

Référentiel de conformité de  
Sobriété éditoriale  
Condensé



<b>Contenu</b>	<p>Cette liste de bonnes pratiques est extraite du référentiel initialement publié par Ferréole Lespinasse / Cyclop Éditorial chez Publishroom sous le titre "Sobriété éditoriale, le guide pour écoconcevoir vos contenus " en mai 2025.</p>
<b>Licence</b>	<p>Licence CC BY-NC-ND 4.0</p>
<b>Utilisation</b>	<p>Ce référentiel est publié sous licence CC BY-NC-ND 4.0 - Cela signifie que vous pouvez l'utiliser, sans le modifier, en mentionnant @Cyclop Éditorial. Vous ne pouvez pas l'utiliser à des fins commerciales. Vous avez l'obligation de transmettre ce document en l'état, sans modification, intégralement, en incluant les informations contenues sur cette page. CC BY-NC-ND 4.0 Attribution - Utilisation non commerciale - Pas d'œuvre dérivée 4.0 International. Le contenu du référentiel publié chez Publishroom est protégé par le droit d'auteur (<a href="http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm">http://www.culture.gouv.fr/culture/infos-pratiques/droits/protection.htm</a>).</p>
<b>Titre du document</b>	<p>Référentiel de conformité de sobriété éditoriale</p>
<b>Version</b>	<p>2</p>
<b>Autrice principale</b>	<p>Ferréole Lespinasse</p> <p><b>Relecture des bonnes pratiques avec un collectif composé de</b></p> <p><a href="#">Marie Bastide</a> <a href="#">Virginie Eidel</a> <a href="#">Muriel Gani</a> <a href="#">Bérangère Leyritz</a> <a href="#">Sébastien Rufer</a></p> <p><b>Relecture de l'ensemble du livre par un comité de lecture composé de</b></p> <p><a href="#">Aurélie Baton, Designers éthiques</a> <a href="#">Isabelle Canivet, Yellow Dolphins</a> <a href="#">Christophe Clouzeau, expert RGESN</a> <a href="#">Bela Loto, point de M.I.R.</a> <a href="#">Thomas Mesplede, AGIT</a> <a href="#">Sophie Provost, INR</a></p> <p><b>Création et maintenance du dépôt de données contenant les fichiers d'échange de données (JSON, YML, ...) permettant l'accès au référentiel par des API</b></p> <p><a href="#">Bertrand Keller, expert accessibilité et numérique responsable</a></p>

BP Cyclop Éditorial	Étape	Catégorie	Mot-clé	Bonne pratique	Objectifs	Règle de validation	Note - Mise en œuvre = 1 Non mise en œuvre = 0 Non concernée = NC	Facilité de mise en œuvre - Facile = 3 Standard = 2 Difficile = 1	Capacité à réduire la charge mentale - Importante = 3 Moyenne = 2 Faible = 1	Priorité de mise en place - Prioritaire = entre 5 et 6 Conseillé = 4 Non Prioritaire = entre 3 et 2	Id GreenIT.fr	Réf. Cyclop Éditorial - édition 1
<b>Parcours utilisateur</b>												
10	Structuration des contenus	Information	Intention visite	<b>La page d'accueil répond aux intentions des publics les plus courantes.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire gagner du temps à l'utilisateur, en lui apportant la réponse à sa question</li> <li>• Faciliter le parcours utilisateur dans le site</li> <li>• Identifier des parcours utilisateurs qui démarrent par la page d'accueil.</li> </ul>	La page d'accueil propose un affichage et un accès direct aux informations les plus visitées sur le site.		2	3	5	5101	9
11	Structuration des contenus	Navigation	Menu	<b>Les menus sont clairs et compréhensibles.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer un accès simple à ses contenus</li> <li>• Guider l'utilisateur en facilitant sa navigation dans les rubriques.</li> </ul>	Le menu comporte des mots significatifs, concis et précis.		2	3	5	5102	10
12	Structuration des contenus	Navigation	Pied de page	<b>Le pied de page est utile pour l'utilisateur et complémentaire au menu.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aider à la navigation</li> <li>• Renseigner l'utilisateur avec des informations utiles et nécessaires, où qu'il soit en train de naviguer dans le site.</li> </ul>	Le pied de page ne répète pas le menu et comporte les essentiels : mentions légales, déclaration d'accessibilité (si soumis à la loi), déclaration environnementale, politique de confidentialité des données.		2	1	3	5103	11
13	Structuration des contenus	Navigation	Fil d'Ariane	<b>Un fil d'Ariane guide l'utilisateur.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faciliter la navigation et renseigner le chemin parcouru</li> <li>• Accéder facilement aux pages de niveau supérieur</li> <li>• Indiquer où se situe la page en cours de consultation dans l'architecture du site</li> <li>• Optimiser le référencement du site.</li> </ul>	Un fil d'Ariane existe et reflète le menu de navigation.		1	3	4	5104	12
14	Structuration des contenus	Navigation	Sommaire	<b>Les pages de navigation contiennent un sommaire des niveaux inférieurs.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faciliter la navigation entre les pages</li> <li>• Faciliter l'accès aux pages des niveaux inférieurs, notamment sur mobile</li> <li>• Apporter à l'utilisateur une vision globale susceptible de lui faire gagner du temps en lui évitant les clics inutiles</li> <li>• Favoriser le référencement.</li> </ul>	Toutes les pages comportant un niveau inférieur contiennent un sommaire permettant d'accéder à ces sous-pages.		2	1	3	5105	13
37	Optimisation des contenus	Navigation	Lien	<b>Les libellés des liens de navigation sont évidents.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guider la navigation</li> <li>• Simplifier le passage à l'action</li> <li>• Éviter le doute.</li> </ul>	Les liens de navigation de même nature sont écrits de manière identique.		2	3	5	5106	34
38	Optimisation des contenus	Balise HTML	Référencement	<b>Les pages sont optimisées pour le référencement.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assurer de la bonne indexation de la page</li> <li>• Favoriser la trouvabilité de la page pour répondre au mieux à l'intention de recherche.</li> </ul>	Toutes les pages comportent une balise Title et une balise Metadescription renseignées.		2	2	4	5107	35
39	Optimisation des contenus	Balise HTML	Title	<b>La balise Title annonce l'objectif de la page.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier le contenu de la page</li> <li>• Répondre à l'intention de recherche</li> <li>• Accrocher pour susciter le clic.</li> </ul>	La balise Title contient le mot clé principal de la page.		2	2	4	5108	36
40	Optimisation des contenus	Balise HTML	Metadescription	<b>La balise Metadescription décrit le contenu de la page.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier le contenu de la page</li> <li>• Répondre à l'intention de recherche</li> <li>• Accrocher pour susciter le clic.</li> </ul>	La balise Metadescription résume le contenu de la page et incite le lecteur à la consulter.		2	2	4	5109	/
41	Optimisation des contenus	Navigation	Maillage	<b>Les liens présents dans le contenu sont pertinents.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faciliter l'accès à l'information pour le lecteur</li> <li>• Lui permettre une vue d'ensemble exhaustive sur un sujet</li> <li>• Hiérarchiser l'accès à l'information, suivant sa progression dans la découverte du contenu.</li> </ul>	Les liens présents dans le texte sont en rapport avec le sujet traité.		3	2	5	5110	37

BP Cyclop Éditorial	Étape	Catégorie	Mot-clé	Bonne pratique	Objectifs	Règle de validation	Note - Mise en œuvre = 1 Non mise en œuvre = 0 Non concernée = NC	Facilité de mise en œuvre - Facile = 3 Standard = 2 Difficile = 1	Capacité à réduire la charge mentale - Importante = 3 Moyenne = 2 Faible = 1	Priorité de mise en place - Prioritaire = entre 5 et 6 Conseillé = 4 Non Prioritaire = entre 3 et 2	Id GreenIT.f r	Réf. Cyclop Éditorial - édition 1
<b>Singularité de l'organisation</b>												
1	Caractérisation de l'organisation et du contenu	Message	Singularité	<b>La présentation de l'organisation est singulière.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire émerger ce qui rend l'organisation unique, ce qui la singularise et la distingue d'une autre organisation</li> <li>• Limiter la possibilité de rendre cette organisation comparable à d'autres.</li> </ul>	La présentation de l'organisation ne peut s'appliquer à une autre.		1	3	4	5201	1
2	Caractérisation de l'organisation et du contenu	Information	Preuve	<b>Les engagements de l'organisation sont vérifiables.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Établir les bases d'une relation de confiance entre l'utilisateur et l'organisation</li> <li>• Matérialiser les engagements de l'organisation, de manière concrète et tangible, pour répondre aux besoins de transparence des publics.</li> </ul>	Les promesses, les arguments et les annonces sont accompagnés d'informations factuelles - chiffres, témoignages, preuves sociales, indicateurs, etc.		2	3	5	5202	2
3	Caractérisation de l'organisation et du contenu	Message	Cohérence	<b>Le discours est cohérent dans toutes les prises de parole de l'organisation.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trouver l'alignement de l'organisation entre ses propos et ses actes.</li> </ul>	Les différentes prises de parole - sites web, newsletter, page de présentation sur les réseaux sociaux, supports imprimés - ne présentent pas de contradiction.		2	3	5	5203	3
4	Caractérisation de l'organisation et du contenu	Message	Objectivité	<b>Le message global de chaque support recherche l'objectivité.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informer les publics avec objectivité</li> <li>• Éviter les biais cognitifs</li> <li>• Incarner une communication éthique et sincère</li> <li>• Conforter la légitimité des prises de parole de l'organisation.</li> </ul>	Les informations mentionnées dans le support vous permettent-elles de construire une représentation du sujet, concrète, factuelle et objective ?		2	3	5	5204	4
6	Caractérisation de l'organisation et du contenu	Information	Réalisation	<b>Le site web présente les réalisations de l'organisation.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Illustrer la manière de procéder d'une organisation</li> <li>• Trouver l'efficacité de la méthode</li> <li>• Permettre au public de se projeter.</li> </ul>	Les réalisations de l'organisation figurent dans le site, qu'il s'agisse d'une rubrique ou de pages dédiées.		2	2	4	5205	6
8	Caractérisation de l'organisation et du contenu	Message	Spécificité	<b>Le texte est spécifique.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Éviter le contenu dupliqué</li> <li>• Préférer mettre à jour les contenus plutôt que de créer de nouvelles pages.</li> </ul>	Le contenu n'existe pas déjà sur le site de l'organisation, après vérification sur le plan du site et la recherche interne.		2	3	5	5206	7
9	Caractérisation de l'organisation et du contenu	Média	Média	<b>Les médias associés au contenu apportent une valeur ajoutée.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maintenir la compréhension du contenu.</li> </ul>	Les médias ne sont pas remplaçables par une feuille de style ou une mise en forme.		2	2	4	5207	8

BP Cyclop Éditorial	Étape	Catégorie	Mot-clé	Bonne pratique	Objectifs	Règle de validation	Note - Mise en œuvre = 1 Non mise en œuvre = 0 Non concernée = NC	Facilité de mise en œuvre - Facile = 3 Standard = 2 Difficile = 1	Capacité à réduire la charge mentale - Importante = 3 Moyenne = 2 Faible = 1	Priorité de mise en place - Prioritaire = entre 5 et 6 Conseillé = 4 Non Prioritaire = entre 3 et 2	Id GreenIT.fr	Réf. Cyclop Éditorial - édition 1
<b>Contenus orientés utilisateur</b>												
5	Caractérisation de l'organisation et du contenu	Message	Proposition de valeur	<b>Les objectifs du support sont compréhensibles de manière immédiate.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bendre évident l'intérêt de consulter votre support.</li> </ul>	Dès son arrivée sur le support, l'utilisateur comprend d'emblée ce qu'il peut en attendre.		2	3	5	5301	5
7	Caractérisation de l'organisation et du contenu	Information	Utilité	<b>Le contenu est utile pour l'utilisateur.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Éviter le gras informationnel</li> <li>• Éviter la charge mentale inutile</li> <li>• Enlever le contenu qui ne sert pas l'objectif de la page</li> <li>• Être référencé par les moteurs de recherche sur des sujets précis.</li> </ul>	Le contenu répond aux besoins en information de l'utilisateur : qui, quoi, pourquoi, où, quand, comment, combien ?		2	3	5	5302	15
15	Structuration des contenus	Information	Trouvabilité	<b>Les informations sont faciles à trouver dans le message.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favoriser l'appropriation des contenus</li> <li>• Favoriser le cheminement intellectuel du lecteur, en l'accompagnant à passer plus facilement d'une étape à une autre</li> <li>• Qui permette de trouver l'information plus facilement dans la page et d'accéder par plusieurs cheminements au contenu.</li> </ul>	Le contenu est hiérarchisé à travers sa mise en forme.		2	3	5	5303	14
16	Structuration des contenus	Information	Complétude	<b>L'ensemble des éléments de la page web accompagne la compréhension de son contenu.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Délivrer à l'utilisateur tout le contenu dont il a besoin, à l'endroit où il est.</li> </ul>	L'interface de la page comporte les informations nécessaires pour accompagner la compréhension de l'utilisateur, au moins : identité et proposition de l'organisation.		1	3	4	5304	16
18	Rédaction des contenus	Information	Compréhension	<b>Le message est facile à comprendre.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réduire la charge mentale de l'utilisateur</li> <li>• Répondre à ses attentes d'efficacité</li> <li>• Éviter les doutes</li> <li>• Bénéficier le savoir-être de l'organisation.</li> </ul>	Le message permet à l'utilisateur de trouver ce qu'il cherche, comprendre ce qu'il trouve et utiliser ce qu'il trouve pour répondre à ses besoins.		2	3	5	5305	17
19	Rédaction des contenus	Information	Utilisabilité	<b>Les informations sont faciles à utiliser.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfaire le besoin de l'utilisateur</li> <li>• Générer un comportement attendu</li> <li>• Répondre aux objectifs de communication de votre organisation.</li> </ul>	Les informations facilitent le passage à l'action.		2	3	5	5306	18
30	Rédaction des contenus	Texte	Micro-rédactionnel	<b>Le micro-rédactionnel est soigné.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bendre évidentes les actions à effectuer et réduire les doutes</li> <li>• Accompagner le parcours de l'utilisateur</li> <li>• Favoriser l'accessibilité web.</li> </ul>	Le micro-rédactionnel est court, informatif et explicite.		2	3	5	5306	28

BP Cyclop Éditorial	Étape	Catégorie	Mot-clé	Bonne pratique	Objectifs	Règle de validation	Note - Mise en œuvre = 1 Non mise en œuvre = 0 Non concernée = NC	Facilité de mise en œuvre - Facile = 3 Standard = 2 Difficile = 1	Capacité à réduire la charge mentale - Importante = 3 Moyenne = 2 Faible = 1	Priorité de mise en place - Prioritaire = entre 5 et 6 Conseillé = 4 Non Prioritaire = entre 3 et 2	Id GreenIT.f r	Réf. Cyclop Éditorial - édition 1
<b>Qualité des textes</b>												
20	Rédaction des contenus	Texte	Titre	<b>Les titres et sous-titres sont compréhensibles.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enseigner précisément le lecteur sur le contenu de la page ou de l'article.</li> </ul>	La seule lecture des titres et sous-titres permet de comprendre l'essentiel du message.		2	3	5	5401	20
21	Rédaction des contenus	Texte	Chapô	<b>Le chapô résume le contenu de la page.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire gagner du temps au lecteur en offrant un résumé de la page</li> <li>• Lui annoncer l'information qu'il trouvera dans le corps de la page.</li> </ul>	Un chapô est présent, si le texte fait plus de 300 mots.		2	3	5	5402	21
22	Rédaction des contenus	Texte	Accroche	<b>L'accroche complète le titre.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enseigner le lecteur et lui faire gagner du temps</li> <li>• L'accrocher et lui donner envie de plonger dans le contenu</li> <li>• Sur le web, éviter les clics inutiles.</li> </ul>	Une accroche existe et fait suite au titre.		2	3	5	5403	/
23	Rédaction des contenus	Texte	Concision	<b>Les phrases sont concises.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Être compris à la première lecture</li> <li>• Favoriser la mémorisation du texte</li> <li>• Favoriser le passage à l'action.</li> </ul>	Les phrases de 20 mots et plus ne dépassent pas 25 % du texte. Utiliser les outils de calcul Gunning Fog, Lexicool et l'indice Flesch pour calculer cette règle.		2	3	5	5405	22
24	Rédaction des contenus	Texte	Clarté	<b>La structure des phrases est claire.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Éviter l'ambiguïté</li> <li>• Faciliter la compréhension dès la première lecture</li> <li>• Favoriser l'engagement de l'utilisateur.</li> </ul>	Avez-vous compris le texte à la première lecture ?		2	3	5	5406	23
25	Rédaction des contenus	Texte	Précision	<b>Les phrases sont précises.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Être compris à la première lecture</li> <li>• Éviter le doute</li> <li>• Réduire la charge cognitive du lecteur.</li> </ul>	Êtes-vous en mesure de construire une représentation mentale suite aux phrases que vous venez de lire ?		2	3	5	5407	24
26	Rédaction des contenus	Texte	Concret	<b>Les mots sont concrets.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alléger la charge mentale</li> <li>• Éviter le doute.</li> </ul>	Les mots utilisés facilitent la représentation décrite.		2	3	5	5408	25
27	Rédaction des contenus	Texte	Rythme	<b>Le texte est rythmé.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favoriser la concentration et l'intérêt du lecteur</li> <li>• Impliquer et faciliter son attention.</li> </ul>	Les tournures des phrases sont diversifiées : alternances de phrases longues, moyennes ou courtes ; et de phrases nominales, affirmatives, interrogatives ou exclamatives.		2	2	4	5409	26
28	Rédaction des contenus	Texte	Inclusion	<b>Le langage favorise l'égalité des représentations.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N'exclure personne de sa communication</li> <li>• Éviter les micro-agressions liées au fait de se sentir discriminé.</li> </ul>	Les formulations épicènes sont privilégiées quand cela est possible.		2	1	3	5410	/
29	Rédaction des contenus	Texte	Orthographe	<b>L'orthographe, la grammaire et la ponctuation sont correctes.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rassurer le lecteur sur la légitimité du message et de l'émetteur</li> <li>• Faciliter la lecture et ne pas détourner l'attention sur la forme au détriment du fond</li> <li>• Être exemplaire.</li> </ul>	Le processus de rédaction du texte comprend une étape de révision/correction par une tierce personne ou par un outil de vérification.		2	3	5	5411	27

BP Cyclop Éditorial	Étape	Catégorie	Mot-clé	Bonne pratique	Objectifs	Règle de validation	Note - Mise en œuvre = 1 Non mise en œuvre = 0 Non concernée = NC	Facilité de mise en œuvre - Facile = 3 Standard = 2 Difficile = 1	Capacité à réduire la charge mentale - Importante = 3 Moyenne = 2 Faible = 1	Priorité de mise en place - Prioritaire = entre 5 et 6 Conseillé = 4 Non Prioritaire = entre 3 et 2	Id GreenIT.f r	Réf. Cyclop Éditorial - édition 1
<b>Lisibilité des contenus</b>												
17	Structuration des contenus	Structuration	Structure	<b>Les pages similaires reproduisent la même structure.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bavoriser l'appropriation du site grâce à l'homogénéité de présentation de l'information</li> <li>Bavoriser le repérage dans l'information</li> <li>Bavoriser la réduction de la charge mentale.</li> </ul>	La présentation de pages similaires est identique : toutes vos pages études de cas, toutes vos pages produits, toutes vos pages compétences, etc.		3	3	6	5501	19
31	Optimisation des contenus	Information	Essentiel	<b>Les informations visent à l'essentiel.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>limiter la charge informationnelle</li> <li>Supprimer les informations inutiles qui attirent l'attention du lecteur au détriment du fond du message.</li> </ul>	Les textes ne contiennent pas d'éléments inutiles.		2	3	5	5502	29
32	Optimisation des contenus	Confort de lecture	Typographie	<b>La rédaction de l'information simplifie sa compréhension.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>fluidifier la lecture</li> <li>Baciliter la réception de l'information, qu'elle soit visuelle et/ou textuelle.</li> </ul>	Les règles typographiques sont appliquées.		2	3	5	5503	30
33	Optimisation des contenus	Confort de lecture	Unité	<b>L'information est découpée en petites unités.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inciter à lire l'ensemble du contenu</li> <li>Baciliter l'accès à l'information et le clic sur les liens hypertextes</li> <li>Aérer pour faciliter le confort de lecture</li> <li>Bavoriser la mémorisation.</li> </ul>	L'information est découpée en paragraphes, comportant chacun une idée.		2	3	5	5504	31
34	Optimisation des contenus	Confort de lecture	Balayage	<b>La mise en page favorise le balayage de l'information.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Détacher les informations pour que le lecteur trouve facilement celles qui l'intéressent</li> <li>Différencier informations principales et secondaires</li> <li>Bavoriser le passage de la navigation à la lecture de page.</li> </ul>	Le découpage visuel de la page s'appuie sur une feuille de style.		1	3	4	5505	32
35	Optimisation des contenus	Confort de lecture	Lisibilité	<b>La police est lisible.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Baciliter le confort de lecture</li> <li>Éviter la fatigue visuelle.</li> </ul>	Les contrastes de couleur sont respectés, en utilisant l'outil Color Review <a href="https://color.review/">https://color.review/</a> .		1	3	4	5506	33
36	Optimisation des contenus	Confort de lecture	Accessibilité	<b>Le contenu respecte les règles d'accessibilité.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Baciliter la lecture pour les personnes en situation de handicap</li> <li>Bavoriser la lecture par les lecteurs d'écran.</li> </ul>	Les règles essentielles d'accessibilité sont respectées dans les textes : contraste des couleurs de police, informations importantes au début, hiérarchie des titres, limitation des émojis, accentuation des majuscules.		1	3	4	5507	/

BP Cyclop Éditorial	Étape	Catégorie	Mot-clé	Bonne pratique	Objectifs	Règle de validation	Note - Mise en œuvre = 1 Non mise en œuvre = 0 Non concernée = NC	Facilité de mise en œuvre - Facile = 3 Standard = 2 Difficile = 1	Capacité à réduire la charge mentale - Importante = 3 Moyenne = 2 Faible = 1	Priorité de mise en place - Prioritaire = entre 5 et 6 Conseillé = 4 Non Prioritaire = entre 3 et 2	Id GreenIT.fr	Réf. Cyclop Éditorial - édition 1
<b>Pilotage des contenus</b>												
42	Gouvernance éditoriale	Dispositif de communication	Supports	<b>Le choix des supports de communication est cohérent avec les publics et les objectifs de l'organisation.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sélectionner les supports utilisés par les publics</li> <li>• Optimiser et rationaliser l'énergie et le temps en fonction des résultats à atteindre</li> <li>• Soutenir les objectifs de l'organisation.</li> </ul>	Une étude des comportements et des attentes des publics est effectuée pour arbitrer le choix des supports de communication.		2	3 (réduction charge de travail)	5	5601	43
43	Gouvernance éditoriale	Dispositif de communication	Publication	<b>La publication de l'information est encadrée.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apporter une valeur ajoutée aux publics</li> <li>• Limiter la publication d'information qui ne répond pas à leurs besoins</li> <li>• Soutenir les objectifs de communication.</li> </ul>	Les choix de publication de contenu sont justifiés.		2	3 (réduction charge de travail)	5	5602	/
44	Gouvernance éditoriale	Dispositif de communication	Format	<b>La compréhension du contenu est soutenue par un format adapté et sobre.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déterminer le format le plus efficace, le plus facile et le plus léger</li> <li>• Faciliter l'expérience utilisateur</li> <li>• Limiter l'empreinte environnementale de la communication.</li> </ul>	Le choix des formats de contenus est justifié au regard de l'utilité et de l'impact environnemental.		2	3	5	5603	/
45	Gouvernance éditoriale	Diffusion du contenu	Fréquence	<b>Un nombre limité de publications est déterminé pour chaque support.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conserver une qualité de publication dans la durée</li> <li>• Préserver la charge mentale des lecteurs</li> <li>• Préserver les équipes en charge de produire le contenu</li> <li>• Côté Print, réduire le nombre d'exemplaires.</li> </ul>	Le nombre de publications de chaque support est justifié au regard des impacts humains et environnementaux.		2	3	5	5604	45
46	Gouvernance éditoriale	Cycle de vie	Pilotage	<b>Le cycle de vie de chaque contenu est défini.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accompagner l'évolution du contenu dans le temps, pour garantir sa fiabilité</li> <li>• Optimiser la charge de travail en anticipant les actions</li> <li>• Valoriser le capital éditorial</li> <li>• Lutter contre les cimetières numériques.</li> </ul>	Un tableau de pilotage des contenus est utilisé, comportant leur date de création, de publication, de mise à jour, de suppression et d'archivage.		2	3 (réduction charge de travail)	5	5605	38
47	Gouvernance éditoriale	Cycle de vie	Entretien	<b>Le contenu est à jour.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendre l'information en ligne et établir un lien de confiance avec l'utilisateur</li> <li>• Conserver la maîtrise des contenus et des bases de données</li> <li>• Favoriser le référencement.</li> </ul>	La date de mise à jour des contenus est visible sur chaque support.		2	3	5	5606	40
48	Gouvernance éditoriale	Cycle de vie	Efficacité	<b>L'efficacité du contenu est évaluée régulièrement.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suivre la performance des contenus</li> <li>• Assurer que le contenu intéresse les publics</li> <li>• Prioriser les contenus à améliorer, au regard du nombre de visites</li> <li>• Supprimer le contenu à faible audience.</li> </ul>	Des indicateurs de suivi de l'efficacité des contenus sont définis.		2	3	5	5607	44

# Un référentiel pour évaluer la sobriété éditoriale de votre site web

Le référentiel de conformité permet d'évaluer la maturité d'un site en sobriété éditoriale. Il est constitué d'un livre de 50 bonnes pratiques et d'une liste de 50 règles associées.

Retrouvez toutes les explications pour prendre en main facilement le référentiel, avec pour objectifs d'auto-évaluer la maturité en sobriété éditoriale de votre dispositif de communication pour prioriser les actions à

## En détails

**Référence Cyclop Éditorial** : nom de la bonne pratique

**Étape** : il s'agit de l'étape de production.

L'étape de caractérisation concerne l'identité de la structure.

L'étape de structuration vise à catégoriser toutes les informations collectées.

L'étape de rédaction concerne les bonnes pratiques de langage clair.

L'étape d'optimisation concerne le référencement des pages, les micro-contenus de navigation et la mise en page du contenu.

Enfin, l'étape de gouvernance éditoriale : cette étape concerne le dispositif de communication, le pilotage du cycle de vie du contenu et l'analyse de sa performance.

**Catégorie** : message, texte, information, graphisme, confort de lecture, balisage HTML, navigation, dispositif de communication, pilotage

**Bonne pratique** : titre de la bonne pratique

**Règle de validation** : le respect de cette règle détermine la note à affecter

**Note** :

Une note de 0 ou 1 est attribuée à chaque bonne pratique, en fonction de sa conformité ou non. Ce qui donne ainsi un score général au site internet, qui peut être calculée également en pourcentage.

si la bonne pratique est validée, elle obtient la note 1,

si la bonne pratique n'est pas validée, elle obtient la note 0,

Si la bonne pratique n'est pas applicable, le choix Non Concerné l'exclut de la notation.

**Facilité de mise en œuvre**

Facile : la mise en œuvre est facile. Elle ne nécessite pas de compétences particulières.

Standard : n'importe quel prestataire peut effectuer cette pratique. En interne, elle est atteignable par une montée en compétences.

Difficile : la mise en œuvre de cette pratique nécessite un niveau d'expertise élevé. Un accompagnement avec un prestataire doté d'une vision stratégique est à prévoir.

### **Capacité à réduire la charge mentale**

Levier important : cette bonne pratique possède un potentiel élevé pour réduire la charge mentale. Elle favorise la compréhension de l'information et le passage à l'action. Elle favorise également la réduction du poids en Ko de la page.

Levier moyen : cette bonne pratique possède un potentiel moyen pour réduire la charge mentale.

Levier faible : cette bonne pratique apporte de la qualité aux contenus du site internet, mais l'impact sur la réduction de la charge mentale est minime.

**Prioritaire** : une notation priorise la mise en œuvre de ces pratiques. Ainsi, une bonne pratique est :  
prioritaire, si sa mise en œuvre est facile et son levier important,  
conseillée, si sa mise en œuvre est difficile et son levier important, ou si sa mise en œuvre est standard et son levier moyen,  
non prioritaire, si sa mise en œuvre est difficile et son levier faible.

Pour cela, la notation se répartit comme suit :

mise en œuvre facile : 3

mise en œuvre standard : 2

mise en œuvre difficile : 1

qui s'ajoute à :

levier important : 3

levier moyen : 2

levier faible : 1

Ainsi, est considérée comme :

prioritaire, une bonne pratique qui obtient un score entre 5 et 6

conseillée, une bonne pratique qui obtient un score entre 3 et 4

non prioritaire, une bonne pratique qui obtient un score inférieur à 3

**Référence Green-It** : nomenclature

**Référence Cyclop Éditorial** : numéro de la bonne pratique, version 1 (2022) du référentiel