

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE

UNIVERITE ABDELHAMID IBN BADIS – MOSTAGANEM-

FACULTE DES LETTRES ET DES ARTS

DEPARTEMENT DE FRANÇAIS



MASTER

Rédaction Web et Medias

*Le ‘Chapô’ et son efficacité dans les sites web
des journaux Algériens*

Présenté par :

..... **Gana Yacine**.....

Membres du jury :

Président : MOKHFI AMINE

Promoteur : BENTAIFOUR NADIA

Examineur : BENCHEHIDA MANSOUR

Année universitaire 2014/2015

REMERCIEMENTS

Je remercie infiniment mon encadreur madame Bentaifour Nadia
pour les conseils qu'elle n'a cessé de me donner.

Et pour son aide et ses encouragements.

Je remercie également tous mes enseignants

Je tiens également à remercier tout le personnel du département de
Français et tous les enseignants qui en font partie.

Et je n'oublie certainement pas de remercier mes parents. Je les

Remercie pour tout ce qu'ils ont fait pour moi, ainsi que mes amis
pour leur aide et leurs encouragements.

Sommaire

INTRODUCTION GENERALE.....	1
Problématique.....	2
CHAPITRE 1 : Etude rédactionnelle du chapô	
1-C'est quoi un chapô de presse.....	3
1.2- La différence entre le chapô et l'introduction.....	3
1.3- Le rôle du chapô.....	4
2-Les aspects du chapô.....	4
2.1-Appel à la lecture	4
2.2-Perspective méthodologique	4
2.3 -Forme et typologie.....	5
3- Chapô et rédaction web.....	6
3.1- Par rapport au référencement	7
3.2- Par rapport à l'ancrage visuel	7
3.3- Par rapport à son objectif	7
CHAPITRE 2 : Méthode rédactionnelle du chapô	
1-Technique de base de rédaction sur le web.....	9
1.1- Le choix des mots clés.....	10
1.1.1- La stratégie des mots clés à établir.....	10
1.2- Le chapô résume l'essentiel de l'information	11
1.2.1-La longueur du résumé.....	11
1.3- Un chapeau lourd de sens en SEO.....	12
2- La pyramide inversée, une technique de développement indispensable.....	13
2.1-La pyramide inversée : du général au particulier, de l'essentiel à l'accessoire	14
2.2 -La pyramide inversée : comment la mettre en œuvre ?.....	14
2.3- Répondre aux questions clés d'emblée	16
3- quelques conseils pour rédiger un bon chapô	18

CHAPITRE 3: Les caractéristiques du chapô dans les journaux Algériens

3.1- 03 minutes pour sortir vos idées.....	19
3.2 - 02 minutes pour prioriser	19
3.3- 05 minutes pour rédiger	19
3.4 – Résumé global des techniques	19
CHAPITRE 3 : Les caractéristiques du chapô dans les journaux Algériens	
1- Revue de presse.....	21
2- Les inconvénients relevés	21
2.1- Absence total du chapô.....	21
2.1.1- Exemple du Version papier	22
2.1.2- Exemple version web	23
2.2- Un chapô trop long n'est pas intéressant.....	23
2.2.1- Quelques exemples sur la longueur du chapo à travers le web	24
2.3- L'absence du gras	25
2.4- un chapô qui ne répond pas à la règle de la pyramide inversé.....	26
2.5- Un chapô rédigé sous forme d'une introduction	27
3- Les avantages relevés.....	27
3.1- Un chapô plutôt accrocheur.....	27
3.2- Un référencement jugé comme efficace.....	28
3.3- Un chapô graphiquement structuré en sens SEO	29
3.4- Des chapô qui vous incitent à la lecture.....	29
3.5- L'information déguisée en chapo , une stratégie efficace à travers les réseaux sociaux	30
Conclusion générale	32

INTRODUCTION GENERALE

L'objectif de la rédaction dans un journal est d'écrire pour être lu ! Tout le monde est capable d'atteindre cet objectif, on peut bien sûr avoir du talent, du style, « être une plume » mais, avant tout, il faut savoir appliquer quelques règles basiques de l'écriture journalistique.

Nos articles sont rarement lus dans leur intégralité. Cependant, la grande majorité des lecteurs, notamment des internautes, lisent le chapô dans sa totalité comme il s'écrit dans le jargon journalistique au lieu de (chapeau), qui signifie le képi qu'on porte sur la tête. Le chapô est un texte synthétique qui vient juste après le titre. Une bonne raison pour lui apporter le plus grand soin¹, il s'agit du niveau de lecture le plus important: une fois que le lecteur a été attiré par l'image et le titre d'un article, il parcourt le chapô qui doit lui confirmer son intérêt pour l'article, l'inviter à lire ce qui suit, à « entrer dans l'article ». Un chapeau est un bref résumé des points forts, un concentré d'informations. Il ne dévoile pas tout mais fournit suffisamment d'éléments pour donner envie au lecteur d'aller plus loin. En une ou deux phrases, le chapeau doit fournir une partie des réponses aux 5W (quoi, qui, quand, où, pourquoi). L'objectif est de plonger le lecteur dans le vif du sujet, le chapô n'est pas toujours

¹ Auteur: Marie-France Rachédi, Animatrice du club journal du collège Les Ormeaux de Fontenay-aux-Roses

présent dans chaque article, surtout lorsqu'il s'agit de courts articles qui peuvent se contenter du seul titre.

Problématique

Lorsqu'un lecteur a été attiré par le titre d'un article, il n'a pas encore vraiment décidé de lire le texte. Le chapô va confirmer ou infirmer cette décision, la plupart des lecteurs lisent intégralement le chapô d'un article, ces quelques lignes méritent donc qu'on s'y attarde. Méthodes et astuces pour un chapô qui accroche.

Car il donne le ton de l'article, sérieux ou léger, neutre ou engagé, il est en cohérence avec le titre et le contenu de votre texte, des études ont montré que neuf fois sur dix, le lecteur lit ensemble le titre et le chapô. Il est donc conseillé de les rendre complémentaires et de créer une continuité entre eux afin d'attirer et intéresser les lecteurs particulièrement le lecteur algérien d'où l'importance de l'information. Dans ce même contexte, il faut apporter un grand soin dans la rédaction du chapô, en outre, la presse algérienne a connu un développement important en matière du journalisme surtout avec l'arrivée de l'internet où le chapô constitue la base de la rédaction web des articles, ce qui a nécessité de faire une étude qui tourne autour de la problématique suivante :

Est-ce que la rédaction du chapô à travers les sites des journaux algériens répond aux normes de la rédaction des écrits journalistiques et web afin d'assurer son but et accrocher les lecteurs ?

CHAPITRE 3: Les caractéristiques du chapô dans les journaux Algériens

Pour répondre à cette problématique on a divisé notre travail de recherche en trois chapitres comme suit :

CHAPITRE 1 : Etude rédactionnelle du chapô

CHAPITRE 2 : Méthode rédactionnelle du chapô

CHAPITRE 3 : Les caractéristiques du chapô à travers les journaux Algériens

Chapitre 1

Etude rédactionnelle du ‘ Chapô ’



1-C'est quoi un **chapô de presse**

Le chapô est un texte assez court, placé au sommet de certains articles comme un chapeau est placé au-dessus de la tête. C'est de là que vient son nom, d'autant qu'il fait partie de l'habillage de l'article. car dans l'univers de la presse, certains préfèrent le graphisme chapô, peut-être parce qu'il est plus original. **Le chapô d'un article est le deuxième élément le plus important après le titre. 95% des internautes le lisent en entier. Il complète le titre. Il donne envie d'en lire davantage.**

Entre le titre et l'article, le chapô occupe la place stratégique pour faire entrer le lecteur dans le texte. Il se distingue du titre et du texte par son aspect graphique car il est écrit généralement en gras et par son contenu, il développe le titre et résume le texte. Il est également, un outil pour introduire le dossier Si vous avez un dossier, le titre et le chapeau introduisent efficacement plusieurs articles sur un même thème. Le chapeau explique le fil conducteur du dossier, l'idée qui relie les articles entre eux.

1.2- La différence entre le chapô et l'introduction

Les rédacteurs web entendent souvent que le chapô est inutile. Bien entendu, c'est faux. Le chapô est une accroche pour le lecteur. Ces quelques lignes doivent servir à attiser la curiosité, doivent être lues très rapidement et donner une information pertinente, le chapô n'est pas une introduction. Son but n'est pas, en général, de justifier votre papier, d'énoncer votre démarche. Son objectif doit être de fournir à votre lecteur, en quelques phrases, les principales informations à connaître Par contre l'introduction est rédigée de manière différente son but est de présenter les points du texte développé plus bas, et mettre en évidence les points d'articulation d'un texte, elle situe le problème, l'expose, insiste sur son importance, et indique la manière dont il est envisagé , elle doit aussi exposer l'état de la recherche dans le domaine précis qui concerne le sujet d'étude²

² Auteur : Audrey Schoettel : quand la rédaction web invente ses codes, Publié le 14 octobre 2014

1.3- Le rôle du chapô

Le chapô à un rôle majeur est celui de motiver le lecteur en l'accrochant et en le captivant à la fois à suivre lecture de l'article, Ces quelques signes de rédaction qu'il faut soigner pour attirer l'internaute, **permettent à un lecteur de prendre connaissance rapidement du contenu de votre page ou article.** Quel que soit le type de chapô choisi, il devra être engageant et confirmer l'envie de cliquer, d'abord créée par le titre. Il doit convaincre le lecteur de l'utilité du contenu. Tout ça passe par **une dose raisonnable d'accroche.** Le chapô à un double objectif le premier est de compléter le titre et apporter un supplément d'information et le second, susciter le désir d'en lire plus, C'est la porte d'entrée d'un article. Généralement bien distinct du reste du texte, le chapô surplombe l'article. Après l'image et le titre

2-Les aspects du chapô

2.1-Appel à la lecture

Sans analogie facile, le chapeau est celui qui va habiller le texte, entre le titre et Le corps de texte. Tel un magicien qui décèle un objet improbable sous son couvre-chef, le chapô doit pouvoir à la fois motiver à la lecture sans pour autant tout dévoiler. Il intrigue et met dans l'ambiance, c'est pourquoi tout rédacteur averti serait bien mal inspiré de l'oublier. Le chapô structure chaque partie sur différents niveaux, et peut être construit selon des critères thématiques ou chronologiques. En quelque sorte, le chapô est à l'article ce que la bande annonce est au film.

2.2-Perspective méthodologique

En tout premier lieu, poser une question éveille l'intérêt du lecteur tout en l'impliquant, dans un deuxième temps, évoquer des choses surprenantes, faire dans le sensationnel, le surréaliste, l'inédit ou l'insolite ne fera que conforter le lecteur dans son choix. Il sera ainsi important de savoir que si le chapô doit aborder le sujet, il ne doit pas le présenter, encore moins en être une synthèse. Il pose éventuellement les questions auxquelles on répondra en conclusion. En suivant la même logique, on terminera par une dernière

invitation à la lecture de type « vous allez voir que », afin d'avoir une relation toujours plus proche et interactive.

2.3 -Forme et typologie

Du point de vue de la forme, un chapô se résume idéalement en quelques lignes, 150-300 signes maximum, avec une Typographie soignée. On privilégiera les caractères gras, afin d'attirer définitivement l'attention du lecteur. Il sera volontiers accompagné d'une image et près du titre si possible, quitte à s'éloigner un peu du corps de texte. Titre, image, chapeau... la densité et la concision sont véritablement primordiaux sur la toile, où l'abondance d'informations rehausse substantiellement les exigences en matière d'efficacité. Les feuilles de style des plateformes d'éditions permettent de travailler automatiquement et efficacement la forme du chapô. Certaines limitent même le nombre de caractère à éditer, en complément de balisages typographiques adaptés.³

Il existe trois principaux types de chapô. Le plus répandu est le chapô informatif (également appelé « introductif », bien que ce terme, à notre avis, prête à confusion), Il contient aussi un message essentiel, celui qui répond à tout ou partie des cinq grandes questions : who, what, where, why, when (qui, quoi, où, pourquoi, quand). Choisissez-le si votre priorité est de délivrer une information concrète à vos lecteurs, Très succinct, il comporte entre 50 et 80% de l'info qui va être développée dans le corps de l'article. C'est le message essentiel sans aucune fioriture: il est souvent utilisé pour les faits divers. Il annonce également l'angle sous lequel le sujet sera abordé.

Si vous souhaitez plutôt attiser leur curiosité, vous opterez peut-être pour le chapô incitatif, très utilisé par la presse « people », comme son nom l'indique, ce type de chapô doit donner au lecteur envie de lire la suite. C'est un peu une accroche énigmatique, qui ne révèle pas l'intégralité de l'info pour que le lecteur soit obligé de poursuivre sa lecture plus loin. Ce chapô est très utilisé dans la presse à scandales qui relate des scoops et ménage le suspense jusqu'à la fin. Mais n'oubliez pas tout de même d'indiquer l'idée générale du texte, d'en préciser l'angle. Enfin, le chapô de rappel, il sert à restituer le contexte dans lequel l'info nouvelle évolue. On a recours à ce type de chapô notamment lorsqu'on écrit sur l'issue d'un procès et qu'il est nécessaire de revenir sur le début de l'affaire avant d'en expliquer le

³ Service Great content : rédaction, « Un bon contenu web nécessite de bons rédacteurs, »

dénouement dans l'article, ce type de chapô est utile pour un article qui s'inscrit dans la continuité d'un ou de plusieurs papiers précédents. Il reprend les principaux éléments.

D'autres chapô sont moins courants mais dignes d'intérêt car assez dynamiques. L'abstract consiste à reprendre un extrait de votre article. Quant au chapô interrogatif, il pose une question tout en dévoilant une partie de la réponse. Dans le cas d'une interview, le chapô peut être une citation de la personne interrogée ou une brève présentation de celle-ci.⁴

Comme pour le titre, un chapô pertinent s'écrit une fois votre article rédigé. Faites court (entre 150 et 300 signes) et exprimez-vous clairement et simplement. Mais attention, un chapô très réussi suscitera une attente forte de vos lecteurs. Veillez à ce que votre article soit à la hauteur.

3- Chapô et rédaction web

La presse écrite quitte progressivement l'univers du papier pour rejoindre l'univers du numérique. En effet, ses lecteurs optent de plus en plus pour un support dématérialisé. Et si la cohabitation est aujourd'hui possible, la dynamique est nettement en faveur du numérique. C'est pour cette raison qu'il faut Mieux capter l'attention grâce au micro-contenu.

Aujourd'hui, la mobilité a développé un nouveau comportement de lecture chez les utilisateurs que les entreprises ont tout intérêt à intégrer : de plus en plus connectés tout au long de la journée avec une durée de l'attention en ligne de plus en plus limitée. Ce qui explique l'importance gagnée par le micro-contenu, plus en phase avec les nouveaux usages. Alors, faut-il simplement se focaliser sur le micro-contenu pour capter l'attention de sa cible.

Le chapô est une accroche qui ne doit pas être négligée dans le cadre de la rédaction d'un article. Il est avec le titre l'un de ses éléments les plus importants, car il va amener ou non le lecteur à poursuivre sa lecture. Selon plusieurs études réalisées, il serait le deuxième élément le plus important d'un article, d'autant plus pour le contenu en ligne. Pas moins de 95% des lecteurs lisent le chapô intégralement. De plus, les moteurs de recherche indexent aussi les sites à partir du critère de temps passé sur une page. Le chapô devient alors un véritable facteur clé succès dans le cadre d'une stratégie de référencement.

⁴ Rédact Event : prenez soin de votre chapô : article posté dans Astuces de rédaction

3.1- Par rapport au référencement

Le SEO fait partie de la vie du rédacteur d'articles et de tout webmaster de site web ou de blog WordPress. La place dans les moteurs de recherche se fait rare, il faut donc se positionner sur des mots clés spécifiques, connaître les forces et les faiblesses de chacun, et apprendre comment **optimiser chaque élément d'un article notamment le chapô**

Le savez-vous ? Google tient compte du temps passé par les internautes sur vos pages, c'est un de ses nombreux indicateurs de qualité. Si la majorité des visiteurs quitte de suite votre site, il y a des chances que votre contenu ne répond pas à ses attentes. Votre référencement naturel risque d'en pâtir. Le rôle du contenu est déterminant, certes. Mais aussi brillant soit-il, le contenu n'a de sens que s'il est lu. Car pour attirer le regard des internautes et susciter le clic. Le chapeau assure la continuité du titre. Il doit conforter le lecteur dans son choix, présenter brièvement le contenu du texte et allécher l'internaute.

3.2- Par rapport à l'ancrage visuel

Le premier rôle du chapô est d'attirer le regard du lecteur et de guider son parcours de lecture. Des études d'eye-tracking montrent que 95% des internautes lisent les chapeaux en entier, si pour cette raison qu'il faut lui assigner une identité visuelle propre et explicite.

Penser aux caractères gras Dans le corps de l'article, on peut ensuite valoriser les informations-clés par des effets typographiques. En la matière, l'usage du gras se révèle le plus efficace : il n'agresse pas l'œil. Contrairement à l'italique, peu lisible, et au souligné, réservé aux liens, il assoit la lisibilité. Mieux, si le mot en gras interpelle l'internaute, il oriente ensuite son regard vers les informations qui le précèdent. En plus, le gras est reconnu par les algorithmes de Google, qui accordent plus d'importance aux mots mis ainsi en valeur.

3.3- Par rapport à son objectif

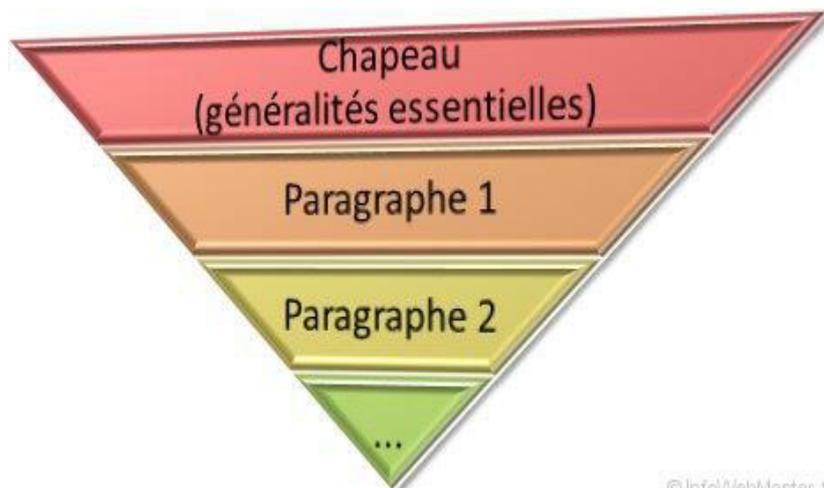
On vous l'a déjà répété à plusieurs reprises. En rédaction web, privilégiez la concision. Le chapeau ne déroge pas à la règle. Faites court, simple, allez droit au but. Le chapô ne doit pas résumer tous article dans le détail. Il doit en synthétiser l'idée globale. Limitez la longueur de vos chapeaux à maximum 300 signes espaces compris. Un bon exercice est de rédiger d'abord votre balise méta-description (taille maximale 160 signes).Étoffe-la avec quelques

informations complémentaires. Vous avez votre chapeau. Vous le constatez. Le chapeau n'est rien de plus qu'une version étoffée de la balise méta description.⁵

⁵Auteur : **Julien Geets** : un chapeau pour découvrir votre contenu, article posté le **avril 5, 2013**

Chapitre 2

Méthode rédactionnelle du ‘ Chapô ’



1-Technique de base de rédaction sur le web

La première règle est bien sûr d'avoir quelque chose à dire. Ce qui fait courir le journaliste, tous les jours, c'est le quoi de neuf ? Quoi de neuf et d'intéressant dans ma ville, mon quartier, mon pays ou, pour les élèves, dans mon école, mon collège, mon lycée, l'information, le message essentiel, c'est la réponse à cette question quoi de neuf ? Pour transmettre ce « quoi de neuf ? » il faut commencer par répondre aux questions de référence : Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Pourquoi ? Les réponses à ces questions doivent intervenir dès le début de l'article c'est à dire dans le chapô afin de signaler au lecteur : voilà l'histoire que je vais te raconter. Puis, le reste de l'article consistera à donner des détails.⁶

Le chapô constitue l'essence de votre page web. En quelques mots, il synthétise votre contenu permettant une compréhension rapide pour le lecteur pressé et une invitation à lire la suite pour le lecteur curieux. Pour Google, il constitue une source d'information cruciale pour votre référencement.



⁶ Auteur : Marie-France Rachédi, Animatrice du club journal du collège Les Ormeaux de Fontenay-aux-Roses. D'autres fiches sur le blog : <http://journaldesormeaux.blogspot.com>

1.2- Le choix des mots clés

Les mots clés sont d'une grande importance : si on se positionne mal, même le meilleur des articles ne sera jamais à la première place de Google. Il faut les choisir sur un secteur peu concurrentiel mais dont on sait qu'il y aura de la recherche dessus. C'est toute la difficulté de trouver les bons mots clés qui sont le point de départ de la construction du site et permet de composer un contenu cohérent.

Tout d'abord, il faut chercher à employer des mots courts, simples (les plus usuels), précis, concrets, et imagés. Il y a souvent un mot juste pour chaque situation, il faut essayer de le trouver tout en évitant des mots scientifiques et techniques. Ils ne sont pas compréhensibles par tout le monde ou expliquez les. Première chose à faire avant de les utiliser : les comprendre. Sinon vous ne saurez pas transmettre l'information dans toute sa précision à vos lecteurs. Il faut éviter également d'employer trop de chiffres en choisissant les plus significatifs. Préférez un pourcentage à un chiffre brut : il permet de comparer.

En réalité il ne s'agit pas nécessairement d'un seul mot, mais généralement d'une expression. Un mot clé ou une expression clé désigne le terme que l'internaute va utiliser sur un moteur de recherche pour trouver une information, ces mots vont être l'un des éléments essentiels de votre référencement naturel, Ce sont ces mêmes mots clés que les internautes tapent lorsqu'ils font une recherche sur Google pour trouver les informations s'y rapportant. Si ces mots clés figurent dans le contenu de votre site, alors vous aurez des chances d'apparaître dans les résultats de recherche.⁷

Pour commencer à lister les mots clés, il faut simplement répondre à cette question :
A qui vous adressez-vous à travers votre site internet?⁸

1.2.1- La stratégie des mots clés à établir

Chaque mot clé a un rôle précis et demande un travail plus ou moins rigoureux. Le choix de vos mots clés a un impact direct sur votre référencement, notamment sur le contenu

⁷ Auteur : Eugénie Di Leone : comment améliorer son référencement naturel, posté le 31/07/2013

⁸ Florian P. on août 3, 2014 in [Inbound Marketing](#), [SEO](#) et [Référencement](#)

De vos pages, vos liens retours. Voici une liste qui pourra vous guider dans le choix de mots clés :

- Trouver des synonymes et varier les expressions pour élargir le champ lexical du texte.
- Penser « expression clé » plutôt qu'un seul mot car les recherches des internautes comptent plusieurs mots ou expressions.
- Opter pour des mots clés peu concurrentiels mais à fort trafic, autrement dit des mots clés de niche qui correspond au mieux à votre cible, les mots clés doivent correspondre à trois facteurs importants :
- **Leur densité de recherche** : le mot clé doit être recherché par les internautes.
- **Leur pertinence** : le mot clé doit correspondre au thème de votre site.
- **La convoitise** : le mot clé est-il concurrentiel ?

1.3- Le chapô résume l'essentiel de l'information

Le chapô, c'est un court texte qui va résumer votre article. Il est d'ailleurs conseillé de le rédiger après l'article en lui-même. Résumer le contenu l'information est essentiel dans la rédaction du chapô, car un bon résumé doit communiquer au lecteur tous les aspects importants du contenu en question, tout en éliminant les détails secondaires, par souci de clarté, tout en évitant une description trop longue du contexte intellectuel de l'article, il est plus important de traiter la question de recherche à proprement parler. Pour résumer un article. Il faut tout d'abord faire une lecture global de ce dernier afin de dégager le thème traité, ensuite relire le texte le crayon à la main pour aller à l'essentiel en soulignant les mots qui expriment les liens logiques d'une idée à une autre, il faut résumer paragraphe par paragraphe, en relevant les idées développés en éliminant tout détail secondaire , mettre en évidence l'enchaînement des idées en dégagent nettement les éléments de la conclusion.⁹

1.3.1-La longueur du résumé

⁹Auteur : **Stéphanie Jaubert** , Le résumé de texte Broché – 9 avril 2012

Un résumé ne doit pas dépasser 150-300 caractères. Tenez compte de la longueur et des détails de ce qui est résumé, pour un article de trois pages, un résumé de 25 mots suffit.

Évitez le langage familier et utilisez des phrases complètes, il faut éviter les jugements personnels sur la valeur et le mérite de l'article. La plupart des résumés efficaces se composent d'un seul paragraphe bien formé, avec une formulation du sujet, un développement, et une conclusion.

1.3- Un chapeau lourd de sens en SEO

Au-delà de l'intérêt d'un article, l'attention particulière portée à la rédaction web d'un chapeau est directement en lien avec un objectif de référencement. **Votre chapô doit impérativement contenir le mot-clé cible de référencement de votre page et si possible en début de paragraphe.**

Placé sous le titre éditorial de la page et avant le contenu de l'article Autre règle importante, votre chapeau doit être signalé à Google par l'utilisation de balises spécifiques. **En règle générale, le chapeau utilise les balises <h2> pour dénoter son importance.**

Si vous ne définissez pas de balises <Meta Description> dans votre page ou article, **Google utilisera par défaut le chapeau pour décrire votre lien dans ses résultats de recherche.** Néanmoins, il est conseillé de renseigner spécifiquement cette balise <méta description> pour deux raisons. La première est son nombre de caractères limités. Elle est limitée à 175 caractères, or votre chapeau fera souvent plus. Deuxièmement, l'objectif de la <méta description> est d'inciter l'utilisateur à cliquer sur votre lien dans les résultats de Google alors que votre chapô a pour objectif de synthétiser votre article tout en donnant envie de le lire en entier.¹⁰

¹⁰ Auteur [Laurence Zaïed](#) : comment booster son SEO avec un chapô posté le 04/07/2015

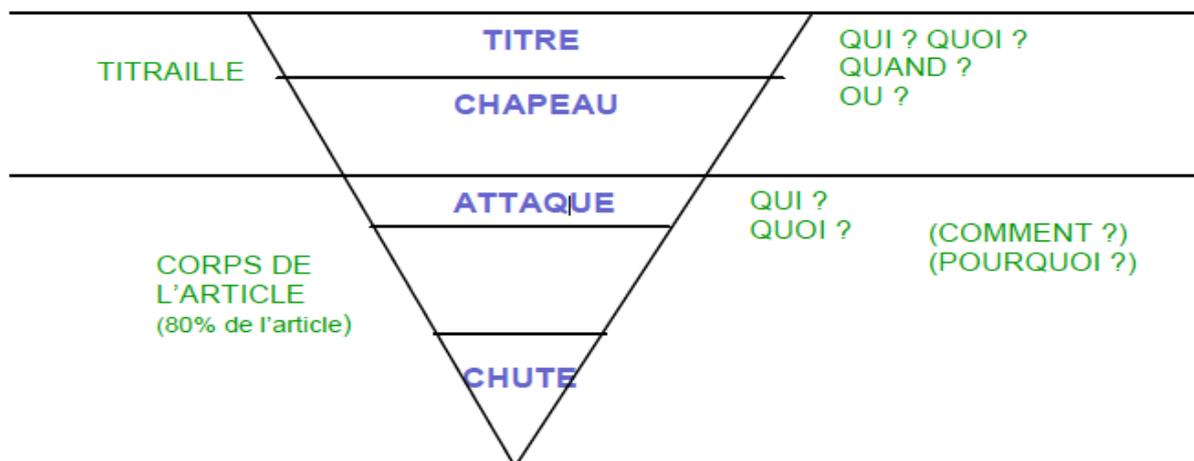
Titre de l'article – H1

Chapeau – H2

Contenu web

2- La pyramide inversée, une technique de développement indispensable

Est une technique d'écriture à l'efficacité renversante, il faut commencer par dire l'essentiel avant de développer les informations plus accessoires : tel est le principe de la pyramide inversée. Cette technique de rédaction s'impose comme une nécessité lorsque l'on conçoit un site ou des textes pour le web. Elle satisfait efficacement l'internaute, pressé et volage. La notion de pyramide inversée se compose de deux termes qui parlent d'eux mêmes.¹¹



Appliquée à la création de contenus, la pyramide inversée donne à voir en premier lieu l'essentiel du propos. Celui-ci est ensuite développé du général vers le particulier et de l'essentiel vers l'accessoire.

¹¹Auteur : Muriel Vandermeulen-Écrire Pour le Web : Contenus et canaux web

- La Pyramide induit une organisation hiérarchique des informations, qui s'enchaînent entre elles de manière fluide et logique.
- Inversée suppose que la partie la plus large du triangle pyramidal se trouve en haut et la plus étroite en bas. Autrement dit, que le générique précède le spécifique.

2.1-La pyramide inversée : du général au particulier, de l'essentiel à l'accessoire

Lorsque l'on rédige en pyramide inversée, les informations sont développées par ordre d'importance décroissante. Au tout début de l'article, elles sont résumées par un chapô. La pyramide inversée se révèle donc l'exact opposé du principe qui veut que l'on garde le meilleur pour la fin.

Cette technique est notamment appréciée par les agences de presse. Les dépêches qu'elles publient, par exemple dans le cas de l'annonce d'un décès, d'une catastrophe ou d'une nouvelle loi doivent être vite appréhendées. Pour y parvenir, il convient de hiérarchiser l'information pour éclairer tôt le lecteur avec l'essentiel. Quitte à ce qu'il poursuive s'il veut en savoir plus.

Sur Internet, la pyramide inversée s'impose davantage encore. En effet, le lecteur en ligne ne s'attarde pas sur les pages web. La plupart du temps, il les survole en à peine 1 minute. Les yeux fatigués par l'écran, il s'arrête dès qu'il a compris ou estime en savoir assez. Autant donc éviter qu'il fuie sans avoir saisi la teneur du message. Ecrire en pyramide inversée suppose de miser sur des méthodes consistantes, quel que soit le niveau de granularité auquel on se situe.

2.2 -La pyramide inversée : comment la mettre en œuvre ?

Très structurée, l'écriture en pyramide inversée capitalise sur des méthodes rigoureuses, avant de rédiger Symbole de modernité par excellence, l'écriture en ligne gagne

CHAPITRE 3: Les caractéristiques du chapô dans les journaux Algériens

pourtant à emprunter les techniques de la bonne vieille rhétorique latine. Selon Cicéron & ses acolytes, la rédaction passe par trois phases :

- Inventio : on liste toutes les informations dont on dispose sur un sujet donné
- Dispositio : on met en ordre ses idées, on les organise et hiérarchise
- Elocutio : on passe à la conception proprement dite La phase de hiérarchisation est particulièrement structurante. Une fois le recensement terminé, elle permet ainsi de répondre à la question suivante : s'il n'y avait qu'une seule donnée à transmettre, qu'elle serait-elle ?

Autrement dit, par quelle info s'agit-il de commencer ? Identifier l'information-clé suppose de se placer dans la peau de l'utilisateur en se demandant :

- De quoi a-t-il besoin ?
- Que vient-il chercher ?
- Quel bénéfice peut-il tirer du contenu proposé ?

Si l'on imagine le lancement d'une offre par un équipementier sportif, que l'on nommera RollerMe, et sa communication, articulée autour de 7 messages-clés :

1. RollerMe et n°1 Sport s'associent pour le meilleur
2. Offrez deux cadeaux plutôt qu'un à votre enfant
3. RollerMe est leader sur le marché des rollers en ligne
4. Pour toute paire de rollers achetée chez n°1 Sport, RollerMe vous offre des coudières. Economique !
5. Offre valable du 1er au 30 décembre
6. C'est bientôt Noël : pensez à gâter vos enfants !
7. La sécurité à rollers, c'est essentiel !

La phase de classement, visant à identifier l'information-clé, permettra de déterminer qu'il faut commencer le texte par le message 4. Pour toute paire de rollers achetée chez n°1

CHAPITRE 3: Les caractéristiques du chapô dans les journaux Algériens

Sport, RollerMe vous offre des coudières. Point d'entrée idéal, celui-ci est la plus à même de susciter l'intérêt du lecteur puisqu'il valorise le bénéfice-consommateur. Démarrer un contenu par ce qui implique l'internaute au premier chef, c'est miser sur le principe journalistique appelé loi de proximité. Plus les contenus sont proches de l'utilisateur (dans le temps, dans l'espace, de son affect), plus ils lui donnent envie de les parcourir. Par exemple, on débutera plutôt par La nouvelle loi sur le téléchargement suspendra les internautes récidivistes, qui joue sur la peur, que par Pour limiter le téléchargement illégal, en essor constant...?

Lorsqu'on écrit un article, il est important de bien respecter la structure de la pyramide inversée, c'est à elle que doit ressembler votre article: tout en haut de la pyramide, à son

sommet, l'essentiel de l'information : notre **chapô** ; en bas de la pyramide, à la base doit se trouver les détails.

Pour être sûr que les informations essentielles sont contenues dans votre article, ce dernier doit faire appel aux cinq questions de base 5W : Qui, Quoi, Où, Quand, Pourquoi (en anglais : Who, What, Where, When, Why). Ces cinq informations doivent apparaître dans la première partie de l'article, idéalement dans votre **chapô** (on peut y ajouter deux H : How et How Much).

Après le titre, il faut que le chapô soit accompagné d'une image, car il s'agit du niveau de lecture le plus important. La plupart des utilisateurs vont d'abord regarder l'image, ils doivent donc être d'abord attirés par celle-ci. Ensuite, si le titre et l'image l'intéressent, il parcourra le chapô qui doit lui confirmer son intérêt pour l'article et l'inviter à lire ce qui suit, à « entrer dans l'article »

Il faut également savoir que le chapô n'est pas toujours obligatoire dans chaque article, surtout lorsqu'il s'agit d'articles courts qui peuvent se contenter seulement du titre.

2.3- Répondre aux questions clés d'emblée

Dans un chapô, par exemple On l'a vu : sur le web, on a tout intérêt à ne pas entretenir le suspense, et à fournir toutes les clés dès les premières lignes. Pour un article de fond par exemple, l'idéal consiste à répondre dans le début du texte à 4 questions. Il s'agit des fameuses "4 W" :

1. What : de quoi s'agit-il ?
2. Who : de qui s'agit-il ?
3. When : quand cela est-il arrivé / a-t-il commencé / va-t-il commencer ?
4. Where : où l'événement s'est-il produit / va-t-il se produire ?

Par exemple, dans cette phrase introduisant une offre commerciale : Du 1er au 30 décembre, RollerMe vous offre des coudières pour chaque paire de rollers achetée chez n°1 Sport.

1. vous offre des coudières pour chaque paire de rollers répond à la question What ?
2. RollerMe répond à la question Who ?
3. Du 1er au 30 décembre répond à la question When ?
4. achetée chez n°1 Sport répond aux questions Where ?

Si l'opération le séduit, le lecteur peut décider de poursuivre sa lecture, pour en savoir plus sur la marque ou mieux comprendre l'intérêt des coudières. Si elle ne l'intéresse pas, il peut s'arrêter là, Mais au moins, le rédacteur n'aura pas le regret d'être passé à côté d'un client potentiel. Toujours lorsque l'on rédige des contenus, on gagne à regrouper les informations-clés dans un chapô. Lu en entier par la quasi totalité des internautes selon plusieurs études de suivi du regard, il n'introduit pas l'article mais le résume. Factuel, il s'appuie sur des données concrètes et fournit déjà des réponses.¹²

¹² Ce texte est extrait du site [ContentMe](#) (version originale du mémoire : [La pyramide inversée : la base de l'écriture web](#)).

3- Quelques conseils pour rédiger un bon chapô

Selon plusieurs rédacteurs web, particulièrement Laurence Zaied qui est professionnelle du marketing digital depuis plus de 10 ans, rédiger un bon chapô, ce n'est pas si compliqué avec un peu de méthode et d'entraînement. Voici une méthode simple dès qu'en est « coincée » et qu'en n'arrive pas à écrire un chapeau. Si vous le pouvez, utilisez un minuteur, c'est encore plus efficace. La sonnerie de fin vous aide en général à conclure.



10 minutes
pour rédiger
un “chapô”

3 minutes pour sortir vos idées



Jetez sur le papier toutes les idées que votre article doit contenir.

2 minutes pour prioriser



Entourez les idées-clés de votre article. Maximum 3.

5 minutes pour rédiger



Rédigez en donnant envie au lecteur de lire la suite !

simplySocial

3.1- 03 minutes pour sortir vos idées

Prenez une feuille de papier, votre clavier ou votre tablette, l'outil avec lequel vous êtes le plus à l'aise. Pendant 3 minutes, montre en main, jetez sur le papier ou sur l'écran, toutes les idées essentielles que votre article ou votre page doit contenir. Tout ce qui vous passe par la tête, sans distinction.

3.2 - 02 minutes pour prioriser

Relisez attentivement toutes vos idées. Entourez ou surlignez les plus importantes, les idées-clés qui constituent votre page ou article. Et si possible, affectez-leur un numéro par ordre de priorité. Pour être efficace, un chapeau doit être concis. Ne choisissez donc pas plus de 3 idées importantes.

3.3- 05 minutes pour rédiger

Maintenant que vous avez les 2 ou 3 idées maîtresses, rédiger votre chapeau est une pure formalité. Pensez à utiliser des formulations percutantes qui vont donner envie au lecteur de lire la suite de votre page. Et comme il ne sert à rien dans ce type d'exercice d'être perfectionniste, arrêtez-vous quand le gong retentit. Si à ce stade, vous n'êtes pas encore complètement satisfait, 10 minutes de plus sur votre chapeau ne vont rien changer. Rédiger

Le reste de la page vous permettra sûrement de mettre le doigt sur ce qui ne va pas. Vous pourrez alors mettre la dernière touche à votre chapeau, tout à la fin. Et dernier conseil, n'oubliez pas de vous relire. Les fautes d'orthographe ou de grammaire dès le chapeau ne font pas honneur à la qualité de votre article.¹³

3.4 – Résumé global des techniques de rédaction

Limitez l'accroche à un seul paragraphe : court. Pour vos chapeaux, nous conseillons de ne pas dépasser **350 caractères**, et créer une **cohérence** entre les mots utilisés et le titre de l'article.

Utilisez la mise en gras ou un fond de couleur distinct : il faut **différencier visuellement votre chapô** du reste du texte (couleur, gras,) pour mettre le chapô en évidence. Jamais le souligné ni les italiques.

Le chapô constitue la base de l'information : Le reste de l'article ne fait qu'apporter plus de détails, résumez l'essentiel de l'information, pour cela, appliquez la technique des "5 W" qui conduit à répondre aux 5 questions de base que se pose le lecteur : Who ? What ?

¹³ Auteur [Laurence Zaïed](#) : comment booster son SEO avec un chapo posté le 04/07/2015

When ? Where ? Why ? Autrement dit : qui est concerné ? Quelle est la nouvelle, de quoi est-il question ? Quand cela s'est-il produit ou quand cela va-t-il se produire ? Où ? Pourquoi ?
Écrire de manière simple

Aller droit au but : évitez d'introduire un sujet par un texte d'accueil protocolaire ou par des précautions d'usage. Appliquez le principe de la « pyramide inversée » qui veut que l'on commence par l'essentiel, pour aller ensuite vers le détail et vers la nuance. **Indiquer une information** qui sera développée dans les premières lignes, **en rédigeant de manière claire et concise** pour donner envie de lire la suite.

Chapitre 3

*Les caractéristiques du 'Chapô' à
Travers les journaux Algériens*



1- Revue de presse

Selon notre étude basée sur les principes de l'écriture journalistique et rédaction web relevés dans les chapitres précédents, nous avons réalisé une revue générale de presse algérienne, afin d'étudier le chapô. Cette étude qui a été menée au niveau du siège du journal Réflexion, a permis de relever plusieurs résultats, car l'importance de l'habillage pour un texte de presse en ligne en Algérie est souvent sous-estimée. Or, la position unique de l'article sur la page web renforce, amplifie l'effet de l'habillage sur la perception qu'aura le lecteur de votre article notamment le chapô. En effet, dans un journal papier, un article est rarement isolé : il est entouré d'un voire de plusieurs autres articles : sur le web, le lecteur n'a que votre article sous les yeux, et l'habillage bénéficie d'un impact d'autant plus important.

2-Les inconvénients relevés

2.1-Absence total du chapô

Certains journaux n'utilisent pas parfois le chapô dans leur site web ou même dans la version papier à l'image du journal le carrefour d'Algérie, le quotidien d'Oran, le citoyen....Etc. où les articles sont diffusés directement sans chapô, par ailleurs chez d'autres journaux, certains journalistes l'utilisent et d'autres non, en raison de son rôle et son importance peut être, ce flux important d'information ne donne pas envie au lecteur de lire la suite de votre page. Car le chapô est un élément déterminant. Le deuxième après le titre, il conditionne le comportement de 95% des internautes. Il faut qu'il soit rédigé avec soin tout en contenant une dose d'accroche nécessaire pour vendre le contenu.

2.1.1-Exemple du Version papier

Le prélèvement de reins sur cadavres à partir de juin prochain

Le prélèvement de reins sur cadavres est prévu "à partir du mois de juin" prochain au service Néphrologie et prise en charge des insuffisants rénaux au Centre hospitalo-universitaire Mustapha Bacha d'Alger, a indiqué jeudi à Bouira son responsable, précisant que l'opération permettra de répondre à la forte demande en matière de transplantation rénale. "Nous prévoyons lancer l'opération de prélèvement de reins sur cadavres à partir du mois de juin prochain au CHU de Mustapha Bacha d'Alger", a affirmé M. Haddoum Farid lors d'un colloque régional sur la néphrologie organisé à l'Institut national de formation professionnelle de Sour El-Ghozlane (sud de Bouira) par l'association El-Amel d'aide aux insuffisants rénaux. A cet effet, une opération d'inscription des malades rénaux au niveau du service néphrologie a été entamée. "Nous saisissons justement la présence de la presse et des médias au colloque régional pour sensibiliser et informer le grand public sur cette démarche afin que les patients se rapprochent de notre établissement", a souligné M. Haddoum, qui est également en-



seignant en médecine. "Pour le moment on a recensé une centaine de malade et on souhaite arriver à 1000 patients d'ici à la fin de l'année en cours", a-t-il souligné. Selon les statistiques données par le même responsable, "20.000 personnes souffrent de maladies rénales, dont 5.000 d'entre elles nécessitent une transplantation urgente de reins qui doit se faire dans un délai ne dépassant pas les trois ans afin d'aider ces patients à en finir avec ce problème de

santé publique". "Nous réalisons presque 100 à 150 greffes rénales chaque année, et une cinquantaine de greffes rénales ont été réalisées durant le premier trimestre 2015", a fait savoir M. Haddoum lors de cette rencontre à laquelle ont pris part plus d'une centaine de médecins spécialistes et professeurs venus de Bouira et d'Alger. Le même responsable a toutefois relevé que "ce chiffre reste très insuffisant par rapport à la demande enregistrée".

11 contrebandiers arrêtés

Onze (11) contrebandiers ont été arrêtés et une quantité de denrées alimentaires saisie mercredi au Sud du pays par des éléments de l'Armée nationale populaire (ANP), indique jeudi le ministère de la Défense nationale dans un communiqué (MDN). "Dans le cadre de la sécurisation des frontières et de la lutte contre la contrebande et le crime organisé, deux détachements de l'ANP, relevant du secteur opérationnel de Tamanrasset et de Bordj Badj Mokhtar (6ème région militaire) ont arrêté, le 29 avril 2015, onze (11) contrebandiers et saisi quatre (4) véhicules, 1.300 kg de denrées alimentaires, quatre (4) détenteurs de métaux et 420 litres de carburants", précise la même source. D'autre part, les éléments des Gardes-frontières de Bab El-Asa, relevant du secteur opérationnel de Tiemcen (2ème région militaire) "ont saisi 34 kg de kif traité ainsi qu'une quantité de carburant s'élevant à 1.380 litres destinée à la contrebande", ajoute le communiqué. Par ailleurs, et au niveau de la 4ème région militaire, un détachement relevant du secteur opérationnel de Djanet, "a saisi, sept (7) téléphones portables, une somme d'argent de 6.500 CFA et deux (2) détecteurs de métaux", conclut la même source.

Justice

400 enfants mineurs dans les établissements pénitentiaires

Quatre-cents (400) enfants mineurs courent dans les établissements pénitentiaires à travers le pays, a indiqué jeudi à Alger la Direction générale de l'Administration pénitentiaire et de la réinsertion sociale des détenus. Interrogé lors d'une rencontre

Electricité et gaz

Un appareil permettant de réduire

de 30% la consommation créé par des étudiants

12 Le Quotidien d'Oran
Samedi 02 mai 2015

L'ambassadeur de Grande-Bretagne à Alger

«Le terrorisme ne peut pas faire obstacle au développement de la langue anglaise»

Mokhtaria Bensaïd

Si dans les années précédentes, peu d'intérêt était accordé à l'enseignement de la langue anglaise, aujourd'hui, les choses ont changé et l'Algérie et la Grande-Bretagne font de cet outil une priorité surtout après les attentats de Tiguentourine. Le terrorisme ne peut pas faire obstacle au développement de cette langue en Algérie. C'est le message qu'a voulu faire passer l'ambassadeur de Grande-Bretagne à Alger, Andrew Noble, présent hier à Oran pour l'ouverture de la 2^{ème} conférence internationale de l'enseignement de la langue anglaise sur « les pratiques communicatives dans l'enseignement de la langue anglaise (ELT) au 21^{ème} siècle » qui s'étalera sur 2 jours. Il a expliqué lors d'une conférence de



pondrait plus à l'avenir à cette plus important. Et l'impact qu'ils

Relation justice-presse en débat L'auto formation en couverture des affaires judiciaires, le meilleur «garant»

Houari Saaidia

La question n'est certainement pas de savoir ce qui est le plus utile au bon fonctionnement d'un Etat de droit démocratique : une presse libre et critique ou une justice indépendante et efficace. L'un et l'autre sont les gardiens d'un régime démocratique. C'est pourquoi il est essentiel qu'ils coexistent de manière harmonieuse.

La mission de la presse est d'informer de manière critique, y compris sur la justice. Et il appartient à la justice de veiller à garantir à tout un chacun le droit à la présomption d'innocence et à un procès équitable. Cette tension débouche sur un paradoxe pour les citoyens d'un Etat de droit démocratique : d'une part, une information libre et critique est une des conditions d'un régime démocratique, de l'autre elle peut précisément compromettre un

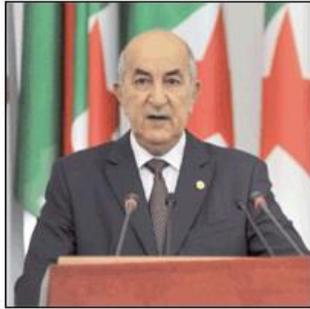
Au-delà des idées d'ordre juridique, politique parfois, et même philosophique, ainsi que des éclairages purement techniques qui ont été apportés lors de cette rencontre abritée par la grande salle d'audience du tribunal d'Oran de Cité Djamel, le message le plus pertinent et qui, à notre sens, recèle le plus l'idée principale du sujet actuel, c'est la « recommandation » émise par le président de la Cour d'Oran, M. Medjati dans ce propos de conclusion. « Le maître-mot de tout cela, c'est l'autoformation, l'auto-didaxie du journaliste pour celui qui veut se spécialiser dans la chronique judiciaire. Le journaliste doit se prendre en charge individuellement en la matière car, en définitive, ce genre de rencontres bien qu'il soit très utile certes, n'est qu'un point de cadrage, d'éclairage, et non pas une formation en

« En remarque que ces articles sont écrits directement sans chapô puisqu'ils ne sont pas différenciés visuellement en gras, le premier paragraphe n'est pas considéré comme chapô car il perd ses caractéristiques et son rôle »

2.1.2-Exemple version web

Abdelmadjid Tebboune / Accord avec des opérateurs étrangers pour la création de cinq usines de logements préfabriqués

Publié le 28 décembre 2014



Le ministre de l'Habitat, de l'urbanisme et de la ville, Abdelmadjid Tebboune a annoncé, à Alger, la conclusion d'un accord avec cinq opérateurs étrangers pour la création d'usines de logements préfabriqués qui permettront de renforcer les capacités de réalisation nationales. Tebboune a précisé lors du forum d'El-Moudjahid que son département ministériel était parvenu la semaine dernière à un accord avec cinq entreprises étrangères pour le transfert des techniques de construction modernes à travers la création d'usines de logements en Algérie. Le ministère avait lancé début 2014 un avis d'appel d'offres à l'adresse des entreprises de construction nationales et étrangères pour la création d'usines de logements moyennant des avantages accordés par les pouvoirs publics en Algérie, dont des contrats d'achat garantis pendant cinq ans et des facilités en matière de foncier. Ces projets s'ajoutent aux cinq usines qui seront créées en 2015 par la société de gestion des participations de l'Etat «SGP- Indjab» dans le cadre de la modernisation des moyens nationaux de réalisation et qui permettront de réduire les coûts et les délais de réalisation et d'augmenter l'attractivité du secteur de la construction sur le marché du travail. La stratégie visant à intensifier les projets en matière d'industrialisation du logement permettra d'accroître les capacités de réalisation pour venir à bout de la crise du logement à l'horizon 2019. Le ministre prévoit la réalisation de 1,6 million d'unités, dont 400000 dans le segment de la location-vente.



Programme TV Nationale

2.2- Un chapô trop long n'est pas intéressant

Le chapô ne doit pas être trop long, pour donner des ordres de grandeur, pas plus de 10 % de la taille du texte principal, et surtout pas plus de 30 secondes de lecture, certains journaux à travers leurs sites web où la rédaction doit répondre aux normes de la rédaction web normalement un bon chapô ne doit pas dépasser les 350 caractères (cela correspond à 2 lignes), mais ce, ne l'est pas le cas pour certains journaux comme l'écho d'Algérie, réflexion, le temps d'Algérie même en ce qui concerne l'ancrage visuel on remarque que le gras n'est pas utilisé dans certains journaux ce qui rendra le référencement et la recherche difficile à travers les moteurs de recherche, même l'habillage de l'article en général, trop de détails trop d'informations qui épuisent l'œil du lecteur, car il faut comprendre le lecteur avant de savoir s'adresser à lui, et avant de s'adresser à Google.

2.2.1-Quelques exemples sur la longueur du chapô à travers le web

le journal "Le temps d'Algérie"

Boko Haram, quelques-unes commencent à parler. Prisonnières pendant de longs mois dans le nord-est du Nigeria, elles racontent leur souffrance, la faim, les privations et les menaces.

[Lire la suite...](#)

03-05-2015
YÉMEN

Le pays au bord de l'effondrement

La guerre du Yémen est sans doute le conflit armé de trop dont le Golfe n'avait pas besoin. Pas plus que le Yémen qui se trouve plus que jamais au bord de l'effondrement, comme vient d'avertir l'ONU. Aujourd'hui c'est toute la région

qui est menacée par une instabilité durable et aux conséquences imprévisibles. Malgré cette menace, la communauté internationale, les pays de la région surtout, font-ils ce qu'il faut pour sauver la situation ? Pourtant, l'expérience des «Printemps arabes» enseigne qu'aucun conflit armé entretenu de l'étranger n'a trouvé de solution.

[Lire la suite...](#)

02-05-2015



Un député grec néonazi agresse deux femmes sur un plateau télé

Applications Bienvenue sur Faceb... google.dz google Facebook 1 Notifications Fermer

JOURNEE INTERNATIONALE DE LA LIBERTE DE LA PRESSE : La déontologie à l'épreuve des médias algériens

La Journée mondiale de la liberté de la presse fêtée ce dimanche 3 mai 2015 a vingt-deux ans. Depuis 1993, elle est l'occasion de célébrer ce principe fondamental et de défendre l'indépendance des médias, mais aussi de faire le bilan de l'évolution de la liberté de la presse à travers le monde. De son côté l'Algérie, fort convaincue de l'importance et du rôle de la presse qui lui revient dans le monde de l'information, le Président de la République, Abdelaziz Bouteflika décrète le 22 octobre de chaque année, journée nationale de la presse, au même titre que les autres catégories socio-professionnelles, un geste très fort de soutien sans restrictions à la liberté de la presse en Algérie. La réflexion sur l'éthique et la déontologie des médias suscite diverses questions, et débats en Algérie. Un sujet, dont le ministre de la communication, Hamid Grine, ne cesse d'expliquer aux gens du métier durant ses interventions et notamment durant ses visites à travers les wilayas lorsqu'il est en contact direct avec les journalistes.



Aujourd'hui dimanche 3 mai 2015, est un jour fort symbolique pour la corporation journalistique, nous célébrons en effet, la Journée internationale de la liberté de la Presse, comme chaque année avec un rappel du bilan de l'état global de la situation des médias et des journalistes et notamment en Algérie dans l'exercice de leur fonction. Mais pas uniquement, puisque c'est une belle occasion pour débattre et analyser l'évolution des médias dans le pays depuis l'ouverture du champ médiatique à la faveur de la promulgation de la Loi n° 90-07 du 3 avril 1990 relative à l'information, initiée par l'ancien Chef du Gouvernement Mouloud Hamrouche, née des convulsions de l'après-October 1988. L'écriture journalistique demeure ce fin exercice de recherche d'un équilibre entre le rapport fidèle de faits constatés

Ses amis, sa famille
Copains de classe. Créez

[Inscrivez-Vous](#)

Journal Réflexion

Google™ Recherche personnalisée

Les plus lus

- nostalgie !
- Le terroriste Mokhtar Belmokhtar vraiment mort ?
 - DAESH : Des Marines et des hélicoptères "Apaches" chez les djihadistes
 - L'EXPULSION DE CINQ FAMILLES SQUATTEUSES DE LOGEMENTS TROUVÉES A ORAN : Un père de famille 11ème étage
 - MAROC : Shimon Peres attendu à 5 mai prochain

« Ce chapô qui est écrit dans le journal « Réflexion », ne répond pas aux normes de la rédaction web car il contient plus de 900 caractères, c'est l'équivalent d'une brève en information »

2.3-L'absence du gras

Plusieurs chapô à travers les sites des journaux algériens ne sont **pas différenciés visuellement** du reste du texte, la mise en gras ou un fond de couleur distinct n'est pas utilisé, cependant pour attirer le regard du lecteur et guider son parcours de lecture, il faut donner une identité visuelle propre et explicite, car des études d'eye-tracking montrent que 95% des internautes lisent le chapô en entier.



Verdict du procès de l'autoroute est-ouest

De l'acquittement à dix ans de prison ferme

09/05/2015 source: Le Midi Libre 0

En attendant l'action publique, le rideau est tombé avant-hier dans l'affaire de l'autoroute Est-Ouest, qui a éclaté en 2009, après un procès «non stop», le juge Hellali Tayeb, a prononcé un verdict allant de l'acquittement à dix ans de prison ferme contre 22 personnes morales et physiques impliquées dans cette affaire.

[Lire la suite](#) ❖

Contrairement à certains journaux français où le chapô est en gras à l'image de

Nicolas Sarkozy était en Seine-Saint-Denis, lundi, pour lancer sa campagne en faveur de la refondation de son parti.

Tout un symbole. Nicolas Sarkozy a choisi le «9-3» pour lancer, hier, la première réunion publique en faveur de la refondation de son parti qui sera soumis au vote des

FIGARO partner

2.4-Un chapô qui ne répond pas à la règle de la pyramide inversé

journaliste d'une chaîne tv privée filme des séquences du procès

le 05.05.15 | 17h34 Réagissez

Imprimer Envoyer à un ami Flux RSS Partager

Ce mardi, deuxième jour du procès de l'affaire Khalifa, a été aussi consacré à la lecture de l'arrêt de renvoi alors que le principal accusé de cette affaire, en l'occurrence Rafik Abdelmoumen Khalifa, sera le premier à être appelé à la barre ce mercredi.

Un incident s'est toutefois produit mardi lorsque les journalistes ont été conviés à laisser leurs téléphones et ordinateurs portables à l'extérieur de la salle d'audience. Et pour cause, un journaliste d'une télévision privée s'est permis de filmer, avec un appareil discret, Abdelmoumen Khalifa et autres accusés qui étaient dans le box qui leur est réservé, et ce contrairement aux lois en vigueur et universellement reconnue, qui interdisent formellement de photographier ou filmer le déroulement d'un procès à l'intérieur de la salle d'audience.



Le rédaction du chapô est un art d'accroche, on remarque dans cet article qu'il n'y'a pas une **cohérence** entre les mots utilisés dans ce chapô et le titre de l'article, car l'information principale qui est l'acte interdit du journaliste, est celui de filmer des séquences d'audience, n'a pas été développée dans les premières lignes du chapô tout en répondant aux 4 principales questions clés, la 1^{ère} W, qui c'est-à-dire le journaliste, 2^{ème} W, quoi : l'acte du journaliste de filmer des séquences du procès, 3^{ème} W, ou : Le tribunal , parallèlement à cela ,ce chapô a répondu seulement à une question c'est-à-dire la 4^{ème} W, Quand : le jour du mardi, on remarque aussi que les informations principales ne sont pas développées par ordre d'importance décroissante, par rapport à la règle de la pyramide inversée, tous ces point négatifs nuisent au rôle du chapô par rapport à l'accroche et à l'information en générale tout en perdant sa cohérence, et le lien entre le titre et l'article.

2.5-Un chapô rédigé sous forme d'une introduction

APRES AVOIR QUITTE LES COTES MOSTAGANEMOISES CE SAMEDI : 11 harraga débarquent en Espagne

L'eldorado européen, est devenu une vraie frénésie pour de nombreux candidats qui continuent à s'aventurer à l'aveuglette dans la mer méditerranée recourant à l'émigration clandestine. Un rêve qui continue à exhorter beaucoup de jeunes qui cherchent un monde meilleur en dépit des risques qui menacent leur vie.

En effet, selon des sources concordantes, on a appris que 11 jeunes harraga ont pris le large à bord d'une embarcation de fortune, ce samedi dernier pour rallier les côtes espagnoles à partir de Sidi Lakhdar, à 50 km à l'Est de Mostaganem, tous sont originaires de la wilaya de Mostaganem. Plusieurs d'entre eux ont contacté par téléphone leurs familles pour leur annoncer qu'ils sont arrivés et interceptés par les autorités espagnoles où ils ont confirmé qu'ils ont été placés dans un centre d'internement des étrangers en situation irrégulière en prévision de leur expulsion vers l'Algérie. Par ailleurs, et selon les témoignages, certains parents auraient même encouragé leurs enfants à tenter cette aventure en leur payant la traversée. Pourtant, de nombreux harraga refoulés des terres ibériques n'ont pas manqué de signaler que les conditions de vie dans ce pays sont très difficiles et que rares sont ceux qui se procurent un petit "boulot occasionnel". De leur côté, les services de sécurité, après avoir cerné l'information, ont ouvert une enquête dans le but d'appréhender les "guides" ou passeurs de cette aventure suicidaire pour laquelle chacun des harraga a remis entre 6 et 8 millions de centimes. Pour rappel, la ruée des harraga vers les côtes espagnoles ne semble ainsi pas prête de s'achever en dépit de tous les problèmes que rencontrent ces derniers une fois arrivés sur l'autre rive, et cela, sans compter les noyades qui, d'ailleurs, sont nombreuses. Il est à signaler que pour lutter contre ce phénomène, les autorités algériennes ont mis en place une cellule de sécurité et de crise, composée des représentants de la sûreté, de la gendarmerie et des garde-côtes, afin de dissuader les jeunes de recourir à l'émigration clandestine.

« Ce chapô introduit l'article, il ne raconte guère l'information essentielle qui concerne les 11 harragas »

3- Les avantages relevés

3.1- Un chapô plutôt accrocheur

Surement l'information de proximité attire les lecteurs, le lecteur est attiré par ce qui lui est proche et le concerne directement par contre intéresser, capter et retenir l'attention de ces lecteurs est le credo de tout journaliste : lire demande un effort. Il ne suffit pas d'apporter l'information pour être lue. Il faut que la rédaction soit à la hauteur pour bien attirer les lecteurs comme on constate dans cet exemple où les mots utilisés, sont clairs, leur sens sont cohérents avec l'information et le titre tout en suivant la règle de la pyramide inversée en répondant aux 5W, cela intéresse le lecteur tout en évoquant sa curiosité à poursuivre la lecture car ce texte est relativement neutre, informatif : une bonne synthèse du contenu de l'article.

RÉGIONS ◊ OUEST ◊ **MOSTAGANEM**

Mostaganem : Un escroc promettait le mariage à des femmes

le 22.04.15 | 10h00  Réagissez



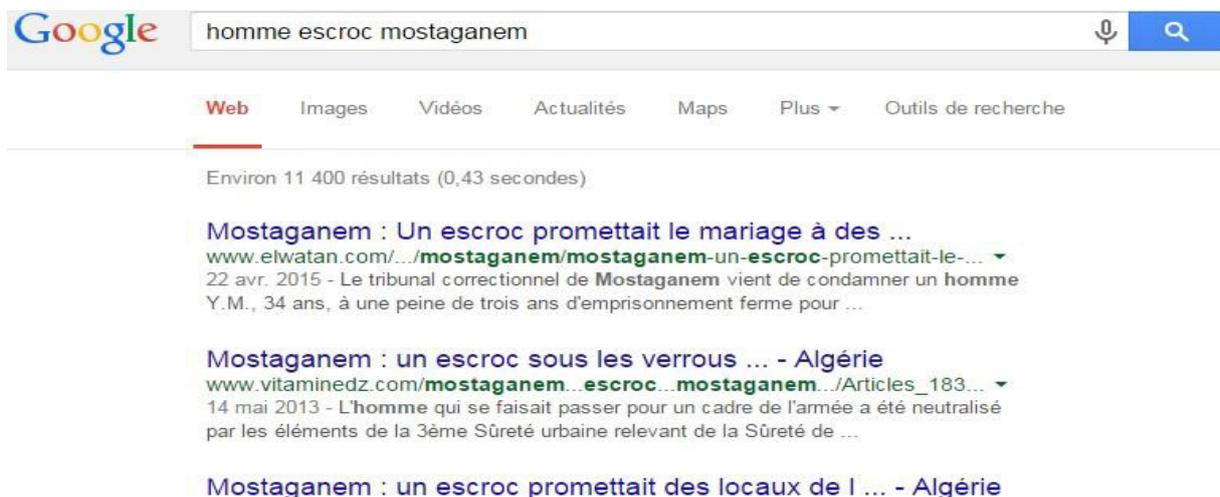
 Imprimer  Envoyer à un ami  Flux RSS  Partager   

Le tribunal correctionnel de Mostaganem vient de condamner un homme Y.M., 34 ans, à une peine de trois ans d'emprisonnement ferme pour «escroquerie», une amende de 80 millions de centimes en plus des dommages et intérêts, selon des sources généralement bien informées.

Une plainte a été déposée par les victimes de cette escroquerie au niveau de la sureté de daïra de Hassi Mamèche (Mostaganem). Le mis en cause avait escroqué deux jeunes filles âgées de moins de 28 ans en leur soutirant des sommes d'argent importantes, dépassant les 140 millions de centimes, en leur faisant croire que cet argent servirait à la réfection de son appartement et aux

3.2-Un référencement jugé comme efficace

En se plaçant dans la peau du lecteur afin de chercher une information tout en saisissant quelques mots clés à travers le moteur de recherche Google, en remarque que ces derniers contenus dans le chapô, sont les réponses aux 5W : Qui : Homme, Quoi : Escroc, ou : Mostaganem, ce choix précis des mots est le résultat d'un excellent référencement, car il le 1^{er} résultat de la recherche.



Google homme escroc mostaganem  

Web Images Vidéos Actualités Maps Plus ▾ Outils de recherche

Environ 11 400 résultats (0,43 secondes)

Mostaganem : Un escroc promettait le mariage à des ...
www.elwatan.com/.../mostaganem/mostaganem-un-escroc-promettait-le-...
22 avr. 2015 - Le tribunal correctionnel de Mostaganem vient de condamner un homme Y.M., 34 ans, à une peine de trois ans d'emprisonnement ferme pour ...

Mostaganem : un escroc sous les verrous ... - Algérie
www.vitamedz.com/mostaganem...escroc...mostaganem.../Articles_183...
14 mai 2013 - L'homme qui se faisait passer pour un cadre de l'armée a été neutralisé par les éléments de la 3ème Sûreté urbaine relevant de la Sûreté de ...

Mostaganem : un escroc promettait des locaux de l ... - Algérie

3.3-Un chapô graphiquement structuré en sens SEO

En plus du gras, la plupart des sites des journaux algériens utilisent les balises web « méta description » dans la rédaction du chapô car il est rédigé dans les balises <h2> qui sont parfois coupés par [lire la suite] ou [en savoir plus], L'avantage de ces balises est qu'elles permettent d'alléger la page en donnant un résumé de l'essentiel de l'information sous forme d'un chapô .



3.4-Des chapô qui vous incitent à la lecture

Notre étude sur cette image a révélé que selon plusieurs journalistes du journal réflexion et plusieurs correspondants locaux ainsi que lecteurs ont confirmé que le chapô qui incite beaucoup plus à la lecture est bien le chapô court, explicite, en plus de l'importance de l'information vue la loi de proximité tout en contenant des mots simples écrit en gras, ces caractéristiques attirent l'oeil en donnant l'envie de suivre la lecture .

RÉGION OUEST

● **Protestation des médecins résidents : La grève risque de durer**

Au deuxième jour de la contestation, les médecins résidents sont déterminés à maintenir la pression.

● **Emigration clandestine : Onze harraga interceptés au large de l'Espagne**

● **Ténès : Le contournement d'Ouled Farès opérationnel**

En prévision de la saison estivale, la circulation intense que connaît la route reliant la ville de Chlef au littoral de Ténès, est déjà déviée à hauteur de la commune d'Ouled Farès.

● **Maâziz (Tlemcen) : Une société chinoise s'accapare 47 hectares d'une propriété privée**

47 hectares de terre arable ont été illégalement spoliés par la société chinoise Citic pour l'extraction de tuf et l'aménagement d'une base vie.



● **Sidi Bel Abbès : La tapisserie de Mostéfa Ben Brahim sera enfin réhabilitée**

La fameuse unité de tapisserie de la commune de Mostéfa Ben Brahim (wilaya de Sidi Bel Abbès) qui faisait, autrefois, la fierté de l'artisanat traditionnel local, sera «impérativement réhabilitée» dans un futur proche.

● **Aïn Frass (Mascara) : Des demandeurs d'emploi ferment le siège de l'APC**

3.5-L'information déguisée en chapô, une stratégie efficace à travers les réseaux sociaux

Parmi les innombrables facteurs pris en compte dans les moteurs de recherche, le partage de l'information à travers les réseaux sociaux Twitter, Facebook, Google + (etc...), il semblerait que les réseaux sociaux aient leur importance afin d'attirer le maximum de lecteurs notamment si on a un grand nombre d'amis, le chapô figure en tant que premier élément à attirer le regard d'un lecteur dans ces réseaux, par ailleurs on remarque que l'information a une importance capitale si le chapô est bien rédigé, les réseaux sociaux sont au cœur de toute stratégie pour faire connaître son site de journal ou son site WordPress, ne serait-ce qu'en exprimant son contenu. D'ailleurs, si vous notez, les articles qui apparaissent en premier dans le moteur de recherche sont souvent ceux qui sont le plus partagés. Cependant, au niveau des partages, et donc des liens « entrants ».

The image shows a Facebook post interface. At the top, there is a search bar with the text "s personnes, des lieux ou d'autres choses" and a search icon. To the right of the search bar, there are navigation links: "Yacine", "Accueil", and "Retrouver des amis", along with icons for a profile, a speech bubble, a globe, and a settings gear. Below the navigation bar, there are three profile pictures of men. The main content of the post is a text block with the following text: "El Watan et El Khabar menacés d'un plan de fermeture". Below this title, there is a paragraph: "Dans une enquête publiée dans son édition d'aujourd'hui, le quotidien El Watan affirme avoir été visé, avec le quotidien El Khabar, par « un plan de fermeture » pour leur faire payer leur position contre le 4e mandat du Président Bouteflika." Below the paragraph, there is a link to "MAGHREBNAUTE.COM". At the bottom of the post, there are interaction options: "J'aime", "Commenter", and "Partager". To the right of the post, there is a sidebar with three group recommendations: "Dz اضحك من قلبك" (59 358 membres), "طلاب العلم لديوان الوطني للتعليم عن بعد ONEDF" (957 membres), and "BAC 2015 '(gestion)'" (6 396 membres). At the bottom right of the sidebar, there are links for "Français (France)", "Confidentialité", "Conditions d'utilisation", "Cookies", and "Plus +". At the very bottom right, there is a link for "Discussion instantanée (Off)".

« L'information se partage à travers les réseaux sociaux notamment sur Facebook sous forme d'un chapô qui est souvent accrocheur car de nombreux journaux ont leur page sur facebook afin de viser les lecteurs alors qu'ils sont conscients de la règle pour vendre votre contenu soigner d'abord votre chapô »

Conclusion générale

Au final, pour conclure , on a constaté donc que le chapô a une importance cruciale dans la base d'un l'article en plus du référencement car sa qualité modifiera le désir et l'envie du lecteur de rester sur votre article tout en l'incitant de lire la suite, notre étude a montré que le comportement de tout un lecteur notamment le lecteur algérien est attiré et guidé par ce texte, d'ailleurs la rédaction du chapô à travers les sites web des journaux Algériens est basée sur des règles générales tout en répondant aux normes de la rédaction journalistique et web du fait que la presse algérienne est en pleine maturité et développement surtout au niveau du numérique (Internet), à cet effet, la rédaction du chapô vis-à-vis de son importance dépend de la conviction du journaliste notamment avec la concurrence enregistrée en matière de transmission de l'information , méthodes et astuces où il est raisonnable de lui porter le plus grand soin du point de vue rédactionnel afin d'atteindre l'objectif général de tout un journaliste , c'est celui « Ecrire pour être lu ».

Bibliographie Générale

Livres consultés :

- Bien rédiger pour le Web, Isabelle Canivet, Eyrolles, 2009, 417 pages.
- Ergonomie Web, Amélie Boucher, Eyrolles, 2009 (2e édition), 426 pages.
- Memento sites Web : les bonnes pratiques, Elie Sloïm, Eyrolles, 2010, 18 pages.
- Jean-Marc Hardy : La stratégie de contenu en pratique : 30 outils passés au crible.

Mémoires consultés :

- mémoire : La pyramide inversée : la base de l'écriture web extrait du site Great Content.

Sites Internet :

- Service Great content : rédaction, « **Un bon contenu web nécessite de bons rédacteurs,** »
- Rédact Event : prenez soin de votre chapô : article posté dans Astuces de rédaction

Articles de presse :

- Auteur : Julien Geets : un chapeau pour découvrir votre contenu, article posté le avril 5, 2013.
- Auteur : Marie-France Rachédi, Animatrice du club journal du collège Les Ormeaux de Fontenay-aux-Roses.
D'autres fiches sur le blog : <http://journaldesormeaux.blogspot.com>.
- Auteur : Eugénie Di Leone : comment améliorer son référencement naturel, posté le 31/07/2013.
- Florian P. on août 3, 2014 in Inbound Marketing, SEO et Référencement.
- Auteur Laurence Zaied : comment booster son SEO avec un chapô posté le 04/07/2015.