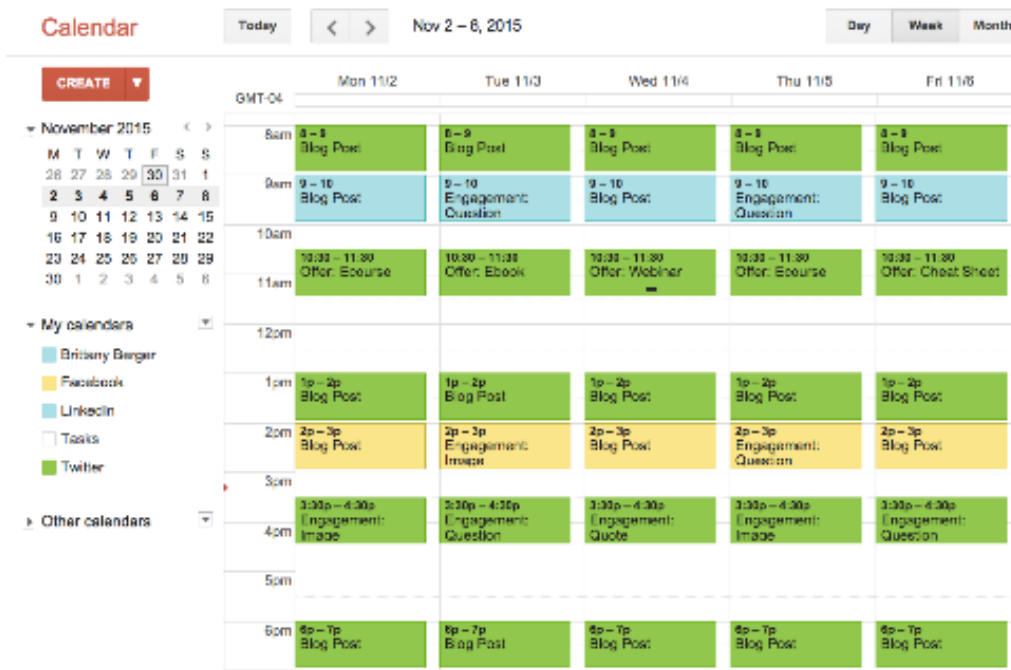
C'est un outil de pilotage de la production et de la diffusion des contenus.

2	THEME	AUTEUR	ARTICLE/TITRES		MEDIA TYPE(S)	PUBLICATION		SUPPORTS									SEO				
			Titre	Type de contenu (How-To, Promo produit, actu, savoir-faire...)	Articles/Blog - Video - Podcast - Infographie - Presentation - Newsletter - Email - Galerie Photo -	Date livraison	Date mise en ligne	Site web	blog	Site partenaire	Facebook	Twitter	Linked In	Youtube	SlideShare	Pinterest	Instagram	Mots-clés	Call to action	Statut (Validation)	
3	Thématique #1																				
4			Sujet 1																		
5			Sujet 2A																		
6			Sujet 2B																		
7			Top 10 sujet 1																		
8																					
9																					
10																					
11																					
12	Thématique #2																				
13																					
14																					
15																					
16																					
17																					
18																					
19																					
20																					

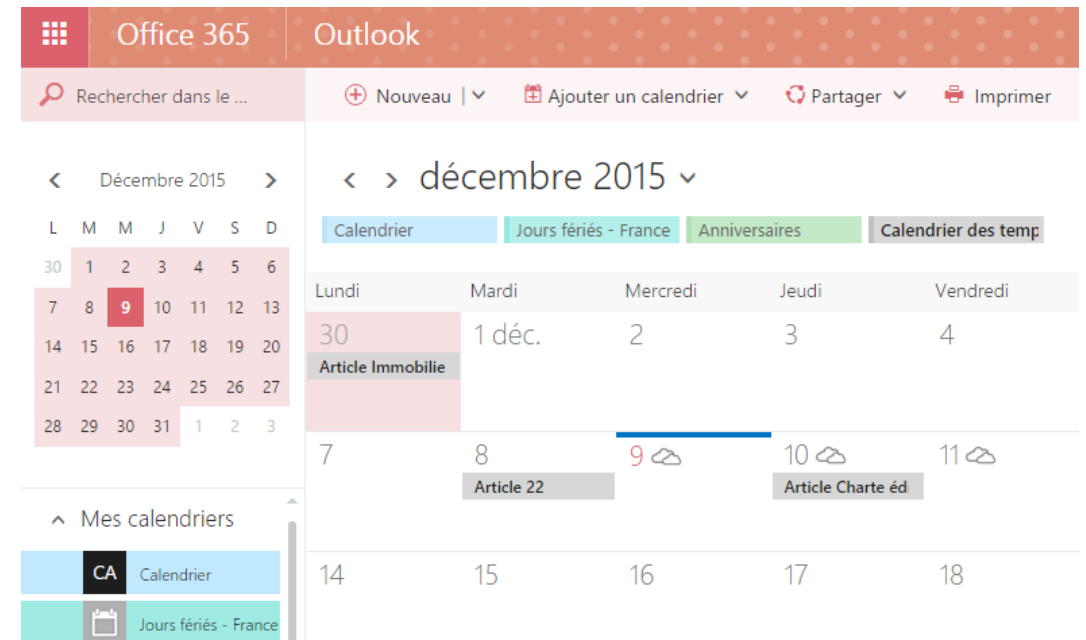
octobre 25



Autres exemples



Google Calendar



Outlook / Office 365



- Évite les hésitations des utilisateurs
- Évite la confusion
- Développe une image marquante
- Permet une planification des contenus



- Évolution de charte nécessaire
- Contraignant pour les créatifs
- Charte trop touffue qui sera peut-être pas utilisée ?

06

Résumé

Une charte doit être :

Courte

Claire

Réfléchie



Ouverte à l'évolution

Votre charte éditoriale web n'est pas réservée qu'à votre site internet. Elle se décline avec les réseaux sociaux. Vous devez toujours être cohérents avec vos différents canaux online médias et hors médias.

- **Pas trop long ni trop lourd**, avec un nombre de pages très limité
- **Organisé en sections thématiques**, faciles d'accès via une table des matières dynamiques
- **Droit au but**, sans se perdre en conjectures et digressions
- Réaliser régulièrement des **AUDIT de votre site**



02

Trucs & astuces

Pour vous aider dans la conception d'une charte éditoriale:

 <https://openclassrooms.com/fr/courses/4698761-developpez-votre-personal-branding/5294161-definissez-votre-ligne-editoriale>

Pour découvrir le vocabulaire marketing

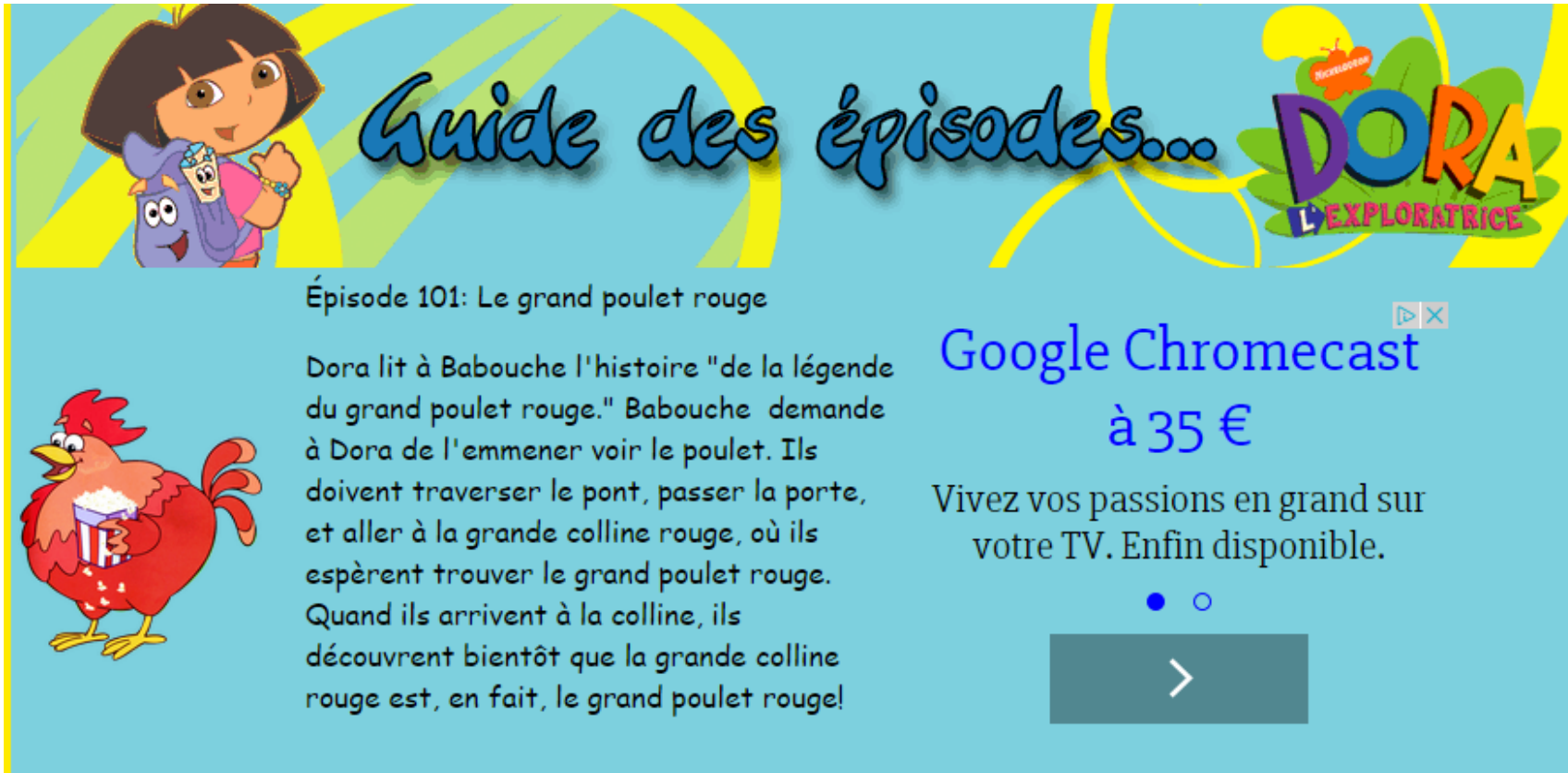
 <https://www.definitions-marketing.com/glossaire/marketing-direct/>

 <https://www.e-marketing.fr/definitions-glossaire/a/1>

07

Exemples

La charte éditoriale en version visuelle



The image is a promotional graphic for the episode 'Le grand poulet rouge' (The Big Red Chicken) from the animated series 'Dora the Explorer'. It features the title 'Guide des épisodes...' in a stylized blue font, followed by the 'DORA L'EXPLORATRICE' logo. On the left, there is an illustration of Dora and Boots. Below the title, the episode title 'Épisode 101: Le grand poulet rouge' is displayed. To the left of the synopsis is a cartoon illustration of a red chicken. The synopsis text describes the plot: Dora reads a story to Babouche about the legend of the big red chicken, they go to the red hill, and discover it's the real chicken. On the right, there is a 'Google Chromecast à 35 €' advertisement with the text 'Vivez vos passions en grand sur votre TV. Enfin disponible.' and a navigation arrow.

Guide des épisodes... **DORA** L'EXPLORATRICE

Épisode 101: Le grand poulet rouge

Dora lit à Babouche l'histoire "de la légende du grand poulet rouge." Babouche demande à Dora de l'emmener voir le poulet. Ils doivent traverser le pont, passer la porte, et aller à la grande colline rouge, où ils espèrent trouver le grand poulet rouge. Quand ils arrivent à la colline, ils découvrent bientôt que la grande colline rouge est, en fait, le grand poulet rouge!

Google Chromecast à 35 €

Vivez vos passions en grand sur votre TV. Enfin disponible.

07

Exemples

La charte éditoriale en version visuelle

betaseries [Accueil](#) [Séries](#) [Films](#) [Communauté](#) [Inscription](#) [Connexion](#) [Recherche](#)

Supernatural
Byzantium

ÉPISODE PRÉCÉDENT
S14E07 - Unhuman Nature

NUMÉRO
S14E08

RÉALISATEUR
Eduardo Sanchez

SCÉNARISTE
Meredith Glynn

★★★★☆ 6 décembre 2018 4K membres

When Sam and Dean join forces with an unexpected ally, the outcome will alter the course of two lives. Meanwhile, Heaven faces an attack from a dark force, driving Castiel to make an enormou... PLUS

Options

Prochain épisode
S14E09 - The Spear

ÉPISODES COMMENTAIRES

Épisodes (20) Saison 14

octobre 25

07

Exemples

La charte éditoriale en version texte





08

Votre projet SAÉ – Semestre 1

Éléments à rendre dans votre dossier

En fonction de votre projet SAÉ, il vous est demandé de rédiger :

Questionnaire des besoins

Rédiger 10 questions maximum

- Ouvertes
- Fermés
- QCM
- Avec visuels

Trois personas complets

Avec mise en page attractive (pas de template déjà tout fait)

- Texte biographique
- Besoins et attentes
- Difficultés actuelles
- Arguments pour le convaincre
- Ce que l'utilisateur peut apporter au site

08

Votre projet SAÉ – Semestre 1

Des logiciels pour vous aider

NIVEAU INTERMÉDIAIRE



Canva



Adobe Express

NIVEAU SUPÉRIEUR



Adobe Illustrator



Adobe Indesign