

Edition Web - Guide Stylistique

Ce guide contient une série de règles importantes à suivre dans le cadre de la rédaction et la publication de contenus Internet.

Le respect de ces règles est la seule garantie d'un résultat de qualité par rapport aux contenus présentés dans les différentes pages de votre site Web. Egalement, ces règles garantiront une bonne référencement des pages par les moteurs de recherche.

LES TITRES

- **Court** : entre 4 et 10 mots, devrait tenir sur une seule ligne. Eliminez tous adjectifs, prépositions, adverbes et circonlocutions non indispensables.
- **Explicite** : compréhensible par le public visé, accrocheur
- **Contenant des mots clés** : Les moteurs de recherche tiennent compte du contenu des titres pour indexer les pages web. Réutilisez ces mots clés dans le corps du texte pour renforcer la cohérence du message.
- **Formulation** : Dont les premiers mots sont les plus significatifs.

LES INTRODUCTIONS (TEASERS)

- Limitez l'accroche à **un seul paragraphe**, court.
- Pour mettre l'accroche en évidence, utilisez la **mise en gras ou un fond de couleur distinct**, mais jamais le souligné ni les italiques.
- **Résumez l'essentiel** de l'information : Who ? What ? When ? Where ? Why ?
- **Droit au but** : on commence par l'essentiel, pour aller ensuite vers le détail et vers la nuance.

LES CORPS DE TEXTES

La rédaction de textes pour le web se différencie fondamentalement de la rédaction textuelle classique. Plus encore, le bon formatage de ces contenus est essentiel à leur bonne acceptation par le visiteur.

Rédaction de corps textes

- Découpez l'information en plusieurs paragraphes. Une seule idée par paragraphe, qui apparaîtra dans la première phrase du paragraphe.
- Utilisez des intertitres, surtout dans les textes longs (plus de 2 000 caractères).
- Limitez le volume de la page : maximum 4 écrans.
- Utilisez des phrases courtes (15-20 mots), au vocabulaire et au style simples, concrets, directs, et concis.

Formatage de corps de texte

La feuille de style du site web détermine l'apparence générale des textes (couleur et police) et en assure l'homogénéité à travers le site entier.

A ne jamais faire:

- Ne **JAMAIS** centrer le texte sur la page.
- **Réduisez le formatage de vos textes au strict minimum. La règle fondamentale : « Less is more ».**
- N'utilisez **JAMAIS** une **police** différente de celle prédéfinie dans la feuille de style.
- N'utilisez **JAMAIS** une **taille de police** différente de celle prédéfinie dans la feuille de style.
- Ne **soulignez pas** de texte continu, ni les intertitres. Pour les mettre en valeur, utilisez le gras ou des styles prédéfinis au niveau de la feuille de style du site.

A faire absolument:

- Mettez les **mots clés** distincts **en gras**. Sans abuser. Ne pas mettre de passages ou phrases entières en gras.
- Utilisez les listes à puces ou numérotations, qui donnent du relief à la page.

LES HYPERLIENS

- Rédigez des hyperliens explicites, donnant une idée précise de vers quoi ils mènent. Évitez les liens du genre "cliquez ici", "next page".
- Les liens ne doivent être ni trop courts (ce qui les rend peu visibles ou peu explicites) ni trop longs (ce qui les rend peu lisibles). Les hyperliens composés de 1 à 3 mots fonctionnent parfaitement.
- Veillez à assurer la correspondance de l'intitulé du lien et du titre de la page de destination.

LES IMAGES

- Associez à vos images un texte alternatif. Il s'agit d'un équivalent textuel, descriptif et concis, visible au survol de la souris.
- Privilégiez les images à caractère informatif.
- Chaque fois que c'est possible, prévoyez une légende, concise et donnant du sens à l'image.