

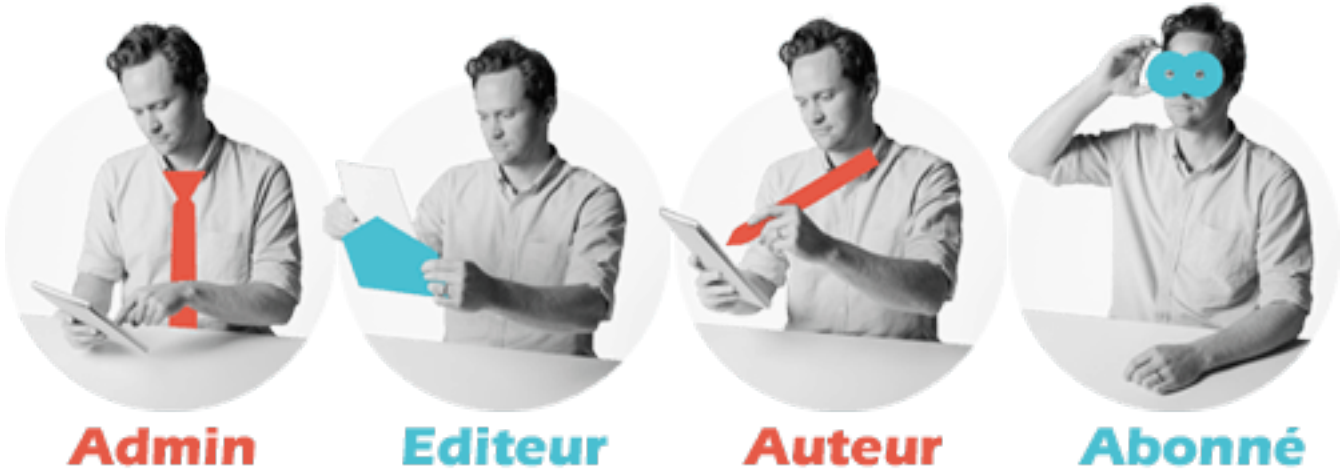
Concevoir son site WordPress

Support de formation de Bonnenouvelle.fr

1. ORGANISER L'EQUIPE ET LA PUBLICATION	2
5 ROLES SUR WORDPRESS	2
UNE EQUIPE INTERNET OU CHACUN A SA PLACE	2
ANIMATION DE L'EQUIPE	2
PRINCIPES D'ORGANISATION DES CONTENUS	3
2. CREER L'ARBORESCENCE DES MENUS ET CONTENUS	3
CREER L'ARBORESCENCE DU SITE	3
3. CHARTE EDITORIALE ET REGLES DE PUBLICATION	7
1. LE PROCESSUS IDEAL DE LA COMMUNICATION	7
2. OUTILS DE COMMUNICATION	7
3. CANEVAS DE CHARTE EDITORIALE ET REGLES DE FONCTIONNEMENT D'UN SITE	8
5. CONVENTION TYPOGRAPHIQUE	9
COHERENCE ET FIDELITE	10
ABREVIATIONS ET NOMBRES	10
ACRONYME	10
LATIN	11
PONCTUATION	11
SAINT ET NOMS PROPRES	11
6. ECRIRE SUR LE WEB POUR COMMUNIQUER L'EVANGILE A TOUS	12
SE FORMER A LA REDACTION MISSIONNAIRE	12
UN VOCABULAIRE OUVERT POUR DES CONCEPTS ACCESSIBLES A TOUS	12
EVITER LA COMMUNICATION AUTO-REFERENTIELLE	13
TOUJOURS CITER L'AUTEUR DES LIVRES DE LA BIBLE EN ENTIER	13
7. REDIGER DU CONTENU ADAPTE AU WEB	13
1. STYLE JOURNALISTIQUE ET SIMPLE	14
2. ECRIRE POUR ETRE LU FACILEMENT SUR UN ECRAN	14
TAILLE DES TEXTES	15
ORDRE DE REDACTION D'UNE PAGE WEB	15
3. ADAPTER LA MISE EN PAGE A LA LECTURE SUR ECRAN	15

1. Organiser l'équipe et la publication

5 rôles sur WordPress



Administrateur : Accès à toutes les fonctionnalités de l'administration WordPress : réservé à Bonnenouvelle.fr pour des raisons de sécurité

1. **Webmaster** : Peut modifier l'apparence du site, les menus, les blocs (widgets) sur l'accueil et la barre latérale des pages, ajouter, modifier ou supprimer un utilisateur
2. **Editeur** : Peut publier et gérer les pages ainsi que celles des autres utilisateurs
3. **Auteur** : Peut publier et gérer ses propres articles uniquement
4. **Contributeur** : Peut écrire et gérer ses propres articles mais ne peut pas les publier
5. **Abonné** : Peut uniquement gérer son profil

Une équipe Internet où chacun a sa place

Un site vivant est animé à plusieurs.

1. **Le responsable du site** a une vision globale de l'organisation et encourage les contributeurs. Il met à jour la page d'accueil et compose la newsletter. est l'interlocuteur principal de Bonnenouvelle.fr
2. **Le ou les responsables d'onglet**, souvent responsable(s) du service équivalent
3. **Le secrétaire de rédaction** a le sens du détail : il vérifie que chaque page a une intro, des intertitres, il corrige la mise en forme, la syntaxe, l'orthographe, la ponctuation et si possible a l'œil graphique pour des illustrations de qualité
4. Le webmaster, à l'aise avec la technique, dépanne les autres contributeurs, crée les nouveaux auteurs et soutient les autres membres de l'équipe
5. Le photographe en lien avec l'équipe, couvre la plupart des événements. Si possible, il met à disposition de l'équipe les photos en accès restreint sur Internet, par exemple avec le service gratuit de partage de fichiers [Dropbox](#)
6. Le fan de réseaux sociaux, anime votre page Facebook et votre compte Twitter, indispensables pour promouvoir vos événements auprès des jeunes.
7. Le cameraman anime votre chaîne de partage de vidéos Youtube et enregistre les conférences et homélies au format MP3 pour les partager via Soudcloud.com

Animation de l'équipe

La première année, l'équipe Internet peut se réunir une fois par mois pour voir les actualités, les prochains événements et sujets de fond à traiter sur le site et à valoriser sur la newsletter pour correspondre aux attentes des visiteurs déchiffrées par les statistiques de visite, les demandes reçues par courriel, par téléphone et les commentaires postés sur le site. Ensuite, tous les deux ou trois mois.

Principes d'organisation des contenus

L'arborescence des menus et le plan du site sont déterminants pour la qualité du site car il définit la navigation qui doit être logique pour un néophyte qui vous découvre.

Enraciner chaque contenu dans un onglet

Un principe de base : tout contenu doit être rangé et publié dans une **page-parent** ou grand-parent. Un contenu n'apparaît qu'à un seul endroit.

Lui donner un numéro d'ordre pour organiser automatiquement les menus et pages.

Pour une bonne navigation, éviter plus de trois clics

L'arborescence idéale :

1. Rubrique-racine : N0, 0 clic
 - Sous-rubrique : N-1, un clic
 - Article : N-3, un 3e clic

2. Créer l'arborescence des menus et contenus

Créer l'arborescence du site

1. Arborescence du menu de 1^{er} niveau

Créer d'abord l'arborescence du menu de 1^{er} niveau telle qu'elle apparaîtra dans le menu horizontal à onglets. Vous pouvez vous aider de post-it d'une couleur identique pour le menu du 1er niveau.

Exemple :

1. Paroisse
2. Actualités
3. Vie chrétienne
4. Vie fraternelle
5. Pour tous

2. Arborescence du menu de 2e niveau

Créer ensuite l'arborescence du 2^e niveau de menu telle qu'elle apparaîtra dans le menu horizontal sous les onglets de 1er niveau. Vous pouvez vous aider de post-it d'une couleur identique pour le menu du 2e niveau.

Exemple :

1. **Paroisse**
 1. Infos pratiques
 2. Equipe à votre service
 3. Lieux

3. Plan détaillé du site page à page

Puis, créer le plan détaillé page à page du site en ordonnant les Pages (les Articles sont automatiquement ordonnées selon leur date de publication)

Exemple : 3. Vie chrétienne

1. *Connaître Dieu*

1. Qui est Jésus ?
2. Questions de fond
3. Le pape François sur Twitter
4. Le pape François sur Youtube

4. Taxonomies et fonctionnalités des contenus

Les taxonomies sont des types de contenus WordPress proposés dans les modèles de site Rosace et Parvis. *En italique, les éléments facultatifs.*

Taxonomies	Fonctionnalités
Page (abréviation : cf ci-dessous Modèles de page)	<ul style="list-style-type: none"> • Contenu durable • Parent • Modèle au choix • Barre latérale du modèle • Ordre • <i>Image à la Une en bannière</i> • <i>Commentaire</i> • Pas d'extrait
Article (abréviation : A)	<ul style="list-style-type: none"> • Contenu périssable, changer l'auteur • Barre latérale <i>Blog</i> • Date de l'article • Ordre par date antechronologique • Nom de l'auteur • <i>Image à la Une en vignette</i> • <i>Catégorie d'article ou sous-catégorie</i> • <i>Etiquette d'article</i> • <i>Extrait (s'affiche dans les widgets et sur la page Blog)</i> • <i>Bio de l'auteur et gravatar</i> • <i>Commentaire</i>
Prédications (PR)	<ul style="list-style-type: none"> • Médiathèque : texte, PDF, audio, vidéo, podcast • Barre latérale <i>Prédications</i> • Date de publication • Ordre par date antechronologique • <i>Lecteur vidéo Youtube, ...</i> • <i>Lecteur audio Soundcloud, ...</i> • <i>Sujets, livres, séries, orateurs, mots-clés (MC)</i> • <i>Image à la Une en vignette</i> • <i>Extrait</i> • <i>Commentaire</i>
Événement unique ou récurrent (E)	<ul style="list-style-type: none"> • Contenu lié à un évènement et à une date • Prochaine date, horaires, lieu, adresse

	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Réurrence, date de fin, carte géolocalisée, lien ou formulaire d'inscription</i> • Barre latérale <i>Évènements</i> • <i>Image à la Une en vignette</i> • <i>Catégorie d'évènement (CE) ou sous-catégorie</i> • <i>Extrait</i> • <i>Commentaire</i>
Emplacements (EM)	<ul style="list-style-type: none"> • Emplacement : contenu avec une adresse • Téléphone, mail, horaires, <i>carte géolocalisée</i> • Barre latérale <i>Emplacements</i> • <i>Ordre</i> • <i>Image à la Une en vignette</i> • <i>Extrait</i> • Pas de commentaire
Personnes (PE)	<ul style="list-style-type: none"> • Personne : position (fonction) • Groupe (G) ou sous-groupe (SG) Téléphone, <i>mail</i>, adresse, <i>réseaux sociaux</i> • Barre latérale <i>Équipes</i> • <i>Ordre</i> • <i>Image à la Une en vignette</i> • <i>Extrait</i> • Pas de commentaire

5. Modèles de Pages et abréviations

La « Page, avec un « P » majuscule fait référence à la fonctionnalité « Page » de *WordPress*, réservé au contenu durable. **En rouge, les modèles plus utilisés.**

Modèles de pages	Abréviation
Modèle par défaut utilise la barre latérale <i>Modèle par défaut</i> , utile pour les Pages-enfants	P : Page-enfant (par défaut)
Blog ou Page Articles liste les derniers articles du blog dans l'ordre anté-chronologique, utilise la barre latérale <i>Blog</i>	A : Article CA : Catégorie d'article SCA : Sous-catégorie d'article EA : Etiquette d'article
Child Pages ou Page avec enfants affiche les Pages-enfants de la Page-parent	PE : Page avec enfants
Contact utilise la barre latérale <i>Contact</i>	F : Intègre un formulaire
Events - Calendar montre les événements dans un calendrier mensuel, utilise la barre latérale <i>Évènements</i> (il est recommandé de masquer la barre latérale pour donner plus d'espace au calendrier mensuel)	EC Tous les événements s'affichent dans le calendrier
Events - Upcoming liste les événements en commençant par le plus prochain, utilise la barre latérale <i>Évènements</i>	E : Évènement futur CE : Catégorie d'évènement SCE : Sous-catégorie d'évènement si besoin

Events - Past liste les événements du plus récent au plus ancien, utilise la barre latérale <i>Évènements</i>	E : Évènement passé CE : Catégorie d'évènement
Galleries liste dernières galeries, utilise la barre latérale <i>Galerie</i>	GP : Galerie-photo
Gallery affiche une galerie, utilise la barre latérale <i>Galerie</i>	GP : Galerie-photo <i>peu utile car on peut intégrer une galerie-photo dans chaque page du site</i>
Homepage montre la Page d'accueil personnalisée	A ne pas mettre dans le menu
Locations liste tous les Emplacements, utilise la barre latérale <i>Emplacements</i>	EM : Emplacement
People liste toutes les Personnes , utilisent la barre latérale <i>Equipes</i>	PE : Personnes G : Groupes SG : Sous-Groupes
Plan du site montre toutes les pages publiées du site par type de contenus	
Sermons Books indexe les prédications par livres de la Bible	
Sermons Dates indexe les prédications par dates	
Sermons Series indexe les prédications par séries selon l'ordre chronologique	
Sermons Speakers indexe les prédications par orateurs	
Sermons Topics indexe les prédications par thématique	
Sermons liste derniers prédications, utilise la barre latérale <i>Prédications</i>	PR : Prédication MC : Mot-clé
Wide Content montre le contenu dans un format plus large	
Formulaire	F : Formulaire

6. Arborescence et type de pages et contenus

Nous vous conseillons de faire figurer votre arborescence dans un tableau sous Word comme apparaîtra le menu déplié avec l'ordre choisi et le type de Page en abréviation :

- le grand-parent ou parent
- le titre de la page-enfant
- type de page ou de contenu
- n° d'ordre dans le parent qui ordonne les menus par niveau
- les initiales du rédacteur et/ou de l'éditeur

Exemple de menu

1. Paroisse PE	2. Actualités	3. Vie chrétienne	4. Vie fraternelle	5. Enfants & Jeunes
<i>Bienvenue</i>	<i>S'informer</i>	<i>Connaître Dieu</i>	<i>Partager</i>	<i>Grandir</i>
1. Infos pratiques PE	1. Nouvelles B	1. Connaître Dieu PE	1. Entraide PE	1. Enfants PE
1. Bienvenue sur notre site P	1. A la Une CA	1. Qui est Jésus ? P		
2. Nouveau venu ?	2. Edito CA	2. Questions de fond		
3. Horaires des messes	3. Annonces CA	3. Le pape François sur Twitter		
4. Feuille d'informations paroissiales	4. Dans le diocèse CA	4. Le pape François sur Youtube		
	5. Eglise universelle CA			

et éventuellement :

- *les médias ajoutés*

- le degré de priorité
- la source

Page Plan du site

La [page Plan du site](#) en lien en pied de page affiche le contenu publié du site : Pages, Catégories, Etiquettes et Articles.

3. Charte éditoriale et règles de publication

Éléments de langage et règles rédactionnelles



Modèle de charte éditoriale, à adapter à votre propre site.

Les rédacteurs et les responsables sur un site se succèdent. La charte constitue une "ligne de conduite", un outil de continuité et un repère pour tous, qui permet de garantir une véritable cohérence des contenus et de permettre à chacun d'être autonome.

1. Le processus idéal de la communication

Audit et attentes de l'environnement

> Vision

>> Stratégie pastorale

>>> Stratégie de communication

>>>> Outils de communication

>>>>> Plan de site Internet

2. Outils de communication

1. Charte éditoriale, règles de publication et convention typographique à diffuser à vos contributeurs
2. Logotype et charte graphique
3. Site
4. Brochure, revue, tracts, affiches
5. Homélie, discours, annonces orales, prises de position, communiqués de presse

3. Canevas de charte éditoriale et règles de fonctionnement d'un site

La communication et l'acceptation de la charte éditoriale, des règles de publication et de la convention typographique par les contributeurs du site permettent de les laisser créer du contenu de façon autonome et responsable, conformément au principe de subsidiarité issu de la doctrine sociale de l'Eglise.

Questions-clés

Si vous avez suivi la formation "Concevoir son site" avec Bonnenouvelle.fr, vous pouvez résumer son compte-rendu en répondant à ces questions.

Quelle est la mission du site Internet ? A quoi sert ce site ? > Une phrase pour la réponse.

Quelle est l'identité de notre organisation ? > ...

A qui s'adresse le site ? > ...

Comment se positionne t-il par rapport aux sites consacrés à des sujets comparables ? > ...

Comment doit être le style du contenu sur le site ? Donnez des exemples...

Fonctionnalités du site

- Formulaire de contact par mail
- Moteur de recherche
- Plan du site et Mentions légales accessibles sur chaque page
- Commentaires
- Partage sur les réseaux sociaux, flux RSS
- Galerie-photos
- Afficher un PDF en pleine page
- Infolettre
- Inscription en ligne
- Don en ligne...

Règles rédactionnelles

Style des textes en illustrant par des exemples.

Vouvoiement et pour les jeunes : tutoiement ?

Format des textes : nombre de signes pour un article, un titre, un chapeau ? une citation un bloc

Présentation des infos pratiques dans un encadré ou en pied de page ?

Publication des mails, téléphones portables et photos des supports de communication imprimés ? accord des personnes ?

[Convention typographique](#) choisie

Type d'illustrations à utiliser ?

- photos de votre structure
- photos d'œuvres d'art catholique
- infographies
- logos d'associations ? une photo est souvent plus explicite
- vidéos : chaînes Youtube ou Dailymotion de référence ? longueur et qualité des vidéos ?
- Ressources audios
- Critères d'archivage des contenus, de dépublication des contenus recyclables ou de suppression des contenus obsolètes

Un bon site ne contient pas d'onglet Archives.

Éléments de langage

Comment parlez-vous de votre structure ?

Nom de votre organisation :

Respecter les majuscules et tirets partout de la même manière

Vocabulaire à utiliser ou à bannir

"Père" ou "M. l'abbé" ?

Mots-clés et critères de recherche géographique à utiliser dans les titres, liens et documents joints

Respect de la législation et des personnes

1. Le site respecte la loi Informatique et libertés. Il ne cède pas ses données à des tiers. S'il publie un contenu créé par une personne extérieure, c'est avec l'accord explicite de celle-ci que l'auteur aura soin de remercier par un lien hypertexte.
2. Les photos et vidéos sont libres de droit et les photographes remerciés dans la page Mentions légales du site au paragraphe Crédits.
3. Dans le cas d'un site de séminaire ou de communauté, ne pas citer le nom de famille des séminaristes ou novices en ligne, et ce, jusqu'à l'engagement définitif, pour ne pas bloquer une éventuelle reprise d'emploi et garantir l'exercice de la liberté du discernement.

Hiérarchie

L'éditeur accepte que le responsable du site ou webmaster modifie ou dépublie son contenu.

Chartes éditoriales de sites

[Diocèse de St Brieuc et Tréguier](#)

5. Convention typographique



Voici une convention typographique adaptée à un site chrétien qui souhaite recevoir des visiteurs non chrétiens. A personnaliser selon vos souhaits et à utiliser sur tous vos supports de communication imprimés pour permettre une diffusion bimedia : print et web.

Cohérence et fidélité

Le responsable du site veille à la cohérence du langage utilisé et explicite les différentes règles éditoriales qu'il diffuse aux auteurs. **Le tout est de définir une règle cohérente et de s'y tenir.**

Si vous souhaitez que votre charte typographique soit appliquée par tous les rédacteurs du site, nous vous conseillons de respecter 2 règles :

1. **Au plus rapide** : exemple : mgr plutôt que monseigneur.
2. **Au plus simple** : utiliser des règles implicites et usuelles.
Exemple : Titre sans majuscules accentuées, 'œ', 'æ' collés non nécessaires.

Abréviations et nombres

- **Monsieur s'écrit M.** (toujours en majuscules) ; en français, on n'écrit jamais *Mr*, qui signifie *Mister*. Par souci de proximité, on peut éviter la civilité en citant la personne directement par son prénom et nom et on précise le prénom des prêtres et des évêques : **mgr Dominique Rey**
- Mlle, Mlles, Mme, Mmes. **Mademoiselle s'écrit Mlle** et pas *Melle*.
- Pluriel : **Mlles, Mme, Mmes, MM.**
- Les nombres ordinaux s'abrègent ainsi : **1er, 1re, 2e, 3e.**
Erreur fréquente : 1ère, 2ème
- Les horaires et événements sont présentés toujours avec la même syntaxe. Exemple : **Mardi 31 janvier à 20h45.** On évitera les 00 après les heures (*20h00*) qui n'apportent rien.
- Tous **les textes sont rédigés au présent et non pas au futur**, pour éviter qu'ils deviennent obsolètes..

Acronyme

- Les acronymes ou sigles, constitués des premières lettres d'une série de mots de trois lettres et moins, s'écrivent en majuscules, sans point entre les lettres, ni à la fin ; au-delà, on peut passer en minuscules : **CEF (Conférence des évêques de France)**
- Les acronymes qui peuvent se prononcer « comme un mot » s'écrivent en minuscules **Benelux, Unesco** ; ceux qui s'épèlent restent en capitales **FLNC, BNP.**
- Dans une adresse, le mot **cedex** s'écrit en minuscules. Il n'y a pas d'espace entre les milliers et les centaines dans un code postal.
Erreur fréquente : 75 005 Paris CÉDEX 09
75005 Paris cedex 09

Doctrines religieuses et philosophiques

- Les doctrines, écoles, religions s'écrivent en minuscules : le catholicisme, le judaïsme, l'existentialisme, le communisme...
- Le nom des adeptes s'écrit en minuscules : **les catholiques, les chrétiens, les juifs, les musulmans, les communistes, les romantiques..**
- Les habitants d'une nation s'écrivent avec une majuscule : **les Américains, les Français...** mais pas l'adjectif : le béret français
- Les groupes politiques suivent les mêmes règles : le Parti communiste français, le Parti socialiste...

Eglise

- Le mot église s'écrit avec une minuscule initiale lorsqu'il désigne le lieu de culte, en tant qu'édifice (sans dimension symbolique) : **aller à l'église.**
- A l'inverse, le mot Église prend une majuscule lorsqu'il désigne la puissance symbolique, le pouvoir spirituel, l'ensemble des fidèles et la hiérarchie : **l'Église catholique, un mouvement d'Eglise.**

Epoques et régions

- Lorsqu'une époque ou une région a un nom propre, elle s'écrit avec une majuscule initiale : **le Tertiaire, le Quaternaire, la Renaissance, l'Antiquité, le Moyen-Age**

- Le **Moyen-Orient**...
- Le Carême (la période) ou carême (abstinence), la Semaine sainte, l'Avent

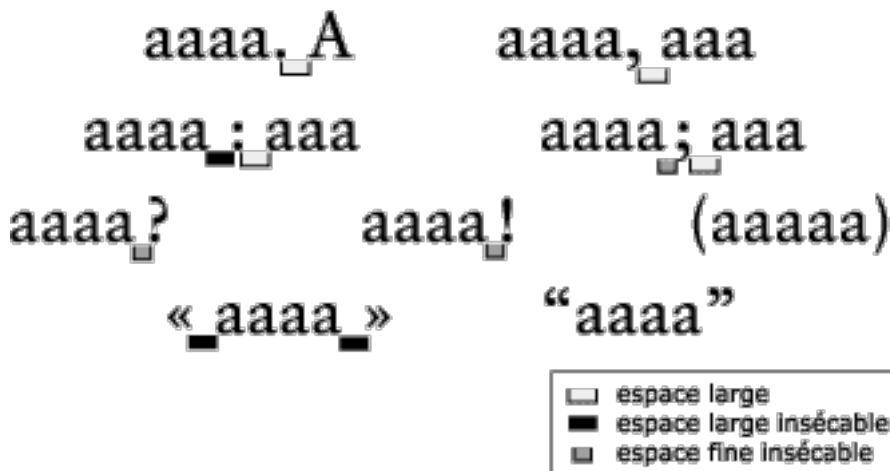
Fonctions officielles

- Les noms des fonctions s'écrivent sans majuscule initiale : **le pape, le ministre, le président de la République, le général, l'évêque, le curé, le vicaire, l'abbé, la soeur, le père, le frère, le supérieur.**
- On précède le prénom et le nom d'un bénédictin de dom : **dom Gérald** et de don pour les prêtres italiens ou de la communauté Saint-Martin car issue d'Italie : **don Camillo.**

Latin

- Les expressions latines passées dans le langage courant se composent directement en romain, parfois accentuées : **duplicata, memento, post-scriptum, médias ou media, ad hoc, idem, a priori, vice-versa...**
- Les abréviations « **cf** » et « **etc** » se composent en romain (caractères droits).
Erreur fréquente : etc...
- L'abréviation **etc.** n'est jamais suivie de points de suspension car ils ont le même sens : *les pommes, les poires, ...* et est toujours suivie d'un point **etc.**

Ponctuation



- **Les signes de ponctuation doubles ; : ? ! sont précédés d'un espace**, puis suivis d'une minuscule.
- Les signes de ponctuation simples (.) sont suivis d'un espace.
Hormis avec un ! ou un ?, un titre et un intertitre ne sont jamais ponctués.

Saint et noms propres

- Les saints historiques s'écrivent avec une minuscule et sans trait d'union : **saint Louis, sainte Gisèle, saint Nicolas...**
- Lorsque le mot saint est utilisé comme nom commun ou simple adjectif, il ne prend pas de majuscule : un saint reconnu par le Vatican, **saint Martin, un saint homme**, un lieu saint, contrairement aux **Lieux-Saints** (Palestine), au **Vendredi-Saint** lié à un lieu ou une date particulière... De même, on écrit **la mer Rouge, le mont Blanc.**
Les noms de ville s'écrivent avec des tirets et des majuscules sauf sur les pronoms ou articles servant de liaisons : **Sanary-sur-Mer, Six-Fours-les-Plages, le mont Faron, La Castille.**
Il n'y a pas de majuscule aux particules : **Mme de Rotschild**, mais il y a une majuscule aux autres mots intermédiaires : **Gilles Le Tourneur.**
- Saint prend une majuscule, suivie d'un trait d'union lorsqu'il entre dans la composition d'un nom propre (souvent construit à partir du saint d'origine) : **la place Saint-André-des-Arts, les feux de la Saint-Jean...**

- Exceptions : **le Saint-Père, le Saint-Office, le Saint-Siège, le Saint-Esprit, Jésus-Christ, l'Esprit-Saint, le Saint-Sacrement.**
- Pour éviter les erreurs, retenir que le saint d'origine, celui qui a été sanctifié : **saint Nicolas est le dénommé Nicolas qui est devenu saint.**
Lorsque des édifices ont repris ce nom, c'est devenu un nom propre ; l'ensemble s'écrit entièrement avec des majuscules initiales et un trait d'union : **la paroisse Saint-Louis...**

En savoir +

Résumé du [petit guide typographique d'Uzine.net](#)

Pour *Bibliographie, Citation, Courriel, Date, Fête, Habitant, Notes de bas de page, Siècle*, voir notre [convention typographique in extenso](#)



Convention typographique in extenso

6. Ecrire sur le web pour communiquer l'Évangile à tous

<http://blog.bonnenouvelle.fr/Ecrire-sur-le-web-pour-communiquer-l-Evangile-a-tous.html>

Comment écrire pour le web dans un langage clair et accessible aux non-chrétiens ?

Le principe d'une écriture accessible à tous est l'empathie, se mettre à la place de l'autre, comme si on s'adressait à un étranger ne parlant pas notre langue. La logique est celle de l'intégration ou de l'inclusion.

Votre contenu doit être écrit dans un langage aussi universel que l'Évangile.

Toujours garder à l'esprit que le contenu doit pouvoir être lu, compris et intégré par une personne en recherche ayant peu ou pas de culture religieuse sans générer de sentiment d'exclusion afin que la personne se sente bien accueillie et comprise telle qu'elle est, au point où elle en est.

Se former à la rédaction missionnaire

Les parcours Alpha ont développé une charte éditoriale qui respecte toujours deux cibles et deux objectifs :

1. Donner envie aux non-chrétiens ou aux recommençants d'engager une démarche de découverte de la foi chrétienne
2. Motiver des chrétiens pour qu'ils posent des actes d'annonce de l'Évangile et organisent des événements accueillant des non-chrétiens.

Pour vous former à ce style d'écriture, **vous inscrire à quelques newsletters gratuites** très bien écrites :

- [Conférence des évêques de France](#)
- [Diocèse de Paris](#)
- [Paroisse Saint-André \(Reims\)](#)
- [Paroisse de Saint-Pothin \(Lyon\)](#)
- ou lire régulièrement le journal [L'1visible](#) destiné aux non chrétiens et
- **les tweets du pape François**

Un vocabulaire ouvert pour des concepts accessibles à tous

Éviter les termes faisant référence à un vocabulaire d'initiés, en particulier dans les titres, les expliquer lors de leur première utilisation dans la page.

Exemple : parler dans le titre de Préparer son baptême, puis la première fois dans le texte "**des**

candidats au baptême, les catéchumènes", puis "de catéchumènes".

Introduire les concepts qui demandent une certaine culture religieuse, parler de "**La fête de sainte Marie, Immaculée Conception**" plutôt que directement d'"*Immaculée conception*" et prendre soin d'expliquer qui est "l'Immaculée conception" et ce qu'est un dogme...

Eviter la communication auto-référentielle

[Les Inconnus - Les Langages Hermétiques \(Des Inconnus\)](#)

par [lesinconnusVEVO](#)

Bannir le jargon, du type *Pastorale diocésaine des jeunes* (demandez pour voir à votre responsable la définition du mot *Pastorale*...) qui exclut *de facto* les personnes n'ayant pas accès à ce niveau de vocabulaire, voire qui éloigne les cibles susceptibles d'être intéressées, en l'occurrence, les jeunes.

- Chercher à traduire en langage ouvert le jargon. *Pastorale diocésaine des jeunes du Var* peut se traduire par *Jeunes catholiques du Var*.

Bétisier du web catho

- Doyennés, CPM, EAP, etc.
- Un contre-exemple de titre : *Récollection du MCR*

Expliciter les acronymes avant de les citer, on écrira Catéchisme de l'Eglise catholique (CEC), puis on parlera du Catéchisme, de même Compendium de la doctrine sociale de l'Eglise catholique (CDSE), puis du Compendium, plutôt que du CDSE.

Tout le monde ne sait pas que le *CPM* est le Centre de préparation au mariage ou encore que le "doyen" est l'animateur des paroisses d'un secteur ou d'une ville. Dans le langage courant, "doyen" signifie le plus âgé...

Eviter le latin sans traduction, toujours le faire suivre de sa traduction en langue vernaculaire par charité pour les moins de 40 ans.

Eviter la majusculte, maladie très catholique qui gêne la lecture, et les termes ou superlatifs réservés aux initiés ou truffés de majuscules très "catho ghetto".

- Exemples : "*Sa Sainteté*", le "*Très Saint-Père*", la "*Très Sainte Vierge*"; parler tout simplement du **pape François** - ou encore mieux l'appeler par son nom ; **François** - et de **la Vierge Marie** ou **Marie, mère de Dieu**.

De même, dans un texte qui parle d'une personne de la Trinité ou de la Vierge Marie, on écrira Dieu, le Fils, le Saint-Esprit, le Père, la Vierge Marie, Marie Reine, mais on évitera les majuscules sur les pronoms. Contre-exemple : "*Jésus est Amour. Vous L'aimerez de tout votre coeur ainsi que Sa mère*".

Préférer parler d'annonce de l'Evangile plutôt que d'évangélisation dont le substantif peut être ressenti par un non-chrétien comme une volonté d'endoctrinement ou du prosélytisme.

Toujours citer l'auteur des livres de la Bible en entier

"Mi" est incompréhensible pour un non-chrétien qui pense à Mickey et pour de nombreux croyants, alors que "**du livre de Michée**" l'est un peu plus...

Se faire relire pour évaluer l'attractivité de son contenu par des néophytes, catéchumènes, invités au parcours Alpha, votre grand-mère.

7. Rédiger du contenu adapté au web

<http://blog.bonnenouvelle.fr/Rediger-du-contenu-adapte-au-web.html>

Comment rédiger titres et chapeaux pour être trouvé sur les moteurs de recherche ?

Le meilleur moyen d'intéresser de très nombreux visiteurs.

1. Style journalistique et simple

- Utiliser un style objectif, factuel, très concret. Le texte est informatif avant d'être convaincant ou littéraire.
- Ecrire au présent, sous forme active et non pas passive.
- Adressez-vous au lecteur avec respect en le vouvoyant sous une forme directe et personnelle. "Vous pouvez..." est toujours mieux que "Les usagers du service ont le droit de..."
- Utiliser un vocabulaire simple, voire pauvre, sans jargon, ni abréviations afin d'être certain d'être compris par tout type de visiteur.
- Une seule idée maîtresse par phrase. Des phrases courtes.
- Une structure claire et logique.
- Idées, mots, phrases ou mentions inutiles sont à bannir.
- Si vous devez faire mention de concepts abstraits, expliquez-les par des exemples concrets ou des comparaisons.

Ecrire pour le web en vidéo

9 minutes, pour découvrir les bonnes pratiques d'écriture pour le Web, la mise en valeur des contenus et la question du référencement dans les moteurs de recherche par [Xavier de Mazenod, Adverbe](#)

2. Ecrire pour être lu facilement sur un écran

Mettre en forme le contenu pour être lu facilement sur un écran, aider l'oeil à se fixer et permettre la lecture « zapping »



Sur internet, la plupart des textes ne sont pas lus en entier ; seuls 16% des internautes lisent les textes mot à mot. Les lecteurs du web « scannent » les pages, scrollent, cherchent du regard les informations qui les intéressent. 80% du texte est lu en diagonale, 20% lu en mot à mot ; c'est la « lecture zapping ». Les informations importantes et intéressantes ont donc tout intérêt à être bien mises en valeur, à être claires et concises : on considère qu'un humain a une faculté de mémorisation de 15 à 20 mots.

L'« eye-tracking » (mesure du mouvement des yeux) montre que l'internaute lit en « F ». Les zones les plus visibles et les plus lues sont celles qui se trouvent en haut et à gauche de l'écran.

Les zones en rouge-orange sont celles qui focalisent l'attention de l'internaute ; les croix violettes sont les points d'arrêt de l'œil.

En moyenne, en France, les internautes passent 41 secondes sur une page et n'ont besoin de que de 3/10ème de seconde pour scanner un site !

Taille des textes

- Titre : 20 signes, soit 2-3 mots
- Chapeau ou intro : 200-300 signes
- Texte : minimum 20 lignes et une illustration

Ordre de rédaction d'une page web

Au-delà d'une page A4, l'article sera illustré avec une photo et un intertitre toutes les 25 lignes.

1. Texte
2. Infos pratiques à la fin
3. Intertitres entre les paragraphes, citation, texte en gras, trait de séparation...
4. Chapeau ou intro
5. Titre
6. Se relire pour réduire son texte

Pour des raisons de lisibilité, **l'italique et les textes en majuscules sont proscrits**. L'italique est réservé aux mots en langue étrangère (dont le latin) et aux intitulés de livres ou d'oeuvres.

3. Adapter la mise en page à la lecture sur écran

Titres et chapeaux

- **Titrer son article avec les mots clés saisis sur Google** pour trouver votre article et composer son chapeau une fois la rédaction de l'article terminée.
Le titre est court et informatif, de préférence attractif en évitant le second degré. Si l'article est repris (par flux RSS, partage sur les réseaux sociaux...), c'est le titre qui est diffusé : il doit donc pouvoir vivre indépendamment. Idem pour le chapeau
Un titre ne comporte jamais de ponctuation sauf un ? ou un !
- Le chapeau introduit et donne envie de lire l'article ; il répond aux questions : Qui ? Quand ? Où ?
Quoi ? Pourquoi ? Comment ?

Intertitres pertinents, encadré, exergue

Chaque élément de la "titraille" doit pouvoir être lu de façon autonome sans avoir à lire les autres titres et le texte. Pas d'intertitre implicite qui suppose d'avoir lu le titre pour pouvoir être compris.

L'intertitre toutes les 20 lignes peut utilement reprendre une citation de l'article pour mettre en relief une idée-force.

Penser à **aérer votre texte avec des sauts de paragraphe, des listes à puces ou des listes numérotées, des citations, des traits, des images**, etc.

Le recours aux citations et aux encadrés permet de mettre en exergue un texte important ou de servir d'encadré.

Le gras ou style stabilo pour permettre la lecture rapide

Exemple : « **Une société qui ne réussit pas à accepter les souffrants** et qui n'est pas capable de contribuer, par la compassion, à faire en sorte que la souffrance soit partagée et portée **est une société cruelle et inhumaine**. », nous dit Benoît XVI dans l'encyclique (*Spe salvi* n. 38).

4. Favoriser le référencement

En plus des titres, chapeaux, intertitre et texte en gras, l'intitulé des liens et le nommage des pièces jointes favorisent le référencement de votre site.

Intitulés des liens

Vos intitulés de liens externes sont composés des mots-clefs utilisés sur un moteur de recherche . Eviter de faire un lien sur "*cliquez ici*", incompréhensible pour Google.

Votre intitulé sera précis et rédigé en langage naturel ; vous préférerez "[le site du diocèse de Fréjus-Toulon](#)" à "[le site du diocèse](#)".

Pour aider le visiteur à trouver le contenu qu'il cherche, nous vous invitons à mettre les liens vers les sites qui permettent d'approfondir votre article dans le champs *Post-Scriptum* et à les précéder d'un tiret suivi d'un espace.

Nommage des pièces jointes

Avant d'ajouter des documents joints à vos articles (exceptés les photos à voir en galeries-photos), nommez vos fichiers de façon intelligible pour l'internaute afin que l'intitulé lui laisse deviner son contenu sans avoir à l'ouvrir et de séparer les mots par des tirets pour qu'ils puissent être référencés par les moteurs.

- Erreur : *fjp20112.pdf*
- Bon exemple : **infos-paroissiales-Chatou-2011-08.pdf**

Statistiques

Si vous êtes administrateur du site, nous vous conseillons de consulter les statistiques et les mots clés utilisés (Voir Liens entrants) de votre site, au moins une fois par semaine pour comprendre les attentes de vos visiteurs.

De même que l'échange de liens avec des sites de référence améliore votre référencement.

Notes

[1] pour calculer le nombre de signes avec Word, sélectionner le texte à mesurer avec la souris, puis Outils/Statistiques