

# Introduction au langage clair

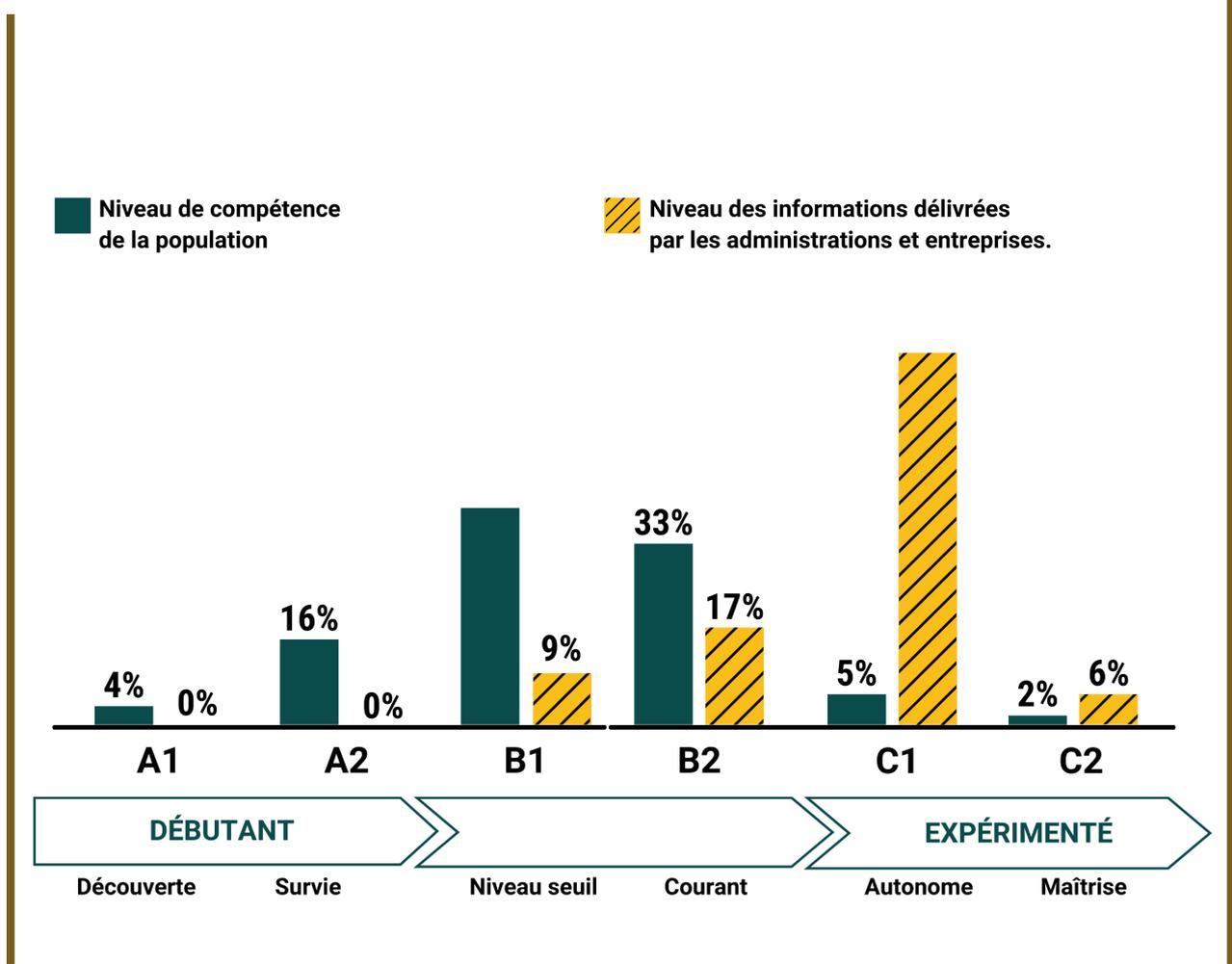
---

Guide d'apprentissage

Ce guide appartient à: \_\_\_\_\_

# Petite intro...

## Les niveaux



## La norme ISO

La norme ISO du langage clair est une norme non contraignante. Elle pose les grands principes d'une communication claire et orientée utilisatrice.

Titre:.....

Numéro ISO:.....

Lien vers la norme



## Autres dénominations

- Langage B1
- Langage universel
- Plain language
- Einfache Sprache

## Difficile... Facile

### Les stratégies pour clarifier concernent:

- Les m . . .
- Les ph . . . . .
- La stru . . . . . du texte
- Le point de . . .



Source: Le pouvoir du langage clair - Livre blanc de Avec des mots

## Qui profite du langage clair?

# Écrire clairement

## 10 règles pour rédiger clairement

Simple	<b>1</b> <b>Utilisez des mots simples</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• courts</li> <li>• connus</li> <li>• à l'oral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Établissement scolaire</li> <li>✓ École</li> <li>x Sentence</li> <li>✓ Décision</li> <li>x Moyens de locomotion</li> <li>✓ Voitures, trains et bus</li> </ul>	Astuce: sites de <a href="#">synonymes</a>
	<b>2</b> <b>Évitez les mots compliqués</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Évitez le jargon</li> <li>• Évitez les mots de <a href="#">langue étrangère</a></li> <li>• Attention aux <a href="#">abréviations</a>, <a href="#">sigles</a> et acronymes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x p. ex.</li> <li>✓ par exemple</li> <li>x LIPH</li> <li>✓ Loi sur l'intégration</li> <li>des <a href="#">personnes handicapées</a></li> <li>-- Loi LIPH</li> </ul>	Stratégies contre le jargon: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Supprimer</li> <li>• Remplacer</li> <li>• Expliquer</li> </ul> Précision: <a href="#">utilisez les sigles et acronymes connus</a> . <a href="#">Par exemple</a> : CFF, PDF, QR-Code.
	<b>3</b> <b>Utilisez toujours <a href="#">le même mot</a> <a href="#">pour la même chose</a>.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Les experts, les spécialistes, <a href="#">les professionnels</a></li> <li>✓ Les experts, les experts, <a href="#">les experts</a></li> </ul>	Surtout les mots-clés Difficultés: SEO
	<b>4</b> <b>Faites des phrases courtes.</b> Jusqu'à 16 mots	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Bien que vous ayez déposé plainte, les travaux quand même lieu.</li> <li>✓ Vous avez déposé plainte. Mais les travaux ont quand même lieu.</li> </ul>	Stratégies pour faire court: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faites un énoncé <a href="#">par phrase</a>.</li> <li>• Enlevez les <a href="#">() {} -</a></li> <li>• Mettez des points.</li> <li>• Faites des listes.</li> </ul>
	<b>5</b> <b>Évitez le langage <a href="#">soutenu</a></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Le règlement en vigueur</li> <li>✓ Le règlement / les règles</li> <li>x La première étape du processus...</li> <li>✓ D'abord...</li> <li>x Il réside dans une demeure cossue.</li> <li>✓ Il habite dans une belle maison.</li> </ul>	

- 6 Écrivez de façon concrète**
- Faites des titres et sous-titres informatifs.
  - Évitez les expressions, l'ironie, l'humour, les sous-entendus.
- x Vive la collaboration!?
  - ✓ Comment partager vos fichiers sur Sharepoint
  - x Indications pour faire un délice de fin de repas mi-doux, mi-acide sur pâte brisée
  - ✓ Recette de tartelette au citron
  - x Par la présente
  - ✓ Dans cette lettre
  - x Il pleut des cordes.
  - ✓ Il pleut beaucoup.

- 7 Faites attention aux pronoms de la 3e personne**
- En cas de doute, répétez le nom ou la chose.
  - Évitez les le, la, lui, elle, il, en, l'un, l'autre...
- x Les enfants peuvent aller dans tous les bâtiments. Ils sont accessibles.
  - ✓ Les bâtiments sont accessibles. Les enfants handicapés peuvent aller dans tous les bâtiments.
  - ! Selim a deux pommes. Nadja n'en a pas. Alors il lui en donne une.
- Astuces:
- Répétez régulièrement même si pas de doute.
  - Parlez directement à vos lecteurs et lectrices.
  - x Tous les citoyens sont invités.
  - ✓ Nous vous invitons.

- 8 Évitez le passif**  
Dites qui fait quoi.  
Dites ce qu'il faut faire.
- x L'initiative a été acceptée.
  - ✓ Le peuple a accepté l'initiative.
  - x Les vélos doivent être parkés dans le parking dédié à cet effet.
  - ✓ Parké votre vélo dans le parking pour vélos.
  - x Sans votre photo, il n'est pas possible de créer votre dossier.
  - ✓ Envoyez-nous votre photo. Nous pourrons ensuite créer votre dossier

- 9 Faites des phrases affirmatives**  
Dites plutôt ce qu'il faut faire que ce qu'il ne faut pas faire.  
La négation peut être «invisible». La négation embrouille.
- x Vous ne pouvez pas venir sans prendre rendez-vous.
  - ✓ Avant de venir, prenez rendez-vous. négations
  - x Votre action ne sera pas efficace.
  - ✓ Votre action sera efficace.
- Impératif:
- Jamais de doubles
  - Jamais de questions négatives

- 10 Utilisez des verbes**  
Évitez la nominalisation
- x La création d'un site internet est un long processus.
  - ✓ Créer un site internet est long.
- Astuce:  
Utilisez des temps verbaux simples.

# Changer de point de vue



Visez le public B1



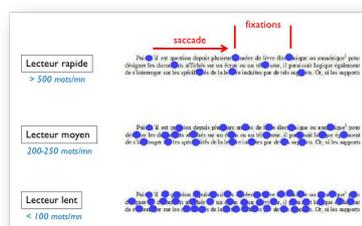
Créer un personnage

## La lettre



### La vraie vie, c'est...

- Notre esprit vagabonde 30% du temps.
- Nous lisons moins de 20% des contenus.
- Nous ne lisons pas, nous scannons.



Pas des lectureuses mais des .....

# Organiser l'info

## En 3 étapes

- 1 Trouver et placer l'info essentielle
- 2 Choisir et hiérarchiser les infos
- 3 Faire voir les infos

1

## Trouver l'info essentielle

### Définir le but du texte

- Qu'est-ce que je veux dire?
- Que doivent faire mes lecteurices?
  - Quelle action?
  - Quels bénéfices?



### Placer l'information essentielle au début

Après le premier paragraphe, je sais:

- Pourquoi je dois lire (ou pas)?
- Ce que je dois faire.
- Ce que cela m'apporte.

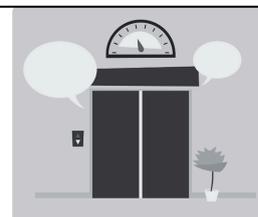


### Écrire une intro (elevator pitch)

- Motif**
  - Nous écrivons ce texte parce que...
  - Vous cherchez / voulez / devez...

- Contenu**
  - Nous écrivons ce texte parce que...
  - Vous cherchez / voulez / devez...

- Action ou bénéfice**
  - Lisez ce texte parce que...



# Organiser l'info

2

## Choisir les informations

### Du point de vue des utilisatrices

- Lister leurs questions
- Hiérarchiser leurs questions



3

## Faire voir l'information

### Mise en page

- Des titres et sous-titres
- Des paragraphes
  - Plus important = plus grand
- Des blocs d'information
- Des encadrés
- Des images



### Mise en mots

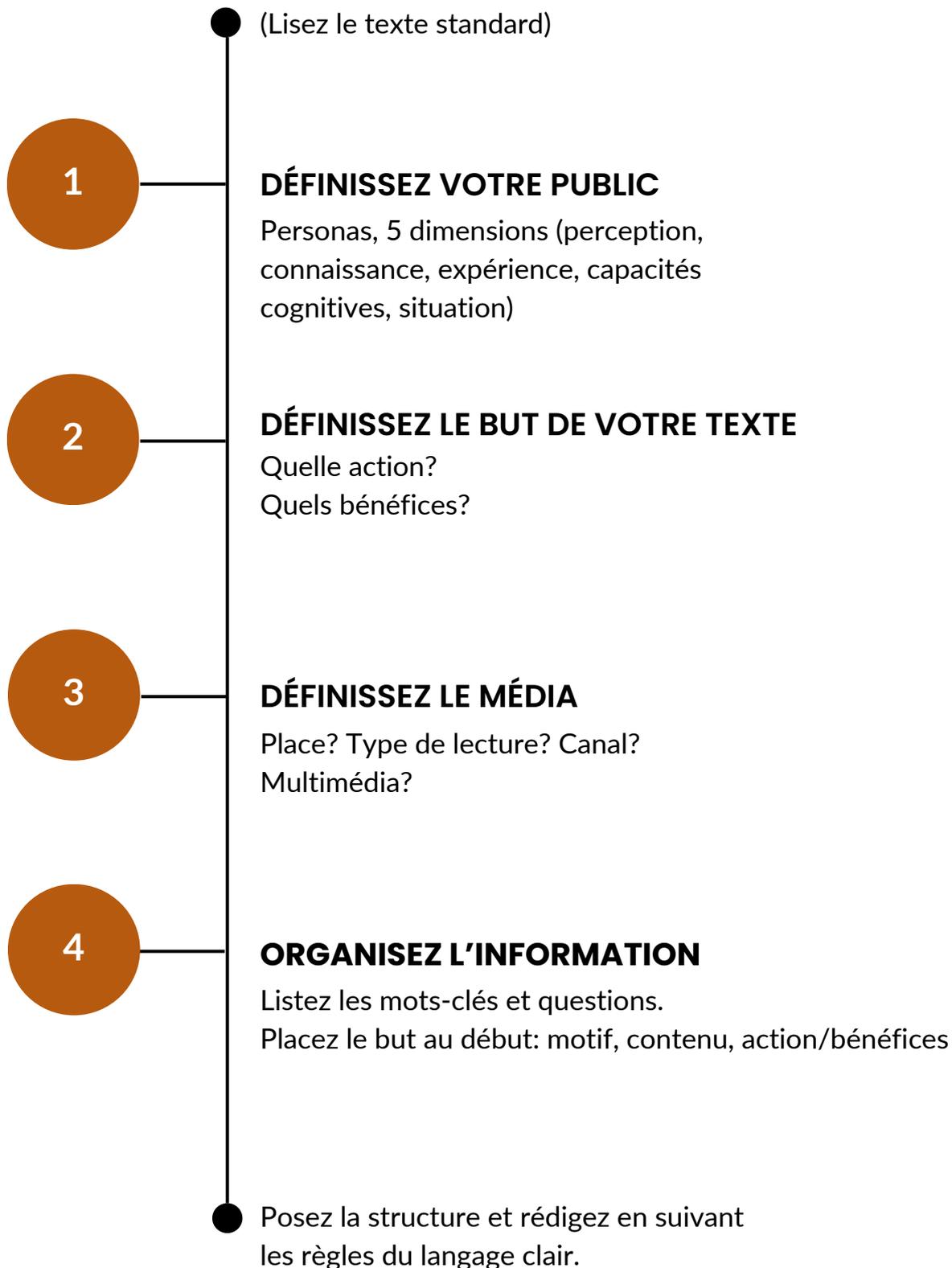
- Des mots-clés
- Des titres informatifs



# Méthode

---

## Les étapes du langage clair



# Avant - Après

---

Lisez les exemples avant-après. Listez les stratégies.  
(Observez les mots, les phrases, la présentation, le point de vue).



# Les difficultés

---

Repérez et listez les difficultés de vos textes.



## Taux de lisibilité

---

**Faites le test:** Vérifiez avec un outil d'aide en ligne.

- **lisible.com:** 3 essais à 1500 signes gratuit. Vous donne un taux de lisibilité et vous indique les passages du texte à retravailler.

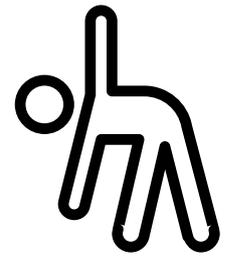


# La lettre

---

Trouvez votre personnage B1.

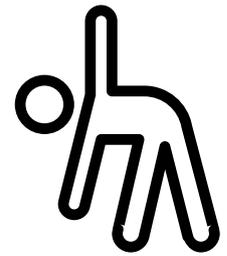
Écrivez une lettre à votre personnage B1.



# But et structure

---

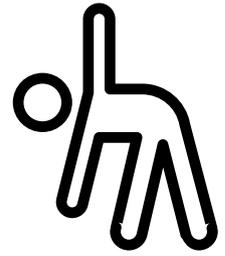
Collez ici les résultat de notre exercice.



# Mise en forme

---

Reprenez la lettre et suivez les consignes pour “faire voir les infos”. Collez le résultat ici.



# Préparez

---

Écrivez une introduction pour votre texte. Listez et hiérarchisez les questions de vos lecteurices.



# Bonnes idées

---



## Intro

---

## Écrire clairement

# Bonnes idées

---



**Changer de point de vue**

---

**Organiser l'info**

# C'est clair

Merci de votre engagement.

## Aller plus loin

- Consultez les annexes et les ressources disponibles sur votre page de cours: [www.textoh.ch/cours/chambesy](http://www.textoh.ch/cours/chambesy)
- Suivez-moi sur LinkedIn – je like, partage et commente l'actualité du langage simplifié: [www.linkedin.com/in/francesanti](https://www.linkedin.com/in/francesanti)
- Consultez mes cours FALC et langage clair sur [textoh.ch](http://textoh.ch) > Formations

## Contact

France Santi  
textoh! - pour une communication claire et accessible  
[www.textoh.ch](http://www.textoh.ch)  
[france.santi@textoh.ch](mailto:france.santi@textoh.ch)  
+41 76 572 49 02  
Linkedin: /francesanti