

L'indice de lisibilité, qu'est-ce que c'est ?



Qu'il s'agisse de bloggeurs, spécialistes marketing ou rédacteurs en ligne, tous ceux qui rédigent des textes pour Internet doivent faire attention à ce que ces derniers contiennent des éléments spécifiques. C'est seulement de cette manière qu'ils pourront atteindre **un bon classement dans les résultats des moteurs de recherche**. Dans le SEO Onpage, les mots-clés, les titres, les liens et les graphiques constituent des facteurs de classement courants, ce que les spécialistes SEO ne devraient pas oublier et prendre particulièrement en considération dans leurs textes. **Une bonne lisibilité est également importante**. Bien que ce critère n'appartienne pas (encore) officiellement au facteur de classement Google, les analystes SEO ont affirmé que **les textes ayant une bonne lisibilité sont généralement mieux classés**. Ainsi, la probabilité que l'algorithme Google prenne aussi en compte la lisibilité d'un texte est élevée. De plus, une bonne lisibilité est particulièrement importante pour les visiteurs de sites Web et leur **expérience utilisateur**.

Que se cache-t-il réellement derrière le terme « lisibilité » ? La lisibilité ne concerne pas seulement la typographie et la taille des caractères mais aussi le **degré de compréhension du contenu d'un texte**.

Afin de déterminer formellement la lisibilité d'un texte, différentes procédures mathématiques ont été développées. Deux critères qui peuvent être déterminés

rapidement à l'aide d'outils d'analyse appropriés sont, par exemple, **la longueur des phrases et la longueur des mots**. Ces facteurs et d'autres facteurs sont liés par des formules mathématiques et l'indice de lisibilité est calculé à partir de ces facteurs. Bien que cet indice de lisibilité ne remplace pas l'évaluation par des experts humains, il vous donne une première indication quant à savoir si le texte remplit les critères formels de bonne lisibilité.

La lisibilité des textes est actuellement à l'étude, en particulier dans le domaine du SEO, mais bien sûr, cet aspect est important depuis bien plus longtemps.

Outre les deux modèles mentionnés ci-dessus, il existe de nombreux autres modèles : les méthodes de mesure individuelles appliquent des critères différents. Elles sont développées pour des langues différentes et ont parfois des groupes cibles ou des formes de texte très spécifiques. Par conséquent, un texte français ne devrait pas être vérifié avec une formule de lisibilité développée pour la langue anglaise. Dans le cas d'un texte journalistique, le critère d'objectivité doit être pondéré plus qu'il n'est nécessaire pour un texte marketing.

Méthodes d'évaluation de la lisibilité en français

Dans cette section, nous vous présentons deux outils évaluant votre indice de lisibilité : Scolarius et Translated Labs. Ces outils en ligne sont capables de mesurer votre niveau de présence sur Internet et vous donne ainsi une idée de votre positionnement.

Evaluer son indice de lisibilité avec Scolarius

Outil gratuit, [Scolarius](#) permet d'analyser le niveau de difficulté d'un texte en fonction de la longueur des mots, des phrases et des paragraphes.

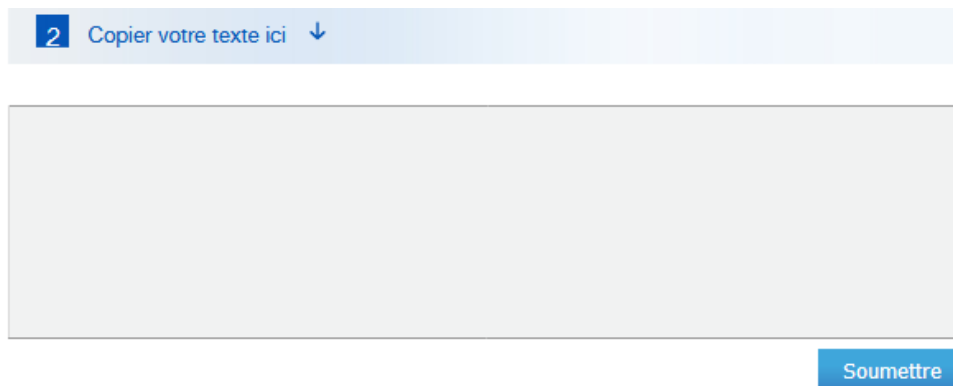
Très utile, il permet à l'utilisateur de savoir si le niveau de difficulté de son texte correspond au niveau de compréhension de la clientèle ciblée. Développé par Influence Communication, Scolarius est destiné, pour l'instant, uniquement aux textes en français.

Une fois sur le site de Scolarius, il vous faut sélectionner le type de texte entre :

- Articles/nouvelles
- Editoriaux

- Chroniques/reportages
- Communiqués de presse
- Transcriptions
- Autres

Scolarius : onglet de sélection du type de texte



The screenshot shows a web interface for Scolarius. At the top, there is a light blue header bar with a blue square containing the number '2', followed by the text 'Copier votre texte ici' and a small downward arrow icon. Below this is a large, empty rectangular text input area. At the bottom right of the input area, there is a blue button with the white text 'Soumettre'.

Cliquez ensuite sur « Soumettre » pour obtenir l'indice de lisibilité de votre texte.

Il se décompose comme suit :

- Niveau initiés = 190 et +
- Niveau universitaire = entre 150 et 189
- Niveau lycéen = entre 120 et 149
- Niveau collège = entre 90 et 119
- Niveau primaire = entre 50 et 89

Comme indiqué, plus le résultat est élevé, plus le niveau de difficulté l'est aussi. Il est à souligner qu'il est également possible de comparer le résultat obtenu à celui d'autres textes d'une même catégorie.

Trois critères d'analyse principaux ont été retenus dans la mise au point de Scolarius, soit la longueur des mots, des phrases et des paragraphes.

Il est possible de soumettre gratuitement un maximum de 100 textes sur une période de 24 heures. Chaque texte soumis ne doit pas dépasser 10 000 caractères.

Translated Labs

Copier votre texte sur Translated Labs

[Translated Labs](#) est un autre outil permettant d'analyser la lisibilité de votre texte. Il vous suffit de coller votre texte dans l'espace prévu et cliquer ensuite sur « Commencer évaluation ».

Le résultat d'analyse apparaît immédiatement en dessous de votre texte. Il vous indique le niveau de facilité de lecture entre « Facile », « Moyen » et « Difficile ». Une description de ces 3 évaluations est fournie en même temps.

Résultat d'analyse Translated Labs : trois niveaux de difficulté

De plus, les termes potentiellement difficiles, pouvant demander des recherches préalables, sont indiqués également.

Par ailleurs, il est important de souligner aussi que le choix de la police et sa taille, ainsi que le nombre de caractères par ligne et l'espace entre chaque ligne sont des critères importants en termes de lisibilité.

L'indice de lisibilité en Onpage-SEO

La plupart des textes sur Internet sont principalement destinés à fournir des informations rapides et claires. La lisibilité est essentielle pour cela. Seuls les textes très lisibles sont aussi très faciles à comprendre.

C'est pour cette raison que l'on suppose que la lisibilité influence aussi d'une certaine manière le classement dans les moteurs de recherche. Ainsi, il est recommandé, dans le cadre de l'optimisation des moteurs de recherche, d'utiliser aussi un indice de lisibilité et vérifier ainsi le contenu du texte.

Tests et outils pour vérifier et améliorer la lisibilité d'un texte

Voici une liste de quelques tests en ligne, en anglais, que vous pouvez utiliser pour vérifier la lisibilité de votre contenu :

1. Le **Flesch-Kincaid-Grade-Level** est utilisé par l'outil de vérification de texte [Perrymarshall](#)
2. Le **Gunning-Fog-Index** possède son [propre site Web](#), où vous pouvez tester gratuitement votre texte avec cet index de lisibilité.

Conseil

les tests mentionnés ci-dessus sont sujets à des erreurs, car ils ne parviennent pas toujours à déterminer le nombre correct de syllabes. Cependant, ces outils en ligne gratuits permettent au moins une première évaluation approximative de la lisibilité de vos propres textes.

Test de lisibilité Flesch

100 points. Plus la note est élevée, plus le texte est facile à comprendre. La note de la plupart des fichiers standards doit être comprise entre 60 et 70.

La formule utilisée pour le test de lisibilité Flesch est la suivante :

$$206.835 - (1.015 \times \text{ASL}) - (84.6 \times \text{ASW})$$

ASL = longueur de phrase moyenne (nombre de mots divisé par le nombre de phrases)

ASW = nombre moyen de syllabes par mot (nombre de syllabes divisé par le nombre de mots)

Test du niveau de qualité Flesch-Kincaid

Ce test évalue le texte en fonction des niveaux scolaires américains. Une note de 8,0 signifie ainsi qu'un élève de huitième (l'équivalent de la deuxième année du collège en France) peut comprendre le texte. Nous vous recommandons d'essayer d'obtenir une note comprise entre 7,0 et 8,0 pour la plupart des textes.

La formule d'un niveau de qualité Flesch-Kincaid est la suivante :

$$(.39 \times \text{ASL}) + (11.8 \times \text{ASW}) - 15.59$$

Indice Gunning-Fog

Ce test a également été développé pour la langue anglaise, la classification est basée sur les notes des lycées américains. Il a été développé en 1952 par l'homme d'affaires Robert Gunning et est particulièrement populaire dans le secteur de la gestion. Il n'est donc pas surprenant qu'il soit fréquemment utilisé pour évaluer les rapports annuels.

L'indice Gunning Fox évalue des ratios différents de ceux de l'évaluation précédente :

1. Nombre de mots dans le texte (W)
2. Nombre de phrases dans le texte (S)
3. Nombre de « mots complexes » avec trois syllabes ou plus (D)

L'indice de lisibilité est calculé à partir de ces chiffres.

Remarque

la formule de l'indice Gunning Fog est :

Indice de lisibilité GFI (Gunning Fog Index) : $0,4 \times [(W/S) + 100 \times (D/W)]$

Les valeurs sont également notées dans un tableau en fonction du niveau d'éducation requis pour comprendre le texte.

Indice Gunning-Fog Degré de compréhension selon le niveau d'enseignement

17	Diplômé de l'universitaire/écoles supérieures
16	Étudiant universitaire en fin de cycle
15	Étudiant universitaire en milieu de cycle
14	Étudiant en deuxième année universitaire
13	Étudiant en première année universitaire
12	Étudiant en première (lycée)
11	Étudiant en seconde (lycée)
10	Étudiant en troisième (collège)
9	Étudiant en quatrième (collège)
8	Étudiant en cinquième (collège)
7	Étudiant en sixième (collège)
6	Étudiant en CM2 (primaire)

Ce test définit également un certain nombre de lignes directrices qui doivent être prises en compte lors de l'évaluation du texte. Il faut donc tester un passage de texte avec seulement 100 mots. Il exclut également certains mots pour déterminer la valeur D, par exemple les noms propres ou les combinaisons de mots et les verbes qui n'atteignent plus de trois syllabes qu'en ajoutant une extension.

Si les tests fournissent des valeurs très élevées, vous devriez essayer de supprimer du texte des termes techniques inutiles, les mots étrangers et les abréviations.

Conseils pour le SEO

Si vous souhaitez garantir une bonne lisibilité de vos textes pendant l'écriture, vous pouvez vous orienter sur le **modèle de compréhensibilité de Hambourg**. Ce modèle applique quatre critères de qualité lors de l'évaluation des textes : simplicité, structure, concision et stimulation.

1. Simplicité

- Préférer les **phrases courtes** (valeur d'orientation : en moyenne de 9 à 13 mots)
- Préférer les **mots courts**
- Enoncer **l'essentiel au début de la phrase**
- N'exprimer qu'**une seule pensée par phrase**

2. Structure

- Préférez les **paragraphes courts** (valeur d'orientation : jusqu'à 90 mots)
- **Longueur appropriée** des chapitres sous les sous-titres (valeur d'orientation : jusqu'à 300 mots)
- Enoncer **l'essentiel au début du texte**
- **Clarifier le sens du texte** à l'aide de paragraphes

3. Concision

- Utiliser **beaucoup de verbes**
- Formuler **de manière active**
- Utiliser **un langage figuratif**
- **Travailler avec des connecteurs logiques** (valeur d'orientation : environ 30 % des phrases devraient contenir des mots de transition)

4. Stimulation

- Intégrer des **images et graphiques** pour compléter le texte.
- Dans le marketing en ligne, des mots-clés tels que « facile », « super », « rapide » ou « pas cher » attirent l'attention. D'autres formes de texte, par contre, doivent être traitées avec beaucoup de retenue.

Si l'on tient compte des critères du modèle de compréhensibilité de Hambourg il y a, à l'inverse, quelques éléments à éviter lors de l'écriture :

- **Les longues phrases**
- **Les termes techniques et abréviations**
- **Les constructions passives**
- **Les mots explétifs**
- **Les verbes de modalité** (pouvoir, devoir, vouloir)
- **Le style nominal**

Si vous suivez ces directives, vos textes seront plus faciles à comprendre pour les lecteurs et la satisfaction des visiteurs de votre site Web augmentera.