

## Connaître...

### La charte éditoriale pour le Web

Avant de lancer votre blog professionnel, il est indispensable d'établir une charte éditoriale. Celle-ci vous aide à clarifier vos besoins en rédaction et sera particulièrement utile pour vous, comme pour les rédacteurs qui seront en charge de l'animation du blog.

Focus sur ce document incontournable pour la [réussite de votre Content Marketing](#) !

#### Qu'est-ce qu'une charte éditoriale ?

La charte éditoriale est un document officiel, présenté par l'entreprise, qui fait office de briefing envers les rédacteurs web.

Ces règles ont pour but de donner tous les éléments essentiels aux rédacteurs pour [construire des billets de blog](#) qui répondront à vos objectifs de fidélisation, d'acquisition, de vente et de référencement.

Elles abordent aussi bien le fond que la forme des articles, afin de garantir à votre blog un contenu homogénéisé, qui véhiculera l'identité de votre entreprise.

Alors, quelles sont les informations essentielles que doit contenir la charte éditoriale ?

#### La charte éditoriale définit les objectifs du blog

Tout d'abord, pour que vos rédacteurs puissent trouver l'angle d'attaque parfait, ils doivent comprendre précisément les objectifs de votre blog.

Ceux-ci peuvent être multiples, mais il faut les expliciter noir sur blanc pour diriger la rédaction : acquérir du trafic de qualité, remonter dans les moteurs de recherche, aider les clients à se servir de vos prestations, faire la promotion d'un service, éduquer le prospect, etc.

Évidemment, il est recommandé de décliner les règles que nous verrons ci-après par objectifs.

#### La charte éditoriale détermine les cibles

Les règles devront tenir compte du profil des personnes à qui s'adressent vos contenus.

On n'écrit pas de la même manière pour des chefs d'entreprise que pour des mamans au foyer. Il faut aussi définir le niveau d'expertise de la cible.

Ces éléments doivent donc être suivis du ton à employer :

- professionnel ou décalé
- tutoiement ou vouvoiement
- jargon technique ou termes vulgarisés
- etc.

## La charte éditoriale aborde le fond et la forme des articles

Dans cette section, listez les différentes catégories du blog qui permettent de structurer vos contenus.

Détaillez aussi [les types de contenus](#) attendus :

- infographie
- article
- checklist
- vrai/faux
- étude de cas
- etc.

C'est aussi dans cette section que vous devez indiquer le niveau de précision requis : citation de chiffre-clé, présence de sources officielles, citation d'études de moins de 2 ans, etc.

Ce chapitre de la charte éditoriale web comprend aussi les règles concernant les illustrations. Est-ce que les rédacteurs devront fournir des visuels pour illustrer l'article ? Si oui, combien, dans quel format, à quel endroit de l'article, etc. ?

## Créer des règles rédactionnelles

Enfin, veillez à donner la structure souhaitée pour chaque article, à savoir un titre, une introduction (de combien de mots à peu près ?), le nombre de sous-titres et paragraphes, une conclusion...

Il faudra aussi définir la longueur totale des articles : préférez-vous des formats courts de 300 mots, classiques de 500 mots ou de longs billets illustrés de 1 200 mots ?

Il faut aussi penser aux mots-clés, comment doivent-ils être intégrés dans les textes ? Par exemple, vous pouvez demander aux rédacteurs de les mettre dans le titre, dans au moins un sous-titre et 5 fois dans l'article, en gras.

## Conseils pour rédiger une charte éditoriale web

Le rôle principal d'une charte éditoriale est de garantir une cohérence, « une ligne de conduite », des différents contenus d'un site. Alors comment réaliser une bonne charte éditoriale ? Nos conseils.

## Désigner une personne responsable de la rédaction

Il convient avant toute chose de désigner une personne qui sera [responsable de la rédaction](#) de cette charte mais aussi responsable du projet. Sa mission principale sera de **rassembler** et de **clarifier** les idées de chacun afin de bien identifier **l'identité** du site sur un document écrit.

## Déterminer les principales lignes de la charte éditoriale web

La première étape, qui n'est pas des moindre, est de déterminer **les principales lignes** de la charte éditoriale web. Il est donc important de réunir toute l'équipe, car c'est le moment idéal pour échanger voire confronter ses idées. Pour ce faire vous pouvez vous poser plusieurs questions comme :

- Quelle est la mission du site Internet ?
- A qui s'adresse-t-il ?
- Comment doit être le style du contenu sur le site ? etc.

Et ensuite élaborer des idées de réponses pour chacune d'entre elles.

Ensuite le chef de projet devra expliquer la **structure** du contenu éditorial en privilégiant les images, les captures d'écran, etc. dans le but d'être plus parlant pour l'équipe.

## Enoncer les règles rédactionnelles

Une fois que le responsable de projet a expliqué la structure du contenu, il doit énoncer **les règles rédactionnelles**. A savoir le style à utiliser en illustrant par des exemples, le format à adapter à tous les textes, les règles de rédaction concernant le référencement, les mots clés, les mots clés dans les titres, etc. Mais également les **autres contenus** comme les photos, vidéos, graphiques, etc. à intégrer dans le site.

## Organiser la publication des contenus

L'autre étape consiste à **bien organiser la publication des contenus**. Il faut donc se demander :

- Qui va écrire quoi, quand ?
- Qui va valider les textes ?
- Qui s'occupera des images ?
- Etc.

Ce sera le moment parfait pour trouver une **organisation réaliste et rationnelle** tout en répartissant correctement les tâches.

## Indiquer la manière de gérer les échanges entre chacun

Il est possible que votre site gère du **contenu communautaire** (forum, commentaires, etc.). Il est donc conseillé d'indiquer la manière dont doivent fonctionner les échanges entre chacun. Vous pouvez par exemple vous poser les questions suivantes :

- Comment sont modérées les discussions ?
- Comment les commentaires sont-ils mis en avant sur le site ?

Envoyez un brief à vos rédacteurs

Avant de travailler avec un ou plusieurs rédacteurs web, il s'avère pertinent de rédiger une charte éditoriale pour transmettre des consignes précises à vos collaborateurs. Ils pourront alors vous proposer des contenus correspondant à vos attentes et vous permettant de remplir les objectifs de votre stratégie Content Marketing.

Une fois la charte éditoriale rédigée, l'idéal est d'envoyer un **brief de 2 à 3 pages** à chacun des rédacteurs. Celui-ci devra indiquer les **règles de rédaction** à suivre afin de publier un texte adapté à votre site web.

Source : <https://www.redacteur.com/blog/comment-rediger-une-charte-editoriale-pour-le-web/>