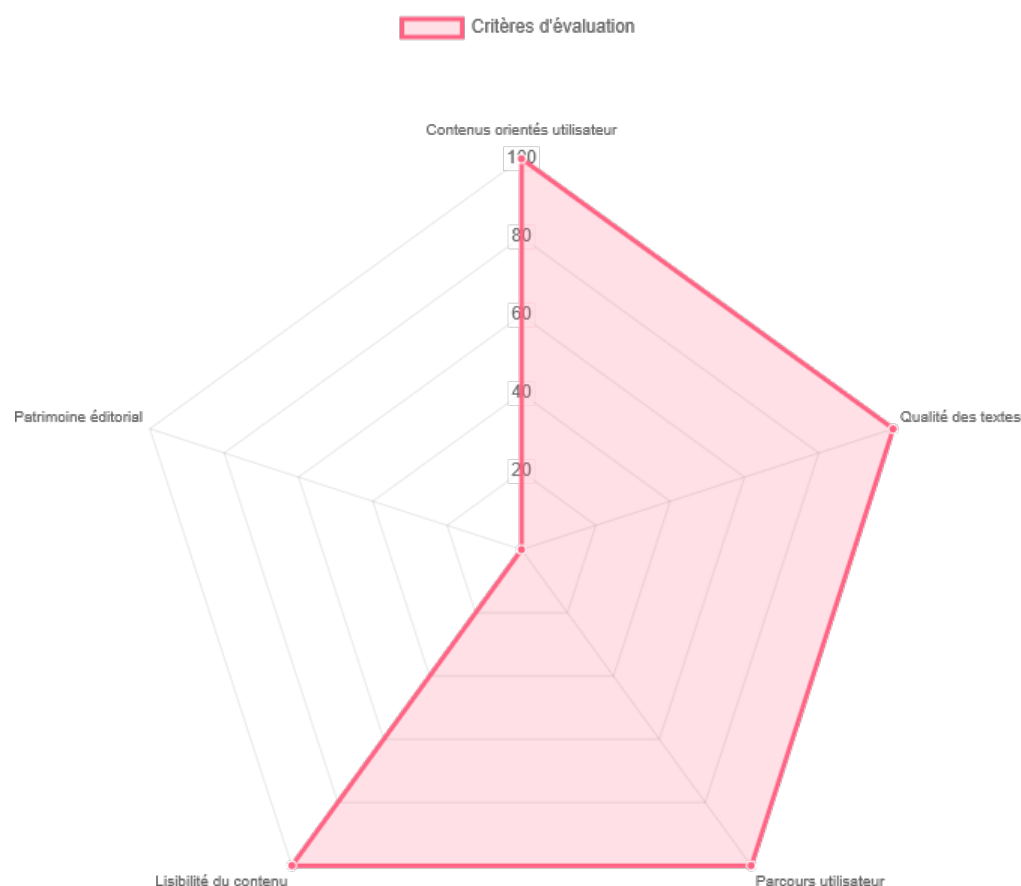


Sobriété éditoriale : audit page Guide

<https://www.sobriete-editoriale.fr/ressources-sobriete-editoriale/>



Contenus orientés utilisateur	100 %	5	0
Qualité des textes	100 %	5	0
Parcours utilisateur	100 %	4	0
Lisibilité du contenu	100 %	1	0
Patrimoine éditorial	0 %	0	0



15



0

Contenus orientés utilisateur

5 Les objectifs du support sont compréhensibles de manière immédiate.

Objectifs

- Rendre évident l'intérêt de consulter votre support.

7 Le contenu est utile pour l'utilisateur.

Objectifs

- Éviter le gras informationnel - Éviter la charge mentale inutile - Enlever le contenu qui ne sert pas l'objectif de la page - Être référencé par les moteurs de recherche sur des sujets précis.

15 Les informations sont faciles à trouver dans le message.

Objectifs

- Favoriser l'appropriation des contenus - Favoriser le cheminement intellectuel du lecteur, en l'accompagnant à passer plus facilement d'une étape à une autre - Lui permettre de trouver l'information plus facilement dans la page et d'accéder par plusieurs cheminements au contenu.

18 Le message est facile à comprendre.

Objectifs

- Réduire la charge mentale de l'utilisateur - Répondre à ses attentes d'efficacité - Éviter les doutes - Refléter le savoir-être de l'organisation.

19 Les informations sont faciles à utiliser.

Objectifs

- Satisfaire le besoin de l'utilisateur - Générer un comportement attendu - Répondre aux objectifs de communication de votre organisation.

Qualité des textes

20 Les titres et sous-titres sont compréhensibles.

Objectifs

- Renseigner précisément le lecteur sur le contenu de la page ou de l'article.

22 L'accroche complète le titre.

Objectifs

- Renseigner le lecteur et lui faire gagner du temps - L'accrocher et lui donner envie de plonger dans le contenu - Sur le web, éviter les clics inutiles.

23 Les phrases sont concises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Favoriser la mémorisation du texte - Favoriser le passage à l'action.

24 La structure des phrases est claire.

Objectifs

- Éviter l'ambiguïté - Faciliter la compréhension dès la première lecture - Favoriser l'engagement de l'utilisateur.

26 Les mots sont concrets.

Objectifs

- Alléger la charge mentale - Éviter le doute.

Parcours utilisateur

38 Les pages sont optimisées pour le référencement.

Objectifs

- S'assurer de la bonne indexation de la page - Favoriser la trouvabilité de la page pour répondre au mieux à l'intention de recherche.

39 La balise Title annonce l'objectif de la page.

Objectifs

- Identifier le contenu de la page - Répondre à l'intention de recherche - Accrocher pour susciter le clic.

40 La balise Metadescription décrit le contenu de la page.

Objectifs

- Identifier le contenu de la page - Répondre à l'intention de recherche - Accrocher pour susciter le clic.

41 Les liens présents dans le contenu sont pertinents.

Objectifs

- Faciliter l'accès à l'information pour le lecteur - Lui permettre une vue d'ensemble exhaustive sur un sujet - Hiérarchiser l'accès à l'information, suivant sa progression dans la découverte du contenu.

Lisibilité du contenu

31



Les informations visent à l'essentiel.

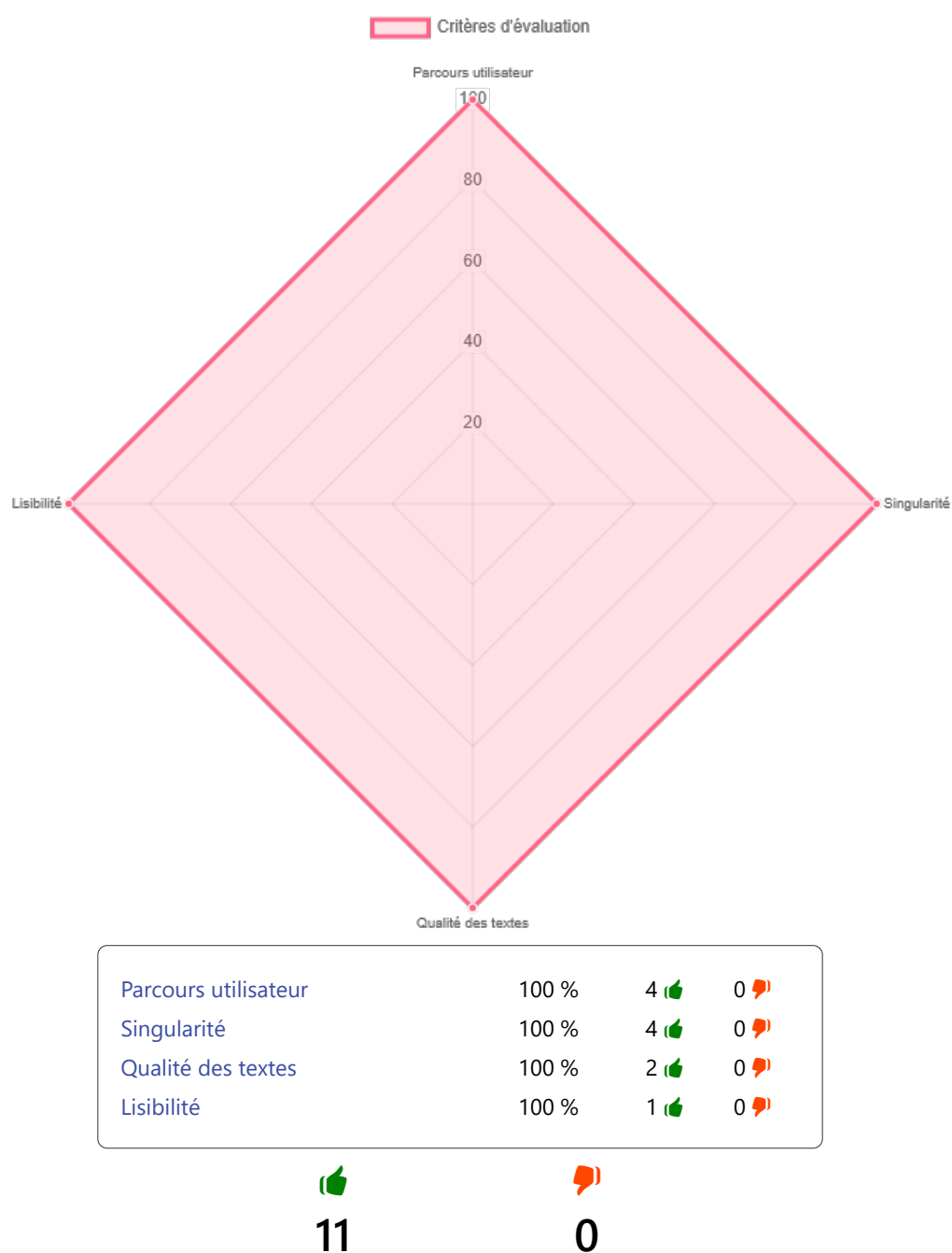
Objectifs

- Limiter la charge informationnelle - Supprimer les informations inutiles qui attirent l'attention du lecteur au détriment du fond du message.

Outil d'audit créé et mis à disposition par
[Angle Web, Spécialiste de l'écoconception Web](#)

Sobriété éditoriale : audit page ressources

<https://www.sobriete-editoriale.fr/ressources-sobriete-editoriale/>



Parcours utilisateur

38 Les pages sont optimisées pour le référencement.

Objectifs

- S'assurer de la bonne indexation de la page - Favoriser la trouvabilité de la page pour répondre au mieux à l'intention de recherche.

39 La balise Title annonce l'objectif de la page.

Objectifs

- Identifier le contenu de la page - Répondre à l'intention de recherche - Accrocher pour susciter le clic.

40 La balise Metadescription décrit le contenu de la page.

Objectifs

- Identifier le contenu de la page - Répondre à l'intention de recherche - Accrocher pour susciter le clic.

41 Les liens présents dans le contenu sont pertinents.

Objectifs

- Faciliter l'accès à l'information pour le lecteur - Lui permettre une vue d'ensemble exhaustive sur un sujet - Hiérarchiser l'accès à l'information, suivant sa progression dans la découverte du contenu.

Singularité

- 5  **Les objectifs du support sont compréhensibles de manière immédiate.**

Objectifs

- Rendre évident l'intérêt de consulter votre support.

- 7  **Le contenu est utile pour l'utilisateur.**

Objectifs

- Éviter le gras informationnel - Éviter la charge mentale inutile - Enlever le contenu qui ne sert pas l'objectif de la page - Être référencé par les moteurs de recherche sur des sujets précis.

- 15  **Les informations sont faciles à trouver dans le message.**

Objectifs

- Favoriser l'appropriation des contenus - Favoriser le cheminement intellectuel du lecteur, en l'accompagnant à passer plus facilement d'une étape à une autre - Lui permettre de trouver l'information plus facilement dans la page et d'accéder par plusieurs cheminements au contenu.

- 19  **Les informations sont faciles à utiliser.**

Objectifs

- Satisfaire le besoin de l'utilisateur - Générer un comportement attendu - Répondre aux objectifs de communication de votre organisation.

Qualité des textes

20



Les titres et sous-titres sont compréhensibles.

Objectifs

- Renseigner précisément le lecteur sur le contenu de la page ou de l'article.

22



L'accroche complète le titre.

Objectifs

- Renseigner le lecteur et lui faire gagner du temps - L'accrocher et lui donner envie de plonger dans le contenu - Sur le web, éviter les clics inutiles.

31



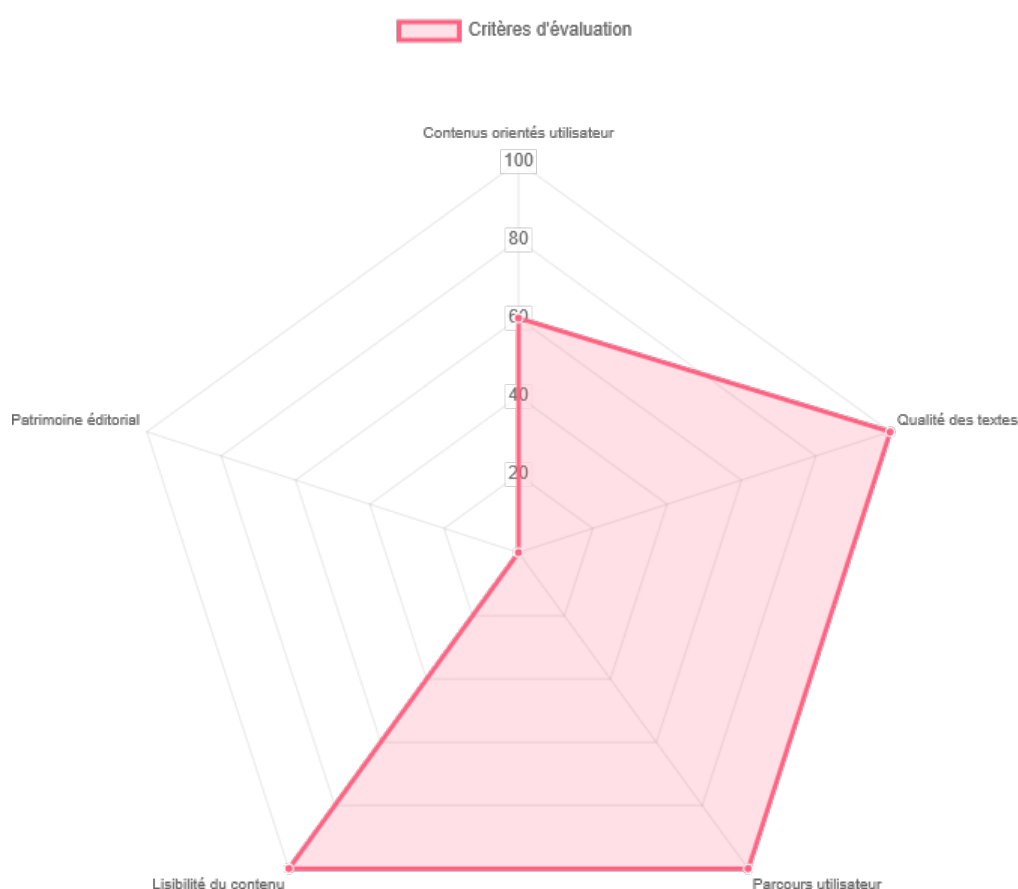
Les informations visent à l'essentiel.

Objectifs

- Limiter la charge informationnelle - Supprimer les informations inutiles qui attirent l'attention du lecteur au détriment du fond du message.

Sobriété éditoriale : audit page référentiel - 2025

<https://www.sobriete-editoriale.fr/referentiel-conformite-sobriete-editoriale/>



Contenus orientés utilisateur	60 %	3 	2 
Qualité des textes	100 %	5 	0 
Parcours utilisateur	100 %	4 	0 
Lisibilité du contenu	100 %	1 	0 
Patrimoine éditorial	0 %	0 	0 



13



2

Contenus orientés utilisateur

- 5  **Les objectifs du support sont compréhensibles de manière immédiate.**

Objectifs

- Rendre évident l'intérêt de consulter votre support.

- 7  **Le contenu est utile pour l'utilisateur.**

Objectifs

- Éviter le gras informationnel - Éviter la charge mentale inutile - Enlever le contenu qui ne sert pas l'objectif de la page - Être référencé par les moteurs de recherche sur des sujets précis.

- 15  **Les informations sont faciles à trouver dans le message.**

Objectifs

- Favoriser l'appropriation des contenus - Favoriser le cheminement intellectuel du lecteur, en l'accompagnant à passer plus facilement d'une étape à une autre - Lui permettre de trouver l'information plus facilement dans la page et d'accéder par plusieurs cheminements au contenu.

- 18  **Le message est facile à comprendre.**

Objectifs

- Réduire la charge mentale de l'utilisateur - Répondre à ses attentes d'efficacité - Éviter les doutes - Refléter le savoir-être de l'organisation.

- 19  **Les informations sont faciles à utiliser.**

Objectifs

- Satisfaire le besoin de l'utilisateur - Générer un comportement attendu - Répondre aux objectifs de communication de votre organisation.

Qualité des textes

20 Les titres et sous-titres sont compréhensibles.

Objectifs

- Renseigner précisément le lecteur sur le contenu de la page ou de l'article.

22 L'accroche complète le titre.

Objectifs

- Renseigner le lecteur et lui faire gagner du temps - L'accrocher et lui donner envie de plonger dans le contenu - Sur le web, éviter les clics inutiles.

23 Les phrases sont concises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Favoriser la mémorisation du texte - Favoriser le passage à l'action.

24 La structure des phrases est claire.

Objectifs

- Éviter l'ambiguïté - Faciliter la compréhension dès la première lecture - Favoriser l'engagement de l'utilisateur.

26 Les mots sont concrets.

Objectifs

- Alléger la charge mentale - Éviter le doute.

Parcours utilisateur

38 Les pages sont optimisées pour le référencement.

Objectifs

- S'assurer de la bonne indexation de la page - Favoriser la trouvabilité de la page pour répondre au mieux à l'intention de recherche.

39 La balise Title annonce l'objectif de la page.

Objectifs

- Identifier le contenu de la page - Répondre à l'intention de recherche - Accrocher pour susciter le clic.

40 La balise Metadescription décrit le contenu de la page.

Objectifs

- Identifier le contenu de la page - Répondre à l'intention de recherche - Accrocher pour susciter le clic.

41 Les liens présents dans le contenu sont pertinents.

Objectifs

- Faciliter l'accès à l'information pour le lecteur - Lui permettre une vue d'ensemble exhaustive sur un sujet - Hiérarchiser l'accès à l'information, suivant sa progression dans la découverte du contenu.

Lisibilité du contenu

31



Les informations visent à l'essentiel.

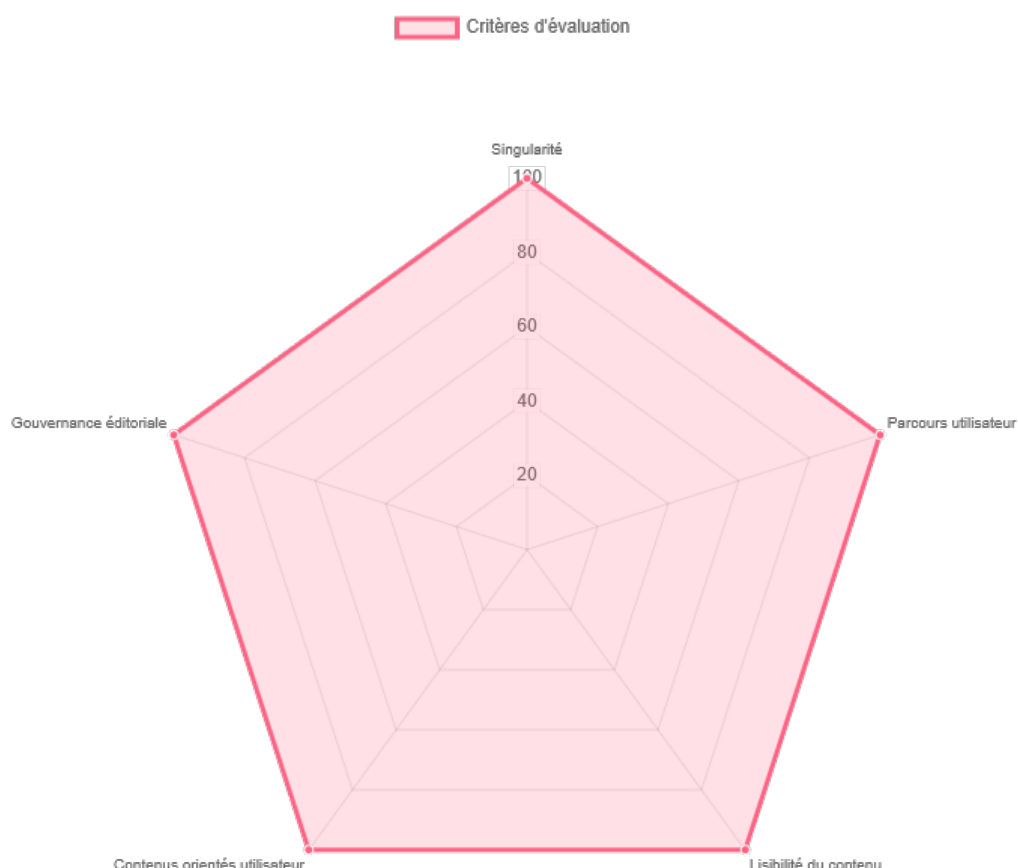
Objectifs

- Limiter la charge informationnelle - Supprimer les informations inutiles qui attirent l'attention du lecteur au détriment du fond du message.

Outil d'audit créé et mis à disposition par
[Angle Web, Spécialiste de l'écoconception Web](#)

Sobriété éditoriale : audit général et page d'accueil - 2025

<https://www.sobriete-editoriale.fr/>



Singularité	100 %	7	0
Parcours utilisateur	100 %	4	0
Lisibilité du contenu	100 %	5	0
Contenus orientés utilisateur	100 %	1	0
Gouvernance éditoriale	100 %	1	0



18



0

Singularité

1 La présentation de l'organisation est singulière.

Objectifs

- Faire émerger ce qui rend l'organisation unique, ce qui la singularise et la distingue d'une autre organisation - Limiter la possibilité de rendre cette organisation comparable à d'autres.

2 Les engagements de l'organisation sont vérifiables.

Objectifs

- Établir les bases d'une relation de confiance entre l'utilisateur et l'organisation - Matérialiser les engagements de l'organisation, de manière concrète et tangible, pour répondre aux besoins de transparence des publics.

3 Le discours est cohérent dans toutes les prises de parole de l'organisation.

Objectifs

- Prouver l'alignement de l'organisation entre ses propos et ses actes.

4 Le message global de chaque support recherche l'objectivité.

Objectifs

- Informer les publics avec objectivité - Éviter les biais cognitifs - Incarner une communication éthique et sincère - Conforter la légitimité des prises de parole de l'organisation.

6 Le site web présente les réalisations de l'organisation.

Objectifs

- Illustrer la manière de procéder d'une organisation - Prouver l'efficacité de la méthode - Permettre au public de se projeter.

8 Le texte est spécifique.

Objectifs

- Éviter le contenu dupliqué - Préférer mettre à jour les contenus plutôt que de créer de nouvelles pages.



Les médias associés au contenu apportent une valeur ajoutée.

Objectifs

- Soutenir la compréhension du contenu.

Parcours utilisateur

¹⁰ **La page d'accueil répond aux intentions des publics les plus courantes.**

Objectifs

- Faire gagner du temps à l'utilisateur, en lui apportant la réponse à sa question - Faciliter le parcours utilisateur dans le site - Initier des parcours utilisateurs qui démarrent par la page d'accueil.

¹¹ **Les menus sont clairs et compréhensibles.**

Objectifs

- Proposer un accès simple à ses contenus - Guider l'utilisateur en facilitant sa navigation dans les rubriques.

¹² **Le pied de page est utile pour l'utilisateur et complémentaire au menu.**

Objectifs

- Aider à la navigation - Renseigner l'utilisateur avec des informations utiles et nécessaires, où qu'il soit en train de naviguer dans le site.

¹³ **Un fil d'Ariane guide l'utilisateur.**

Objectifs

- Faciliter la navigation et renseigner le chemin parcouru - Accéder facilement aux pages de niveau supérieur - Indiquer où se situe la page en cours de consultation dans l'architecture du site - Optimiser le référencement du site.

Lisibilité du contenu

17 Les pages similaires reproduisent la même structure.

Objectifs

- Favoriser l'appropriation du site grâce à l'homogénéité de présentation de l'information - Favoriser le repérage dans l'information - Favoriser la réduction de la charge mentale.

32 La rédaction de l'information simplifie sa compréhension.

Objectifs

- Fluidifier la lecture - Faciliter la réception de l'information, qu'elle soit visuelle et/ou textuelle.

33 L'information est découpée en petites unités.

Objectifs

- Inciter à lire l'ensemble du contenu - Faciliter l'accès à l'information et le clic sur les liens hypertextes - Aérer pour faciliter le confort de lecture - Favoriser la mémorisation.

34 La mise en page favorise le balayage de l'information.

Objectifs

- Détacher les informations pour que le lecteur trouve facilement celles qui l'intéressent - Différencier informations principales et secondaires - Favoriser le passage de la navigation à la lecture de page.

35 La police est lisible.

Objectifs

- Faciliter le confort de lecture - Éviter la fatigue visuelle.

30



Le micro-rédactionnel est soigné.

Objectifs

- Rendre évidentes les actions à effectuer et réduire les doutes
- Accompagner le parcours de l'utilisateur
- Favoriser l'accessibilité web.

47



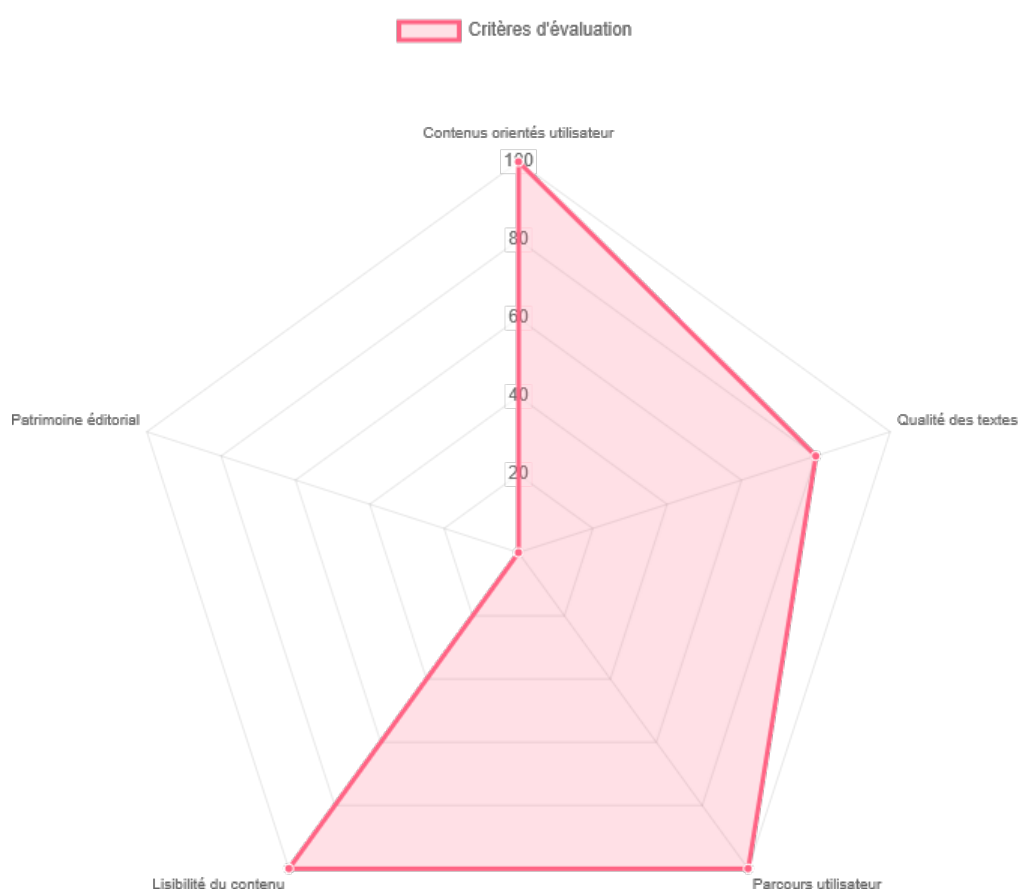
Le contenu est à jour.

Objectifs

- Fiabiliser l'information en ligne et établir un lien de confiance avec l'utilisateur - Conserver la maîtrise des contenus et des bases de données - Favoriser le référencement.

Sobriété éditoriale : audit page formation - 2025

<https://www.sobriete-editoriale.fr/formation-sobriete-editoriale/>



Contenus orientés utilisateur	100 %	5	0
Qualité des textes	80 %	4	1
Parcours utilisateur	100 %	4	0
Lisibilité du contenu	100 %	1	0
Patrimoine éditorial	0 %	0	0



14



1

Contenus orientés utilisateur

5 Les objectifs du support sont compréhensibles de manière immédiate.

Objectifs

- Rendre évident l'intérêt de consulter votre support.

7 Le contenu est utile pour l'utilisateur.

Objectifs

- Éviter le gras informationnel - Éviter la charge mentale inutile - Enlever le contenu qui ne sert pas l'objectif de la page - Être référencé par les moteurs de recherche sur des sujets précis.

15 Les informations sont faciles à trouver dans le message.

Objectifs

- Favoriser l'appropriation des contenus - Favoriser le cheminement intellectuel du lecteur, en l'accompagnant à passer plus facilement d'une étape à une autre - Lui permettre de trouver l'information plus facilement dans la page et d'accéder par plusieurs cheminements au contenu.

18 Le message est facile à comprendre.

Objectifs

- Réduire la charge mentale de l'utilisateur - Répondre à ses attentes d'efficacité - Éviter les doutes - Refléter le savoir-être de l'organisation.

19 Les informations sont faciles à utiliser.

Objectifs

- Satisfaire le besoin de l'utilisateur - Générer un comportement attendu - Répondre aux objectifs de communication de votre organisation.

Qualité des textes

20  **Les titres et sous-titres sont compréhensibles.**

Objectifs

- Renseigner précisément le lecteur sur le contenu de la page ou de l'article.

22  **L'accroche complète le titre.**

Objectifs

- Renseigner le lecteur et lui faire gagner du temps - L'accrocher et lui donner envie de plonger dans le contenu - Sur le web, éviter les clics inutiles.

23  **Les phrases sont concises.**

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Favoriser la mémorisation du texte - Favoriser le passage à l'action.

24  **La structure des phrases est claire.**

Objectifs

- Éviter l'ambiguïté - Faciliter la compréhension dès la première lecture - Favoriser l'engagement de l'utilisateur.

26  **Les mots sont concrets.**

Objectifs

- Alléger la charge mentale - Éviter le doute.

Parcours utilisateur

38 Les pages sont optimisées pour le référencement.

Objectifs

- S'assurer de la bonne indexation de la page - Favoriser la trouvabilité de la page pour répondre au mieux à l'intention de recherche.

39 La balise Title annonce l'objectif de la page.

Objectifs

- Identifier le contenu de la page - Répondre à l'intention de recherche - Accrocher pour susciter le clic.

40 La balise Metadescription décrit le contenu de la page.

Objectifs

- Identifier le contenu de la page - Répondre à l'intention de recherche - Accrocher pour susciter le clic.

41 Les liens présents dans le contenu sont pertinents.

Objectifs

- Faciliter l'accès à l'information pour le lecteur - Lui permettre une vue d'ensemble exhaustive sur un sujet - Hiérarchiser l'accès à l'information, suivant sa progression dans la découverte du contenu.

Lisibilité du contenu

31



Les informations visent à l'essentiel.

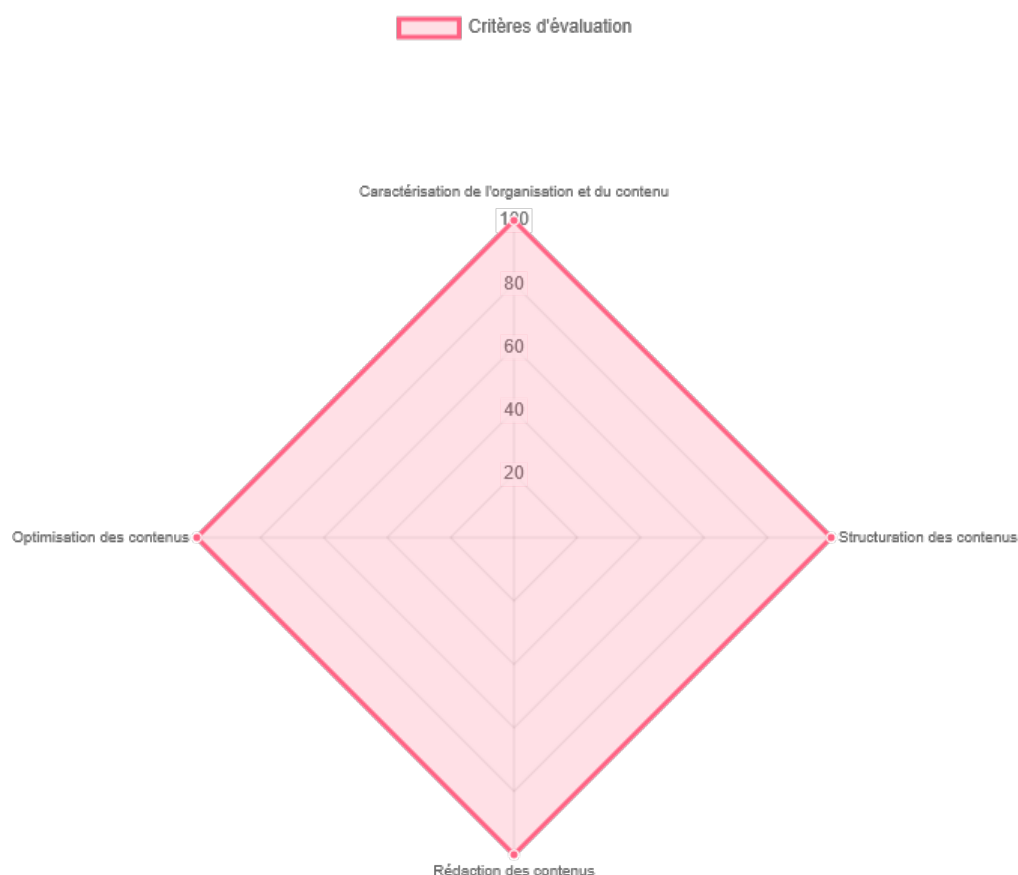
Objectifs

- Limiter la charge informationnelle - Supprimer les informations inutiles qui attirent l'attention du lecteur au détriment du fond du message.

Outil d'audit créé et mis à disposition par
[Angle Web, Spécialiste de l'écoconception Web](#)

Sobriété éditoriale : parcours 1 (guide)

<https://www.sobriete-editoriale.fr/livre-sobriete-editoriale/>



Caractérisation de l'organisation et du contenu	100 %	2 	0 
Structuration des contenus	100 %	1 	0 
Rédaction des contenus	100 %	7 	0 
Optimisation des contenus	100 %	5 	0 



15



0

Caractérisation de l'organisation et du contenu

- 5  **Les objectifs du support sont compréhensibles de manière immédiate.**

Objectifs

- Rendre évident l'intérêt de consulter votre support.

- 7  **Le contenu est utile pour l'utilisateur.**

Objectifs

- Éviter le gras informationnel - Éviter la charge mentale inutile - Enlever le contenu qui ne sert pas l'objectif de la page - Être référencé par les moteurs de recherche sur des sujets précis.

Structuration des contenus

15  **Les informations sont faciles à trouver dans le message.**

Objectifs

- Favoriser l'appropriation des contenus - Favoriser le cheminement intellectuel du lecteur, en l'accompagnant à passer plus facilement d'une étape à une autre - Lui permettre de trouver l'information plus facilement dans la page et d'accéder par plusieurs cheminements au contenu.

Rédaction des contenus

18 Le message est facile à comprendre.

Objectifs

- Réduire la charge mentale de l'utilisateur - Répondre à ses attentes d'efficacité - Éviter les doutes - Refléter le savoir-être de l'organisation.

19 Les informations sont faciles à utiliser.

Objectifs

- Satisfaire le besoin de l'utilisateur - Générer un comportement attendu - Répondre aux objectifs de communication de votre organisation.

20 Les titres et sous-titres sont compréhensibles.

Objectifs

- Renseigner précisément le lecteur sur le contenu de la page ou de l'article.

23 Les phrases sont concises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Favoriser la mémorisation du texte - Favoriser le passage à l'action.

24 La structure des phrases est claire.

Objectifs

- Éviter l'ambiguïté - Faciliter la compréhension dès la première lecture - Favoriser l'engagement de l'utilisateur.

25 Les phrases sont précises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Éviter le doute - Réduire la charge cognitive du lecteur.



Les mots sont concrets.

Objectifs

- Alléger la charge mentale - Éviter le doute.

Optimisation des contenus

31 Les informations visent à l'essentiel.

Objectifs

- Limiter la charge informationnelle - Supprimer les informations inutiles qui attirent l'attention du lecteur au détriment du fond du message.

32 La rédaction de l'information simplifie sa compréhension.

Objectifs

- Fluidifier la lecture - Faciliter la réception de l'information, qu'elle soit visuelle et/ou textuelle.

33 L'information est découpée en petites unités.

Objectifs

- Inciter à lire l'ensemble du contenu - Faciliter l'accès à l'information et le clic sur les liens hypertextes - Aérer pour faciliter le confort de lecture - Favoriser la mémorisation.

34 La mise en page favorise le balayage de l'information.

Objectifs

- Détacher les informations pour que le lecteur trouve facilement celles qui l'intéressent - Différencier informations principales et secondaires - Favoriser le passage de la navigation à la lecture de page.

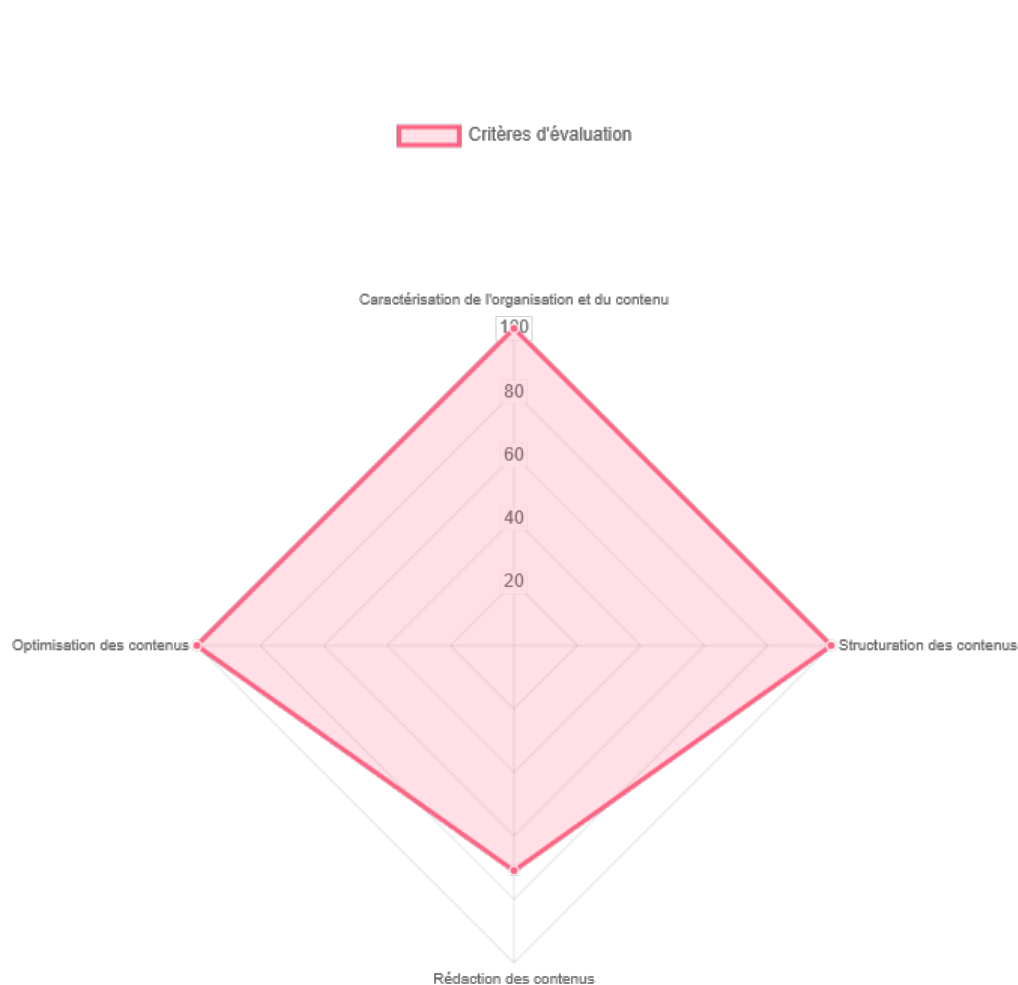
37 Les libellés des liens de navigation sont évidents.

Objectifs

- Guider la navigation - Simplifier le passage à l'action - Éviter le doute.

Sobriété éditoriale : audit parcours 2 (référentiel)

<https://www.sobriete-editoriale.fr/referentiel-conformite-sobriete-editoriale/>



Caractérisation de l'organisation et du contenu	100 %	2	0
Structuration des contenus	100 %	1	0
Rédaction des contenus	71 %	5	2
Optimisation des contenus	100 %	5	0



13



2

Caractérisation de l'organisation et du contenu

- 5  **Les objectifs du support sont compréhensibles de manière immédiate.**

Objectifs

- Rendre évident l'intérêt de consulter votre support.

- 7  **Le contenu est utile pour l'utilisateur.**

Objectifs

- Éviter le gras informationnel - Éviter la charge mentale inutile - Enlever le contenu qui ne sert pas l'objectif de la page - Être référencé par les moteurs de recherche sur des sujets précis.

Structuration des contenus

15  **Les informations sont faciles à trouver dans le message.**

Objectifs

- Favoriser l'appropriation des contenus - Favoriser le cheminement intellectuel du lecteur, en l'accompagnant à passer plus facilement d'une étape à une autre - Lui permettre de trouver l'information plus facilement dans la page et d'accéder par plusieurs cheminements au contenu.

Rédaction des contenus

18 Le message est facile à comprendre.

Objectifs

- Réduire la charge mentale de l'utilisateur - Répondre à ses attentes d'efficacité - Éviter les doutes - Refléter le savoir-être de l'organisation.

19 Les informations sont faciles à utiliser.

Objectifs

- Satisfaire le besoin de l'utilisateur - Générer un comportement attendu - Répondre aux objectifs de communication de votre organisation.

20 Les titres et sous-titres sont compréhensibles.

Objectifs

- Renseigner précisément le lecteur sur le contenu de la page ou de l'article.

23 Les phrases sont concises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Favoriser la mémorisation du texte - Favoriser le passage à l'action.

24 La structure des phrases est claire.

Objectifs

- Éviter l'ambiguïté - Faciliter la compréhension dès la première lecture - Favoriser l'engagement de l'utilisateur.

25 Les phrases sont précises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Éviter le doute - Réduire la charge cognitive du lecteur.



Les mots sont concrets.

Objectifs

- Alléger la charge mentale - Éviter le doute.

Optimisation des contenus

31 Les informations visent à l'essentiel.

Objectifs

- Limiter la charge informationnelle - Supprimer les informations inutiles qui attirent l'attention du lecteur au détriment du fond du message.

32 La rédaction de l'information simplifie sa compréhension.

Objectifs

- Fluidifier la lecture - Faciliter la réception de l'information, qu'elle soit visuelle et/ou textuelle.

33 L'information est découpée en petites unités.

Objectifs

- Inciter à lire l'ensemble du contenu - Faciliter l'accès à l'information et le clic sur les liens hypertextes - Aérer pour faciliter le confort de lecture - Favoriser la mémorisation.

34 La mise en page favorise le balayage de l'information.

Objectifs

- Détacher les informations pour que le lecteur trouve facilement celles qui l'intéressent - Différencier informations principales et secondaires - Favoriser le passage de la navigation à la lecture de page.

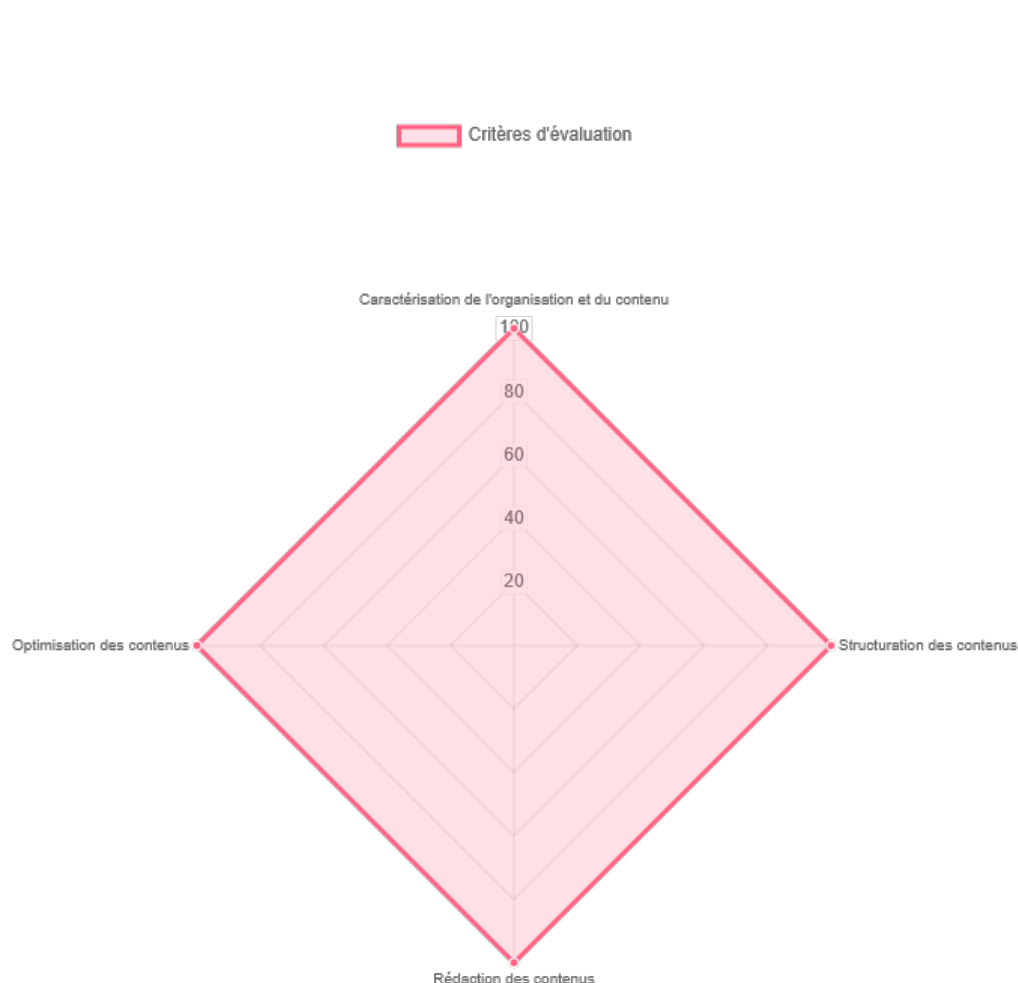
37 Les libellés des liens de navigation sont évidents.

Objectifs

- Guider la navigation - Simplifier le passage à l'action - Éviter le doute.

Sobriété éditoriale : audit parcours 3 (me former en sobriété éditoriale)

<https://www.sobriete-editoriale.fr/formation-sobriete-editoriale/>



Caractérisation de l'organisation et du contenu	100 %	2	0
Structuration des contenus	100 %	1	0
Rédaction des contenus	100 %	7	0
Optimisation des contenus	100 %	5	0



15



0

Caractérisation de l'organisation et du contenu

- 5  **Les objectifs du support sont compréhensibles de manière immédiate.**

Objectifs

- Rendre évident l'intérêt de consulter votre support.

- 7  **Le contenu est utile pour l'utilisateur.**

Objectifs

- Éviter le gras informationnel - Éviter la charge mentale inutile - Enlever le contenu qui ne sert pas l'objectif de la page - Être référencé par les moteurs de recherche sur des sujets précis.

Structuration des contenus

15  **Les informations sont faciles à trouver dans le message.**

Objectifs

- Favoriser l'appropriation des contenus - Favoriser le cheminement intellectuel du lecteur, en l'accompagnant à passer plus facilement d'une étape à une autre - Lui permettre de trouver l'information plus facilement dans la page et d'accéder par plusieurs cheminements au contenu.

Rédaction des contenus

18 Le message est facile à comprendre.

Objectifs

- Réduire la charge mentale de l'utilisateur - Répondre à ses attentes d'efficacité - Éviter les doutes - Refléter le savoir-être de l'organisation.

19 Les informations sont faciles à utiliser.

Objectifs

- Satisfaire le besoin de l'utilisateur - Générer un comportement attendu - Répondre aux objectifs de communication de votre organisation.

20 Les titres et sous-titres sont compréhensibles.

Objectifs

- Renseigner précisément le lecteur sur le contenu de la page ou de l'article.

23 Les phrases sont concises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Favoriser la mémorisation du texte - Favoriser le passage à l'action.

24 La structure des phrases est claire.

Objectifs

- Éviter l'ambiguïté - Faciliter la compréhension dès la première lecture - Favoriser l'engagement de l'utilisateur.

25 Les phrases sont précises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Éviter le doute - Réduire la charge cognitive du lecteur.



Les mots sont concrets.

Objectifs

- Alléger la charge mentale - Éviter le doute.

Optimisation des contenus

31 Les informations visent à l'essentiel.

Objectifs

- Limiter la charge informationnelle - Supprimer les informations inutiles qui attirent l'attention du lecteur au détriment du fond du message.

32 La rédaction de l'information simplifie sa compréhension.

Objectifs

- Fluidifier la lecture - Faciliter la réception de l'information, qu'elle soit visuelle et/ou textuelle.

33 L'information est découpée en petites unités.

Objectifs

- Inciter à lire l'ensemble du contenu - Faciliter l'accès à l'information et le clic sur les liens hypertextes - Aérer pour faciliter le confort de lecture - Favoriser la mémorisation.

34 La mise en page favorise le balayage de l'information.

Objectifs

- Détacher les informations pour que le lecteur trouve facilement celles qui l'intéressent - Différencier informations principales et secondaires - Favoriser le passage de la navigation à la lecture de page.

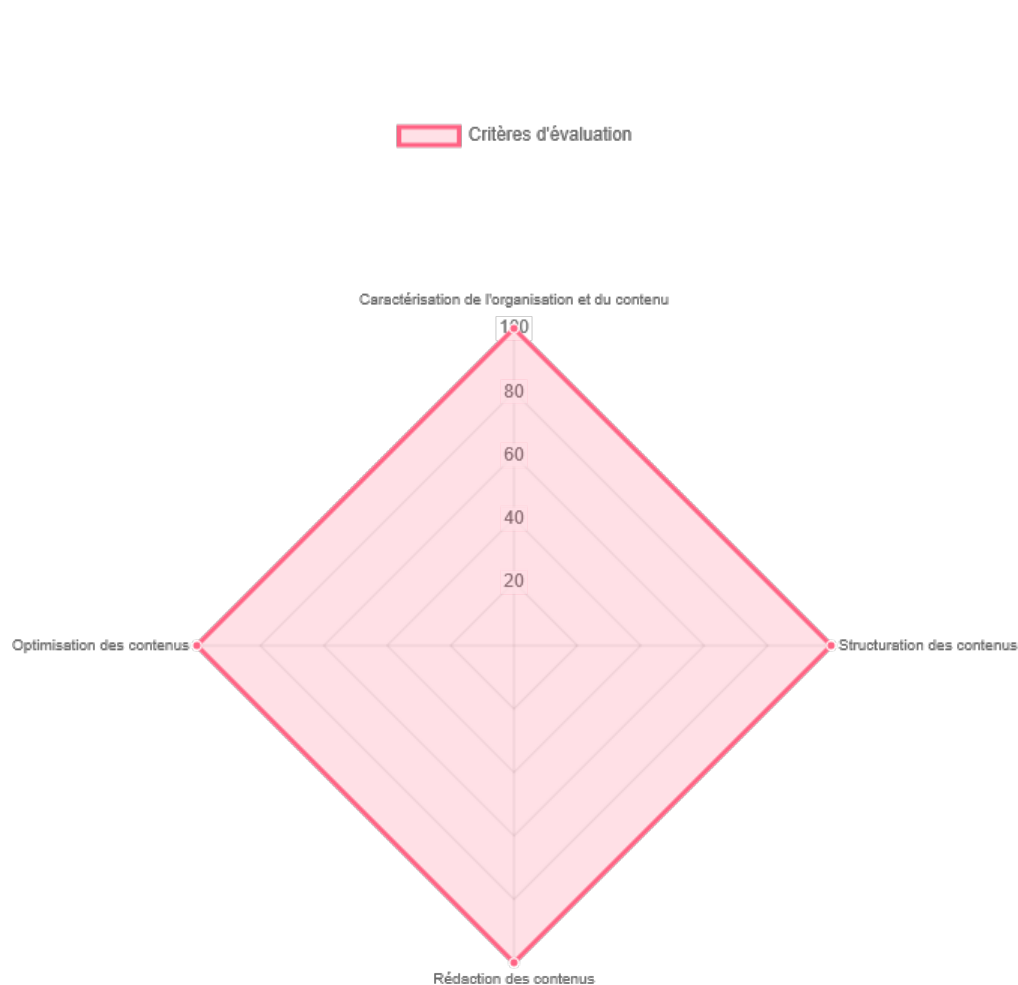
37 Les libellés des liens de navigation sont évidents.

Objectifs

- Guider la navigation - Simplifier le passage à l'action - Éviter le doute.

Sobriété éditoriale : audit parcours 4 (me faire accompagner en sobriété éditoriale)

<https://www.sobriete-editoriale.fr/accompagnement-sobriete-editoriale/>



Caractérisation de l'organisation et du contenu	100 %	2 	0 
Structuration des contenus	100 %	1 	0 
Rédaction des contenus	100 %	6 	0 
Optimisation des contenus	100 %	5 	0 



14



0

Caractérisation de l'organisation et du contenu

- 5  **Les objectifs du support sont compréhensibles de manière immédiate.**

Objectifs

- Rendre évident l'intérêt de consulter votre support.

- 7  **Le contenu est utile pour l'utilisateur.**

Objectifs

- Éviter le gras informationnel - Éviter la charge mentale inutile - Enlever le contenu qui ne sert pas l'objectif de la page - Être référencé par les moteurs de recherche sur des sujets précis.

Structuration des contenus

15  **Les informations sont faciles à trouver dans le message.**

Objectifs

- Favoriser l'appropriation des contenus - Favoriser le cheminement intellectuel du lecteur, en l'accompagnant à passer plus facilement d'une étape à une autre - Lui permettre de trouver l'information plus facilement dans la page et d'accéder par plusieurs cheminements au contenu.

Rédaction des contenus

18 Le message est facile à comprendre.

Objectifs

- Réduire la charge mentale de l'utilisateur - Répondre à ses attentes d'efficacité - Éviter les doutes - Refléter le savoir-être de l'organisation.

19 Les informations sont faciles à utiliser.

Objectifs

- Satisfaire le besoin de l'utilisateur - Générer un comportement attendu - Répondre aux objectifs de communication de votre organisation.

20 Les titres et sous-titres sont compréhensibles.

Objectifs

- Renseigner précisément le lecteur sur le contenu de la page ou de l'article.

23 Les phrases sont concises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Favoriser la mémorisation du texte - Favoriser le passage à l'action.

24 La structure des phrases est claire.

Objectifs

- Éviter l'ambiguïté - Faciliter la compréhension dès la première lecture - Favoriser l'engagement de l'utilisateur.

25 Les phrases sont précises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Éviter le doute - Réduire la charge cognitive du lecteur.

Les mots sont concrets.

Objectifs

- Alléger la charge mentale - Éviter le doute.

Optimisation des contenus

31 Les informations visent à l'essentiel.

Objectifs

- Limiter la charge informationnelle - Supprimer les informations inutiles qui attirent l'attention du lecteur au détriment du fond du message.

32 La rédaction de l'information simplifie sa compréhension.

Objectifs

- Fluidifier la lecture - Faciliter la réception de l'information, qu'elle soit visuelle et/ou textuelle.

33 L'information est découpée en petites unités.

Objectifs

- Inciter à lire l'ensemble du contenu - Faciliter l'accès à l'information et le clic sur les liens hypertextes - Aérer pour faciliter le confort de lecture - Favoriser la mémorisation.

34 La mise en page favorise le balayage de l'information.

Objectifs

- Détacher les informations pour que le lecteur trouve facilement celles qui l'intéressent - Différencier informations principales et secondaires - Favoriser le passage de la navigation à la lecture de page.

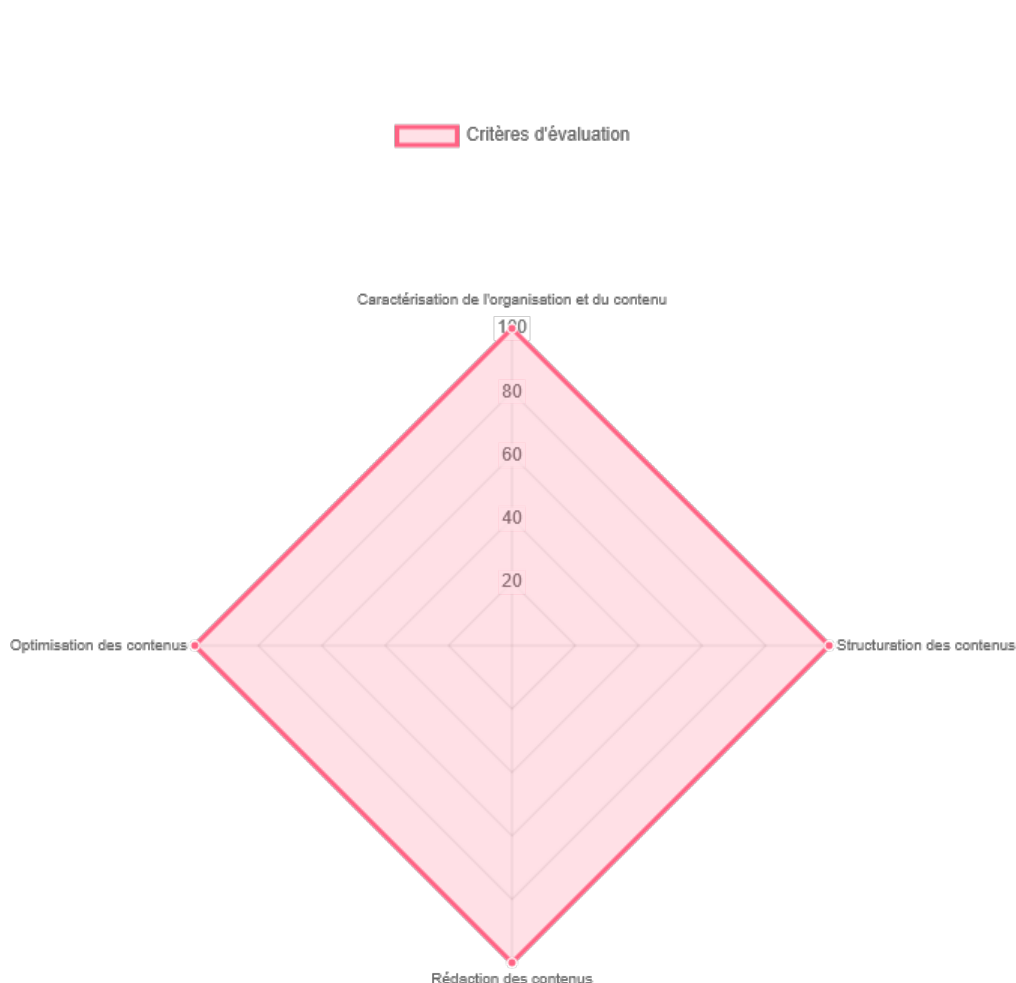
37 Les libellés des liens de navigation sont évidents.

Objectifs

- Guider la navigation - Simplifier le passage à l'action - Éviter le doute.

Sobriété éditoriale : audit parcours 5 (audit sobriété éditoriale)

<https://www.sobriete-editoriale.fr/audit-sobriete-editoriale/>



Caractérisation de l'organisation et du contenu	100 %	2 	0 
Structuration des contenus	100 %	1 	0 
Rédaction des contenus	100 %	7 	0 
Optimisation des contenus	100 %	5 	0 



15



0

Caractérisation de l'organisation et du contenu

- 5  **Les objectifs du support sont compréhensibles de manière immédiate.**

Objectifs

- Rendre évident l'intérêt de consulter votre support.

- 7  **Le contenu est utile pour l'utilisateur.**

Objectifs

- Éviter le gras informationnel - Éviter la charge mentale inutile - Enlever le contenu qui ne sert pas l'objectif de la page - Être référencé par les moteurs de recherche sur des sujets précis.

Structuration des contenus

15  **Les informations sont faciles à trouver dans le message.**

Objectifs

- Favoriser l'appropriation des contenus - Favoriser le cheminement intellectuel du lecteur, en l'accompagnant à passer plus facilement d'une étape à une autre - Lui permettre de trouver l'information plus facilement dans la page et d'accéder par plusieurs cheminements au contenu.

Rédaction des contenus

18 Le message est facile à comprendre.

Objectifs

- Réduire la charge mentale de l'utilisateur - Répondre à ses attentes d'efficacité - Éviter les doutes - Refléter le savoir-être de l'organisation.

19 Les informations sont faciles à utiliser.

Objectifs

- Satisfaire le besoin de l'utilisateur - Générer un comportement attendu - Répondre aux objectifs de communication de votre organisation.

20 Les titres et sous-titres sont compréhensibles.

Objectifs

- Renseigner précisément le lecteur sur le contenu de la page ou de l'article.

23 Les phrases sont concises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Favoriser la mémorisation du texte - Favoriser le passage à l'action.

24 La structure des phrases est claire.

Objectifs

- Éviter l'ambiguïté - Faciliter la compréhension dès la première lecture - Favoriser l'engagement de l'utilisateur.

25 Les phrases sont précises.

Objectifs

- Être compris à la première lecture - Éviter le doute - Réduire la charge cognitive du lecteur.



Les mots sont concrets.

Objectifs

- Alléger la charge mentale - Éviter le doute.

Optimisation des contenus

31 Les informations visent à l'essentiel.

Objectifs

- Limiter la charge informationnelle - Supprimer les informations inutiles qui attirent l'attention du lecteur au détriment du fond du message.

32 La rédaction de l'information simplifie sa compréhension.

Objectifs

- Fluidifier la lecture - Faciliter la réception de l'information, qu'elle soit visuelle et/ou textuelle.

33 L'information est découpée en petites unités.

Objectifs

- Inciter à lire l'ensemble du contenu - Faciliter l'accès à l'information et le clic sur les liens hypertextes - Aérer pour faciliter le confort de lecture - Favoriser la mémorisation.

34 La mise en page favorise le balayage de l'information.

Objectifs

- Détacher les informations pour que le lecteur trouve facilement celles qui l'intéressent - Différencier informations principales et secondaires - Favoriser le passage de la navigation à la lecture de page.

37 Les libellés des liens de navigation sont évidents.

Objectifs

- Guider la navigation - Simplifier le passage à l'action - Éviter le doute.