

Charte éditoriale / Principes

1. Contenu éditorial : entre rédaction et publication, un nécessaire travail d'édition en 4 étapes

La publication de contenu éditorial sur internet ne consiste pas en une simple mise en ligne de textes élaborés par un rédacteur. En amont de cette publication, un travail méthodique d'édition est nécessaire. Il s'agit bien sûr de publier un texte sans faute d'orthographe, sans erreur grammaticale ou syntaxique, sans contresens ou information erronée. Mais, avant tout, il s'agit d'améliorer ce texte pour l'aligner sur les objectifs visés.

1. Avant tout travail d'édition, disposer d'une charte éditoriale précise et complète

La charte éditoriale constitue LE document de référence, et tout contenu produit doit s'y conformer. Il est donc important non seulement d'en disposer, mais également de la transmettre à chacun des rédacteurs. Après le travail d'édition, le texte produit devra en respecter chacun des points. Cette charte éditoriale, dans ses grandes lignes, devra définir :

- **Les objectifs de communication** (objectifs d'image par exemple : sur quelles dimensions d'image l'émetteur souhaite-t-il se voir valorisé par les textes publiés) et les cibles.
- **La ligne éditoriale.** C'est le squelette qui donne à l'ensemble de la communication sa cohérence : thématiques, angles, nature d'information, rythme de publication.
- **La stratégie SEO**, notamment le corpus de mots-clés visé sur lequel l'émetteur souhaite être positionné.
- **La structuration de l'ensemble du contenu éditorial.** Il décrit l'ensemble des supports et des formats utilisés et leur articulation, leurs objectifs respectifs et leurs spécificités en termes de rédaction.
- **Le guide de style.** Il définit les règles à respecter pour chacun des éléments d'un texte : titres et sous-titres, chapô, corps de texte, citations, call-to-action), le ton, qui parle (« je », « nous », la marque...)
- **L'organisation de la production des contenu éditorial** et les différents intervenants à chaque stade. De la planification éditoriale à la rédaction, en passant par la relecture, la révision, la correction, la validation et la publication.

2. 1. La révision et la réécriture du contenu éditorial

Cette première étape consiste en **une première lecture du texte afin de l'évaluer dans son ensemble**, et notamment :

- **Le style, le ton du contenu éditorial.** Sont-ils ceux attendus ? Cette phase est probablement la plus subtile : aussi précise soit-elle, une charte éditoriale rend difficilement compte de toute la subtilité attendue, et laisse une bonne part à la subjectivité du jugement.
- **Son efficacité globale** : le contenu éditorial est-il précis, concis, simple, facilement compréhensible et adapté à sa cible ? On cherche ici à optimiser le style et la langue. Par exemple, éliminer les jargons, les répétitions. Raccourcir les phrases trop longues. Reformuler les phrases trop complexes. Simplifier les tournures trop alambiquées. Expliquer les acronymes? Supprimer les articles superflus. Etc.
- **Ce travail peut aller jusqu'à la réécriture, totale ou partielle, du contenu éditorial.** Par

exemple, pour en changer l'angle, pour en corriger l'approche, pour en modifier la perspective choisie ou pour structurer l'information contenue autrement. L'objectif final restant l'amélioration de l'intelligibilité du texte, son respect de la charte éditoriale et sa cohérence avec ses objectifs et ses cibles.

3. 2. La vérification des faits

Il s'agit ici de vérifier **la validité de chacune des informations contenues dans le texte**, comme devrait le faire un journaliste. Les citations sont-elles correctes ? Les chiffres sont-ils les bons ? Les allégations sont-elles vérifiées ? Cette étape est cruciale, puisqu'elle est garante de la qualité, de la transparence et de la crédibilité des contenus publiés.

4. 3. L'optimisation SEO

Là encore, **les règles SEO auront été définies au préalable** dans la charte, et le travail d'édition consistera à vérifier le respect de ces règles. Quelques règles restent invariantes, qui concernent :

- **La structure du texte**, notamment le scrupuleux respect de la hiérarchie des niveaux de titres et, plus globalement, une logique allant du général au particulier.
- La présence du **corpus de mots-clés et leur utilisation aux endroits adéquats** : titres et sous-titres, chapô, balises méta-description, ancres et liens internes, noms des fichiers image, textes en gras...

5. 4. La relecture et la correction finale du contenu éditorial

Enfin, une fois le texte retravaillé, **un dernier travail de correction mené de façon systématique** poursuivra un double objectif :

- Vérifier sa conformité aux règles de **syntaxe, d'orthographe, de grammaire, de ponctuation, de typographie**. Par exemple, l'orthographe des noms propres est-elle la bonne ? Les majuscules sont-elles accentuées (ou pas, selon les informations contenues dans la charte) ?
- Vérifier **la conformité de l'ensemble des formats utilisés** avec les règles imposées par la charte éditoriale : règles de titrage, taille des chapeaux, des paragraphes, utilisation des gras, des italiques, etc.

Source : <https://www.1min30.com/content-marketing-inbound-marketing/contenu-editorial-redaction-publication-edition-en-4-etapes-1287440209>