



**Isabelle Canivet**, consultante en ergonomie  
fondatrice de la société Action-Rédaction

Écrire pour le web c'est aussi écrire pour être référencé, «il ne faut pas perdre de vue cet objectif», rappelle-t-il. S'intéresser à l'ergonomie permet aux concepteurs de mieux toucher leur cible. «L'ergonomie, ce n'est pas seulement des compétences d'expertise mais cela recouvre aussi un ensemble de méthodes et de connaissances», souligne le chercheur.

## L'INTERNAUTE AU COEUR DES PRÉOCCUPATIONS

Différentes dimensions sont donc à prendre en compte lorsque l'on rédige un contenu à destination du web. Pour Isabelle Canivet, consultante en ergonomie et fondatrice de la société Action-Rédaction, c'est le contenu lui-même qui décide du bon positionnement d'un site sur les moteurs de recherche. Plusieurs éléments peuvent influencer le référencement d'un texte, d'une image ou d'un contenu multimédia. L'occurrence des mots clés, la thématique du contenu, l'accessibilité de l'information et la facilité d'utilisation d'un site sont autant de critères de réussite. «Il ne faut jamais perdre de vue la satisfaction de l'internaute, c'est lui qui fait le succès d'un site», rajoute Isabelle Canivet, «l'approche doit être centrée sur l'utilisateur.» L'information proposée doit en outre être perçue comme utile, satisfaisante et utilisable par celui qui la consulte, soit en d'autres termes, elle doit lui permettre d'atteindre son objectif et ce, sans trop d'efforts. «En

# Rédiger pour le web : le contenu au centre

FLUPA évoque les spécificités de l'écriture sur internet, la question du positionnement des contenus sur les moteurs de recherches et les erreurs types à éviter.

**Pour J.M. Christian Bastien, enseignant-chercheur et consultant, la création d'un site internet ne se résume pas à la rédaction et à l'organisation d'informations puis à leur mise en ligne. Le concepteur d'un site doit avant tout prendre en compte l'utilisateur final et le placer au centre de sa logique.**

général, on estime qu'un visiteur doit pouvoir trouver ce qu'il cherche en moins de 5 clics», précise encore la manager. «Sans cela, il va voir ailleurs». La lisibilité des pages est encore malheureusement trop souvent un obstacle à la consultation, «beaucoup de sites ne tiennent pas assez compte du confort du lecteur. Il faut savoir que la lecture à l'écran est beaucoup plus fatigante que sur papier. La présentation des infos est très importante et aura un impact sur son appréciation».

## ALLER À L'ESSENTIEL

«Communiquer, ce n'est pas seulement écrire», rappelle Caroline Bringand, ergonome et consultante, «c'est un ensemble d'éléments, d'images, de sons... on a tendance à l'oublier». Quand on écrit pour être lu sur le web, il faut prendre en compte les spécificités du média, «sur le net, les infos sont fragmentées, la consultation n'est pas linéaire comme lorsqu'on lit un magazine. Cela doit avoir une influence sur l'architecture des contenus», précise-t-elle encore. L'univers graphique doit pouvoir parler de lui-même et être cohérent sur l'ensemble du site. Aujourd'hui, pour qu'un site soit efficace et atteigne ses objectifs de vente ou d'information, il faut bien connaître son cœur de cible, ses besoins et ses logiques d'usage afin d'en adapter le contenu. «Il faut pouvoir parler le langage des utilisateurs et leur donner envie de revenir», rajoute Caroline Bringand. «Aujourd'hui, les gens n'ont plus le temps de chercher, il faut passer directement à l'essen-

tiel et faciliter le repérage d'un écran à l'autre.» Au cours de sa présentation, Caroline Bringand a également pu présenter certaines erreurs fréquentes chez plusieurs de ces clients: des couleurs trop vives, des polices changeantes, pas assez de contraste entre le fond et les écritures, les exemples sont légion. Il n'existe cependant pas encore de grandes recettes universelles même si efficacité, rapidité et attractivité restent les maîtres mots, «tout dépend des besoins d'un site et de ce que l'on recherche», conclut l'ergonome.



## //// LA BONNE RÉDACTION WEB ////

Consultante et formatrice en rédaction web, référencement éditorial, architecture de l'information et gestion de projet web, Isabelle Canivet a publié chez Eyrolles un ouvrage de référence pour «Bien rédiger pour le web...».

«Bien rédiger pour le web...», d'Isabelle Canivet est disponible sur Amazon.com