

» CHARTE EDITORIALE SGDF.FR

Version février 2021

AVANT-PROPOS

Le contenu web est scanné. Pas lu. L'écriture pour le web est complètement différente de l'écriture d'un article papier. Il faut placer vos points les plus importants toujours en premier. C'est la meilleure façon de susciter l'intérêt d'un internaute.

LES CIBLES DU SITE

PARTIE INSTITUTIONNELLE

Pour qui ?

- Les potentiels adhérents (enfants, adolescents) et leurs familles à la recherche d'informations
- Les institutions de jeunesse
- Les partenaires et les potentiels partenaires
- Les donateurs et mécènes
- Les journalistes et les influenceurs plus globalement

Pour quoi ?

Faire connaître les buts et principes du scoutisme, les activités organisées et **valoriser** ce qui est vécu dans l'association en général et le bénévolat en particulier pour **recruter**.

Quoi ?

- **Comprendre** - Des pages froides de **présentation de l'association** en général : projet éducatif, proposition spirituelle, partenariats, dimension internationale, chiffres clés...
Pour faire connaître les objectifs du scoutisme dans le monde et la vision de l'association
- **Suivre** - **Des articles d'actualité** pour illustrer la vie de l'association, le projet éducatif et le bénévolat : événements, portraits, retour sur des activités...
- **Participer** - **Des parties pratiques, des contacts** pour devenir adhérent/partenaire/pour contacter le service presse



Comment ?

- **Ton institutionnel** du fait d'une cible variée
- **Vouvoiement**
- **Aucun jargon** scout, du contenu compréhensible par tous
- Des **formats variés** pour faciliter la lecture et donner envie de lire plusieurs articles : micros-trottoirs / portraits / reportage...
- Des **formats pluri médias** pour avoir un bon référencement et coller aux pratiques web actuelles : insérer des photos / vidéos, et utilisation du format « immersion »
- Des articles d'**au moins 1500 signes à 3000 signes**

PARTIE CHEFS ET CADRES & RESSOURCES

Les adultes bénévoles adhérents au mouvement, dans les groupes et les territoires

- Les chefs et cheftaines
- Les compagnons
- Les accompagnateurs Compagnons
- Les responsables Farfadets
- Les responsables de groupe et leurs équipes
- Les parents des farfadets
- Les aumôniers
- Les membres des équipes territoriales
- Les membres des équipes nationales

Pour quoi ?

- **Faire connaître** aux bénévoles les **outils** utiles à leurs missions et les **bonnes pratiques pour les accompagner dans leurs missions**
- **Donner des repères sur les grands projets et les orientations prioritaires du mouvement** pour aider les bénévoles à les appliquer/les mener dans leurs groupes et territoires
- **Donner tous les éléments** aux bénévoles **pour préparer l'Assemblée générale**
- **Valoriser** l'engagement et les actions des bénévoles
- Faire connaître **les différentes opportunités** qui s'offrent à eux personnellement en tant que scout et à leur groupe/leur territoire (partenariats privilégiés / événements nationaux...)

Quoi ?

- Des articles de présentation des outils / des partenariats / des événements scouts ou non à venir et auxquels les bénévoles peuvent participer avec leurs groupes ou en tant qu'adhérent
- Des articles de partage de bonnes pratiques, de retours d'expérience, valorisants pour les bénévoles qui les ont menés
- Des liens vers les plateformes spécifiques de la galaxie sgdf (doc en stock / sites de branches...), où les bénévoles pourront trouver des outils supplémentaires



Comment ?

- Un ton plus connivent, utilisation des termes internes et tutoiement possible
- Des **formats courts pour faciliter la lecture car il s'agit d'articles avant tout pratiques, on est moins dans la narration que dans l'espace externe. Articles de 1200-1800 signes.**
- Des **articles illustrés** (photos / vidéos) pour avoir un bon référencement
- **Une plateforme Ressources gérée en collaboration** avec les autres services salariés pour proposer une plateforme riche et à jour

REGLES REDACTIONNELLES

L'écriture pour le web est complètement différente de l'écriture d'un essai ou d'un article version papier. Vous devez placer vos points les plus importants toujours en premier. C'est la meilleure façon d'hameçonner un internaute. Une fois qu'ils ont compris ce que vous faites, ce que vous proposez, et si ça les intéresse, alors ils décideront s'ils veulent aller plus loin.

- Mettez-vous à la place de vos visiteurs : afin de rendre votre site le plus efficace, clair et pertinent possible. La question à garder toujours en tête : « *Est-ce que le contenu de mon site est assez intéressant pour être proposé à mes visiteurs ?* »
- Rédigez vos contenus avec des mots-clés pertinents : pensez aux requêtes qui pourront être liées à votre article et définissez ainsi les mots-clés importants.

Choix du sujet :

Abordez un seul sujet.

Prendre en compte les lois de proximité : une information est plus ou moins importante vis-à-vis de sa proximité par rapport au lecteur.

Préparer la rédaction :

- Recherchez les mots-clés et synonymes. En inclure dans le contenu permet d'améliorer le référencement naturel. Je conseille d'avoir un mot-clé principal, puis 2 à 3 mots clés secondaires.
- Imaginez ce que votre audience pourrait écrire dans un moteur de recherche pour tomber sur votre page.
- Définissez un thème principal, cela vous aidera à choisir vos mots-clés. Il peut s'agir aussi d'expressions composées de plusieurs mots.
- Rédigez de façon complètement naturelle avec votre cible en tête et faites-en sorte de répondre à toutes les questions et objections qu'elle pourrait avoir.



LE TITRE

Sur le web il ne faut pas confondre le titre d'une page web visible dans la barre du navigateur (balise <title>) avec le titre d'un article visible dans le contenu (balise <h1>). Le premier n'est pas visible sur la page mais est très utile pour le référencement. Le deuxième à un impact pour les visiteurs car c'est la première chose qu'ils liront.

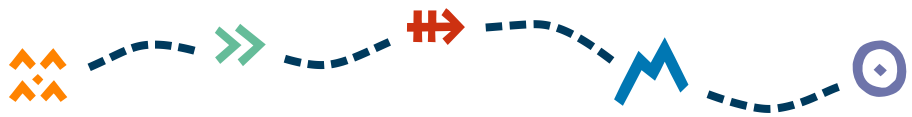


- Le titre doit être facilement compris
- Le titre doit être facilement compris
- Ne pas être trop long (65 caractères maximum)
- Avec les mots-clés importants au début.
- Choisir entre un titre informatif ou incitatif. L'informatif permet d'améliorer l'ergonomie tandis que l'incitatif permet d'améliorer l'apport de visiteur depuis d'autres sites (exemple : réseaux sociaux).
- Parfois, reformuler les groupes de mots-clés afin d'avoir un meilleur référencement. Par exemple pour améliorer le référencement sur "rédacteur web" il faut remplacer le titre "rédacteur : un nouveau métier sur le web" par "rédacteur web : un nouveau métier"



LE CONTENU DE L'ARTICLE

- Vos titres doivent être clairs et contenir les mots-clés les plus importants qui résument le thème de la page ou du site, en 65 caractères maximum.
- Abordez un seul sujet.
- Utiliser la méthode QQQCCP (Qui fait Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Combien ? Et pourquoi ?)
- Une idée par paragraphe
- **Aller à l'essentiel avec des phrases courtes (12 mots environ) et des paragraphes courts**
- **Balisateur sémantique : découper l'article en petits paragraphes avec plusieurs niveaux de titres (titre 2, titre 3, etc.)**
- Avoir un contenu unique. Il faut plutôt paraphraser que de faire du copier/coller
- Vos mots clés, ils doivent se retrouver dans le contenu de vos pages (dans les titres au moins 1 mot-clé dans chaque paragraphe.
- Éviter les termes trop techniques, les abréviations
- Privilégier la voix active à la voix passive
- **Les chiffres ne doivent pas être écrits en lettres**
- **Pas d'usage du point médian**
- **Pour parler des Scouts et Guides de France, utiliser « le mouvement » dans la partie chefs et cadres et « l'association » dans la partie institutionnelle**
- Éviter les métaphores
- Adapter le style à son audience. **Utiliser la 1ère personne du singulier pour un article très personnel, la 2ème personne du pluriel pour des tutoriaux, un style impersonnel pour un site éditorial ...**
- **La longueur minimum souhaitée est de 200 mots (avec au moins 1 sous-titre) et le maximum 1500 mots.**



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur Sed non risus. Suspendisse lectus tortor, amet, adipiscing nec, ultricies sed, dolor, odio eu enim. Pellentesque sed tui ut augue sodales. Vestibulum ante ipsum primis in luctus et ultrices posuere cubilia. Maecenas ante non diam sodales hendrerit. Ut velit sed, gravida nec, ornare ut, mi. Aenean ut suscipit pulvinar. Nulla sollicitudin. Fusce non tempus aliquam, nunc turpis tempus sapien eros vitae ligula. Pellente nunc et augue.



1 seul bloc de texte
Moins de place en hauteur

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur Sed non risus. Suspendisse lectus tortor, amet, adipiscing nec, ultricies sed, dolor.

Aliquam nibh

Praesent blandit odio eu enim. Pellentesque sed augue blandit sodales. Vestibulum ante ipsum faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia.

Maecenas adipiscing ante non diam sodales velit mauris, egestas sed, gravida nec, ornare ut, Aenean ut orci vel massa suscipit pulvinar.

Integer tortor tellus

Fusce varius, ligula non tempus aliquam, nunc ullamcorper nibh, in tempus sapien eros.



- Balisage sémantique
- Texte aéré
- Facilité de lecture

- Le chapô : le mettre en gras ou en dans une police un peu plus grosse, en 2 ou 3 lignes maximum et accrocheur qui donne envie de lire la suite.
- Si le texte devient trop long, il faut songer à le découper sur plusieurs pages / article et en faire un gros dossier thématique par exemple
- Mettre en forme le contenu (gras, italique, liste à puce ...)
- Citez vos sources ! Un contenu de qualité s'appuie sur des références qualitatives. Sur-tout si elles mènent vers des sites de confiance, qui font autorité dans votre domaine.
- Astuce : sur le web un contenu peut facilement être intemporel à condition d'éviter les mots temporels tel que "aujourd'hui", "demain" ou "cette année".
- Placer le contenu important au-dessus de la ligne de flottaison (trait rouge) :



rechercher

BÉNÉVOLAT : 27000 ENGAGEMENTS VOLONTAIRES AU SERVICE DE LA JEUNESSE

Les Scouts et Guides de France comptent aujourd'hui plus de 27 000 bénévoles. Educateurs, éducatrices, cadres, animateurs et responsables donnent en moyenne 500 heures par an pour faire vivre le scoutisme à 61 000 jeunes. Leur engagement est une richesse essentielle pour l'association. A l'occasion de la journée internationale du bénévolat, certains de bénévoles témoignent des raisons de leur engagement.

« Je me suis toujours sentie entourée dans ma mission bénévole »



« Je suis scoute depuis mes 6 ans. Après avoir passé tant d'années en tant que jeune, il m'a semblé naturel de continuer l'aventure en me mettant au service de l'association en tant que bénévole. J'ai commencé par encadrer des 8/11 ans, puis des 11/14 ans pour finir par les 14-17 ans, ce qui m'a permis de découvrir la richesse des différentes tranches d'âges. J'ai ensuite intégré l'équipe nationale des 14-17 ans, avec une seconde mission bénévole sein de la proposition des Scouts et Guides de France pour les adultes en situation de handicap mental.

Au fil des années, je me demande parfois pourquoi je continue alors que c'est un réel engagement qui prend du temps et de l'énergie. Puis je me rappelle tous les beaux moments que j'ai vécu ! L'association m'a beaucoup apporté par les expériences et les rencontres que j'ai pu faire en camp, en formation... Et par les compétences que j'ai acquises par la gestion de projets, l'animation d'une équipe, la prise de responsabilité... Ces compétences me sont utiles désormais au quotidien dans mon travail.

Quant aux rencontres, elles m'ont permis de tisser des vrais et solides liens d'amitié qui durent dans le temps ! Dans ma mission de bénévole, je ne me suis jamais sentie seule. J'ai toujours été entourée d'une équipe, de personnes ressources pour m'aider et me soutenir. Une vraie force qui m'a relevée plus d'une fois ! Et pour finir, je pense que c'est aussi une façon d'être utile pour aider à rendre ce monde un peu meilleur. »

Suzon, bénévole dans l'équipe nationale en charge des 14-17 ans et dans la proposition pour les adultes en situation de

- Insérer des images en rapport avec la thématique de l'article : 1 en introduction et 2 dans le corps de l'article





LES LIENS

- Mettre des liens vers des pages internes du site, cela améliore le référencement.
- Les liens externes sont aussi bénéfiques pour le référencement. Ils doivent pointer sur des sites de qualité.

LES IMAGES/PHOTOS

- **Limiter le poids de l'image** (150 à 400Ko maximum)
- Garder une **bonne qualité**
- Insérer des images en rapport avec la thématique.
- Rédiger un **texte alternatif** (indispensable pour l'accessibilité et le référencement). Si nécessaire, rédiger aussi une légende
- Attention à la licence des images (copyright, domaine public ...). Si vous ne trouvez pas le type de licence pour une image, c'est toujours par défaut la propriété intellectuelle qui l'emporte

ACCESSIBILITE

- Les textes en italique ou majuscules sont plus difficiles à lire. Il faut les utiliser avec parcimonie
- Le texte justifié est à éviter car compliqué à lire pour certaines personnes avec des déficiences
- Le contenu doit être simple à comprendre et composé de petites phrases pour faciliter la lecture des lecteurs avec une déficience cognitive
- **Eviter le point médian :**

Ces agissements ne sont pas acceptables. En effet, cette syntaxe est problématique à plusieurs titres :

-Non exploitable et incompréhensible par les personnes malvoyantes, aveugles du fait de la présence du point médiant lu comme le mot « point » en plein milieu de la phrase. Ceci dénaturant le sens de la phrase lue. En effet il convient de rappeler qu'1,7 millions de nos concitoyens sont à ce titre concernés (=2.5% de la population)

- Elle n'est par ailleurs pas exploitable non plus pour les étudiants souffrant de troubles spécifiques des apprentissages (dyspraxie, dyslexie, ...) Son adoption par certains éditeurs de manuels scolaires (Hatier notamment), interpelle, étant donné le frein supplémentaire d'entrée dans les apprentissages que cela représente. C'est ici 7% d'une classe qui est pénalisée au quotidien

Il n'y a donc là aucune démarche inclusive. Cette graphie et les méthodes utilisées afin d'en faire la norme sont contraires à une démarche d'inclusion.



Extrait du communiqué de presse du 9 février 2021, de l'Association pour la Prise en compte du Handicap dans Les politiques Publiques et Privées (APHPP)

- **Attention :** l'accessibilité web ne consiste pas à penser uniquement aux lecteurs avec des déficiences visuelles. Il y a aussi des lecteurs avec des déficiences moteurs, cognitives, auditives
- Une bonne lecture sur mobile est un atout phare pour les moteurs de recherche. Vous devrez donc penser votre format sur les 2 supports.

RELECTURE ORIENTÉE SEO

Vous allez maintenant faire en sorte de respecter cette checklist SEO :

- Vérifiez que le mot-clé est présent dans le titre ;
- Dans l'introduction également ;
- Dans un des intertitres (au passage, vérifiez que vos intertitres utilisent la balise H2) ;
- Dans le nom de vos images ;
- Utilisez la mise en gras et italique sur l'expression avec parcimonie ;
- Rédigez un titre avec l'expression principale et les expressions secondaires ;
- Rédigez une meta-description qui donnera envie de cliquer pour lire votre article ;
- Optimisez l'url de votre page, elle doit contenir également le mot-clé ;
- Intégrez également l'expression principale de votre article dans la balise alt de vos images.
- Facilitez le maillage interne : ajoutez dans le corps de votre texte des liens vers d'autres pages du site



FONCTIONNEMENT

LES DIFFERENTS ROLES SUR WORDPRESS

- **Administrateur** : Accès à toutes les fonctionnalités du site
- **Editeur** : Peut publier et gérer les pages ainsi que celles des autres utilisateurs
- **Auteur** : Peut publier et gérer ses propres articles uniquement et ajouter des photos
- **Contributeur** : Peut écrire et gérer ses propres articles mais ne peut pas les publier ni ajouter de photos

En tant que rédacteur, vous avez par défaut le rôle de contributeur.

Un contrôle « qualité » des articles est effectué mensuellement par le service communication.