



## GUIDE PRATIQUE POUR ÉLABORER UNE CHARTE ÉDITORIALE EN COMMUNICATION



Bienvenue dans ce guide ludique et pédagogique dédié à l'élaboration d'une charte éditoriale en communication ! Que vous soyez une petite entreprise, une association ou un blogueur passionné, une charte éditoriale est un outil essentiel pour harmoniser votre communication et garantir la cohérence de vos messages.

**Suivez ce guide pas à pas, agrémenté d'exemples, pour créer la vôtre !**



# Qu'est-ce qu'une Charte Éditoriale ?



Avant de plonger dans le vif du sujet, définissons ce qu'est une charte éditoriale.

Une charte éditoriale est un document qui définit les **lignes directrices** d'une organisation en matière de **communication**. Elle établit le **ton**, le **style** et les **valeurs** à véhiculer à travers le contenu, garantissant ainsi une cohérence et une uniformité dans les messages diffusés.

En précisant le **public cible**, les types de contenu à produire et les canaux de diffusion, la charte devient un **outil stratégique** pour aligner les efforts de communication avec les objectifs de l'entreprise.

Elle facilite également le travail des équipes en clarifiant les attentes et en réduisant les ambiguïtés.



# Elaborer une charte éditoriale

## 01

### Définir votre mission et vos valeurs

#### Pourquoi ?

La mission et les valeurs de votre organisation sont le cœur de votre communication. Elles orientent la manière dont vous interagissez avec votre audience.

#### Comment le mettre en place au sein de votre organisation ?

- *Brainstorming* : Réunissez votre équipe autour d'une table et discutez des valeurs qui vous tiennent à cœur.

## 02

### Définir vos objectifs

#### Pourquoi créer une charte éditoriale ?

Identifiez les raisons qui vous poussent à élaborer cette charte.

*Voici quelques exemples d'objectifs :*

- **Renforcer l'identité de votre marque** : Assurez-vous que tous les contenus reflètent vos valeurs.
- **Améliorer la cohérence** : Évitez les messages contradictoires dans vos communications.
- **Faciliter le travail en équipe** : Offrez un cadre clair pour vos collaborateurs.

## 03

### Définir votre Public Cible

#### Qui sont vos lecteurs ?

Comprendre votre audience est crucial pour adapter votre ton et vos messages.

*Répondez aux questions suivantes :*

- Quel est l'âge de votre public ?
- Quels sont ses centres d'intérêt ?
- Quels problèmes cherchez-vous à résoudre pour lui ?...

→ **Activité** : Créez un ou plusieurs personas représentant votre public cible

## 04

### Choisir le Ton et le Style

#### Comment souhaitez-vous vous exprimer ?

Le ton et le style de votre communication doivent correspondre à l'image de votre marque et aux attentes de votre audience.

Voici quelques tonalités possibles :

- **Amical et décontracté** : Parfait pour un blog personnel ou une marque de lifestyle.
- **Professionnel et formel** : Idéal pour une entreprise B2B ou une institution.
- **Ludique et créatif** : Convient à des marques orientées vers les jeunes ou les secteurs artistiques.



# Elaborer une charte éditoriale

## 05

### Établir des Règles de Contenu

Quelles sont les lignes directrices à suivre ?

Définissez les règles concernant la création de contenu.

Cela inclut :

- **Les thèmes et les sujets :**

Quels sujets devez-vous aborder ou éviter ?

- **La longueur des textes :**

Par exemple, limiter les articles à 800 mots.

- **Les formats de contenu :**

Articles, vidéos, infographies, etc.

→ **Activité :** Listez 5 types de contenu que vous souhaitez créer

## 06

### Définir les Canaux de diffusion

Où allez-vous publier vos contenus ?

Identifiez les plateformes sur lesquelles vous allez partager votre contenu :

- **Site web :** Articles de blog, pages de service.

- **Réseaux sociaux :** Facebook, Instagram, LinkedIn.

- **Newsletters :** Pour toucher votre audience directement dans leur boîte mail.

→ **Activité :** Créez un tableau avec les canaux de diffusion et le type de contenu que vous prévoyez d'y publier.

## 07

### Réaliser un Calendrier Éditorial

Quand allez-vous publier ?

Établissez un calendrier pour organiser vos publications. Cela vous aidera à planifier vos contenus à l'avance et à maintenir une fréquence régulière.

*Exemple :*

- Lundi : Article de blog

- Mercredi : Post Instagram

- Vendredi : Newsletter

→ **Activité :** Créez un calendrier éditorial pour le mois à venir.

## 08

### Mettre en place des indicateurs de performance

Pourquoi ?

Mesurer l'impact de votre contenu est essentiel pour ajuster votre stratégie. Votre charte éditoriale est un document vivant. Assurez-vous de la réévaluer régulièrement pour l'adapter aux évolutions de votre audience.

Comment ?

- **KPIs (Indicateurs Clés de Performance) :** Déterminez ce que vous allez suivre (trafic, engagement, conversion).

- **Feedback régulier :** Organisez des réunions de retour d'expérience pour discuter des réussites et des points à améliorer.

# C'est à vous de jouer ...



Élaborer une **charte éditoriale** est un projet collaboratif qui nécessite créativité et réflexion stratégique.

En suivant **ces étapes** vous pouvez créer un document vivant qui guidera votre communication tout en renforçant l'identité de votre marque.

N'oubliez pas que la clé est d'**adapter** votre charte aux besoins de votre **audience**.



**Bonne création !**



[www.ateconsulting.fr](http://www.ateconsulting.fr)

ATE CONSULTING

Conseil en communication & Formation

LIBEREZ LE POTENTIEL DE VOTRE COMMUNICATION

