

Michelle Fayet
Aline Nishimata

LIVRES OUTILS Efficacité pro

SAVOIR RÉDIGER LE COURRIER D'ENTREPRISE

35 000
EXEMPLAIRES
VENDUS

28 fiches pratiques
pour améliorer vos écrits professionnels



POUR S'ENTRAÎNER : DES MODÈLES DE LETTRES ET E-MAILS DISPONIBLES EN TÉLÉCHÈMEMENT

● Éditions
EYROLLES

L'INCONTOURNABLE DE LA RÉDACTION PROFESSIONNELLE !

À l'heure où l'e-mail est omniprésent, la lettre et sa forme électronique se révèlent essentielles pour favoriser la qualité d'une relation, expliciter ou résoudre des situations sensibles ou complexes.

Dans un objectif d'efficacité, ce livre de référence propose de nombreux conseils et modèles rédactionnels de lettres, e-lettres et e-mails adaptés à la vie de l'entreprise.

Entièrement revue sous forme de fiches pour mieux répondre aux nouveaux usages de lecture, cette nouvelle édition permettra à tous rédacteurs (entrepreneurs, assistants, managers, étudiants...) d'alléger leurs phrases, de choisir le ton juste, de relier avec cohérence leurs idées, de bien ponctuer, d'éliminer les répétitions ou incorrections et les fautes d'accords les plus courantes. Les formateurs y puiseront également des contenus pour enrichir leurs interventions auprès des entreprises.

- | Un véritable outil de perfectionnement utile à tous au quotidien.
- | Une méthodologie de conception de plans pour s'exprimer ou argumenter avec logique.
- | Des formules types et des modèles faciles à réutiliser pour gagner du temps.
- | Des exercices accompagnés de leurs corrigés pour s'entraîner.

Michelle Fayet est formatrice et consultante en communication écrite. Elle a conçu et animé pendant de nombreuses années des formations autour des écrits professionnels, du style, de la rhétorique et de la culture générale en France et à l'étranger. Auteure de plusieurs ouvrages et de supports pédagogiques e-learning sur ces différents sujets, elle effectue actuellement des audits, des accompagnements individuels et organise régulièrement des ateliers d'écriture.

Aline Nishimata est professeur auprès des grandes écoles et consultante en communication écrite. Auteure de plusieurs ouvrages sur l'orthographe, la rédaction du courrier et des e-mails et la culture générale, elle accompagne des créateurs et entrepreneurs dans la rédaction de leurs écrits professionnels, leur site web, leur business plan et la présentation de leurs projets et intervient en tant qu'experte en communication auprès du magazine *Dynamique entrepreneuriale*.

**SAVOIR RÉDIGER
LE COURRIER D'ENTREPRISE**

Éditions Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05
www.editions-eyrolles.com

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

ISBN : 978-2-212-57137-0
© Groupe Eyrolles, 1998, 2014
© Éditions Eyrolles, 2019

MICHELLE FAYET ALINE NISHIMATA

SAVOIR RÉDIGER LE COURRIER D'ENTREPRISE

Nouvelle édition augmentée

● Éditions
EYROLLES

TABLE DES MATIÈRES

Qu'est-ce que le style professionnel ?	15
Les clés de base d'écriture littéraire et journalistique	16
<i>Observation de textes puisés dans la littérature</i>	17
<i>Observation d'un article</i>	19
Le langage professionnel et ses codes implicites	21
<i>Observation de documents professionnels</i>	22

Partie 1. Donner du style à ses écrits

1. S'approprier la phrase professionnelle	27
Quatre conseils pour améliorer visiblement vos réflexes à l'écrit.....	27
<i>Jouez sur la régularité des constructions</i>	27
<i>Évitez l'inversion totale de la phrase</i>	28
<i>Éliminez les phrases sans verbe</i>	29
<i>Privilégiez la phrase courte</i>	29
Mise en pratique fiche 1	31
2. Transmettre son message efficacement.....	32
Faire des phrases courtes	32
<i>La phrase correcte en langage professionnel</i>	33
Écrire une seule idée par phrase	34
Mise en pratique fiche 2	36

3.	Alléger ses phrases	38
	Les lourdeurs liées aux pronoms relatifs	38
	<i>Quels sont les pronoms relatifs ?</i>	38
	<i>Comment éliminer les pronoms relatifs ?</i>	39
	Les lourdeurs liées aux conjonctions	38
	<i>Principales conjonctions</i>	41
	<i>Comment éliminer les conjonctions ?</i>	42
	Autres techniques d'allègement de la phrase	43
	Mise en pratique fiche 3	45
4.	Adopter un style plus personnel	47
	Des constructions habituellement très régulières	47
	<i>Rendre son style moins monotone</i>	48
	Utiliser des mots de liaison pour renforcer la cohérence ...	50
	Mise en pratique fiche 4	52
5.	Choisir le ton juste	54
	Assouplir un ton trop sec à l'aide de procédés stylistiques	54
	<i>Nuancez vos phrases avec l'incidente</i>	54
	<i>Suggérez grâce au conditionnel</i>	55
	<i>Atténuez votre ton par un adverbe</i>	57
	<i>Rendez vos affirmations plus neutres</i>	58
	<i>Veillez à ne nommer personne lors de moments délicats</i>	58
	<i>Suggérez des idées par la forme interrogative</i>	59
	<i>Positivez grâce au vocabulaire</i>	59
	<i>Nuancez encore plus</i>	60
	<i>Modulez votre ton</i>	60
	Mise en pratique fiche 5	62
6.	Lier ses idées	64
	Renforcer la logique de vos lettres, e-mails et e-lettres	65
	Approfondir le sens des mots de liaison	65
	<i>Pour mieux expliquer</i>	65
	<i>Pour ajouter une idée</i>	66
	<i>Pour insérer un exemple</i>	68
	<i>Pour bien préciser sa pensée</i>	69
	<i>Pour argumenter avec dextérité</i>	70

	<i>Pour nuancer ses propos</i>	71
	<i>Pour raisonner avec logique</i>	73
	<i>Pour conclure</i>	74
	Mise en pratique fiche 6	75
7.	Concevoir un plan de lettre, e-lettre ou e-mail.....	78
	<i>Méthodologie de plan pour e-mail, lettre et e-lettre</i>	79
	Quelles étapes pour un plan de lettre/e-lettre ou e-mail?.....	79
	Bien communiquer dès l'introduction.....	82
	<i>Exemples d'e-mails centrés sur les trois situations</i> <i>récurrentes PAI</i>	82
	Rédiger un objet et choisir sa formule d'appel	86
	<i>Comment améliorer la rédaction du champ « objet » ?</i>	86
	Formules d'appel des e-mails	87
8.	Utiliser des modèles : l'entrée en relation.....	89
	Le client demande des renseignements	90
	<i>Proposition de lettre ou d'e-lettre</i>	90
	<i>Proposition d'e-mail équivalent</i>	90
	Le fournisseur répond à la demande de renseignements du client.....	91
	<i>Proposition de lettre ou d'e-lettre</i>	91
	<i>Proposition d'e-mail équivalent</i>	92
	Formules types autour de l'entrée en relation	92
	<i>À la suite d'un entretien téléphonique</i>	92
	<i>Demande de documentation</i>	93
	<i>Réponse à une demande de documentation</i>	93
9.	Utiliser des modèles : la commande	94
	Maintenir un ton neutre dans les situations factuelles.....	94
	La commande.....	95
	<i>Passation de commande</i>	95
	<i>Accusé de réception de commande</i>	96
	<i>Demande de précisions supplémentaires</i>	97
	<i>Acceptation sous réserve de modifications</i> <i>de la livraison</i>	98

<i>Impossibilité d'honorer la totalité de la commande :</i>	
<i>livraison partielle</i>	99
Formules types autour de la commande	100
<i>Examen de l'offre et passation de commande</i>	100
<i>Accusé de réception de commande</i>	100
<i>Acceptation de commande sous réserve</i>	
<i>de modifications</i>	101
10. Utiliser des modèles : la livraison	103
Comment se montrer très à l'écoute	
dans certaines situations ?	103
La livraison	104
<i>La livraison sous réserve de modifications</i>	104
<i>La livraison partielle</i>	105
Formules types autour de la livraison	106
<i>Le client demande des explications</i>	106
<i>Le fournisseur répond à la demande d'explications</i>	107
<i>Le client signale une livraison non conforme</i>	107
<i>Le fournisseur donne des explications</i>	108
11. Utiliser des modèles : les réclamations	109
Les réclamations	110
<i>Le fournisseur répond à la réclamation</i>	110
<i>Le fournisseur répond à une réclamation justifiée</i>	111
<i>Le client constate une erreur de facturation</i>	112
<i>Le fournisseur reconnaît avoir commis une erreur</i>	113
Formules types autour d'une erreur	114
<i>Le client signale une erreur ou un dysfonctionnement</i> ...	114
<i>Le fournisseur répond à une réclamation</i>	115
12. Utiliser des modèles : le règlement	116
Le règlement	117
<i>Le fournisseur demande le règlement de sa facture</i>	117
<i>Le client demande un report d'échéance</i>	118
<i>Le fournisseur accepte le report d'échéance</i>	119
<i>Le fournisseur refuse le report d'échéance</i>	120
<i>Le rappel de règlement</i>	121

Formules types autour du règlement	122
<i>Le fournisseur demande le règlement</i>	122
<i>Demande de report d'échéance du client</i>	123
<i>Acceptation du report d'échéance du fournisseur</i>	123
<i>Refus de report d'échéance du fournisseur</i>	124
<i>Rappel de règlement par le fournisseur</i>	124
<i>Autour de l'erreur de facturation</i>	126
13. Réussir sa lettre ou son e-lettre de motivation	128
Différentes propositions pour exprimer sa motivation	129
<i>Proposition de lettre, e-lettre ou e-mail</i>	
<i>de candidature pour un poste</i>	129
<i>Exemple complet de lettre, e-lettre de candidature</i>	
<i>pour un stage</i>	129
Propositions de phrases à adapter à votre besoin	
spécifique	131
<i>Votre proposition de candidature</i>	131
<i>Votre curriculum vitæ</i>	131
<i>Votre formation</i>	132
<i>Votre expérience professionnelle</i>	132
<i>Formules de conclusion</i>	133
14. Bien conclure lettre, e-lettre ou e-mail	134
Choisir une formule pré-finale	134
<i>Le client demande des renseignements</i>	134
<i>Le fournisseur répond à la demande</i>	
<i>de renseignements</i>	135
<i>Le fournisseur ne peut répondre favorablement</i>	
<i>à la demande</i>	135
<i>Le client rappelle ses engagements au fournisseur</i>	136
<i>Le fournisseur présente des excuses au client</i>	136
15. Savoir adapter sa formule de politesse	138
Les formules de politesse professionnelles	138
<i>Les formules traditionnelles et actuelles</i>	139
Les erreurs à éviter quand on utilise des formules	
traditionnelles	140

16. Écrire à une administration	142
<i>Ne pas confondre lettre en forme personnelle</i> <i>et lettre en forme administrative</i>	142
Les règles à respecter	144
<i>La formule d'appel et les titres de personnalité</i>	144
<i>Les formules introductives</i>	145
<i>Les formules de politesse</i>	146

Partie 2. Respecter les codes de la langue française

17. Apposer correctement points et virgules	151
La ponctuation : un outil trop souvent négligé	151
Le point	153
Le point-virgule	154
Les virgules	155
Les deux points	159
Mise en pratique fiche 17	161
18. Ponctuer en nuances	162
Les apartés	162
Les points d'expression	165
Mise en pratique fiche 18	167
19. Placer les majuscules à bon escient	168
Les règles des majuscules ou des minuscules pour les noms	169
<i>Les noms propres de personnes</i>	169
<i>Les noms propres de grandes familles ou de dynasties</i> ..	169
<i>Les noms propres de peuples</i>	170
<i>Les noms de jours, de mois</i>	170
<i>Les noms de sociétés religieuses, savantes</i> <i>ou politiques</i>	170
<i>Les titres honorifiques</i>	171
<i>Les points cardinaux</i>	171
<i>Les noms propres de rues, de monuments</i>	172
<i>Les symboles d'unités</i>	172

Les règles des majuscules ou minuscules pour les adjectifs	173
<i>Les adjectifs étroitement liés à un nom</i>	173
<i>Les adjectifs précédés d'un article introduisant un surnom</i>	173
<i>L'adjectif « saint »</i>	173
<i>Les adjectifs associés à un terme géographique</i>	173
20. Savoir identifier les outils grammaticaux	175
Deux champs d'action à bien identifier	175
<i>L'orthographe des mots</i>	175
<i>Les lois grammaticales</i>	176
Points de grammaire à connaître pour être efficace	177
Définition des fonctions des mots dans la phrase	177
<i>Le nom</i>	177
<i>L'adjectif</i>	178
<i>Le verbe</i>	179
<i>L'adverbe</i>	179
<i>Les « mots outils » indispensables au sens de la phrase professionnelle</i>	180
Mise en pratique fiche 20	183
21. Bien cerner les accords difficiles	184
Comment effectuer les accords au sein de la phrase ?	184
<i>Repérer le sujet de chaque verbe pour bien l'accorder</i>	184
<i>Repérer s'il s'agit d'un adjectif ou d'un adverbe</i>	185
<i>Distinguer un adjectif verbal d'un participe présent</i>	185
<i>Accorder les participes passés ou adjectifs éloignés du nom</i>	186
Comment éviter toute confusion ?	186
<i>Se méfier des phrases éclatées</i>	186
<i>Orthographier correctement un participe passé</i>	187
<i>Ne pas confondre infinitif, participe passé et verbe conjugué du 1^{er} groupe</i>	188

<i>Ne pas confondre féminin et masculin</i>	189
<i>Ne pas confondre nom et verbe</i>	191
Mise en pratique fiche 21	193
22. Accorder avec certitude les participes passés	194
Qu'est-ce qu'un participe passé?.....	194
<i>Avec auxiliaire être ou avoir</i>	194
<i>Employé comme adjectif</i>	194
Comment accorder les participes passés avec avoir et être?	195
Mise en pratique fiche 22	199
23. Déjouer les points à problèmes en conjugaison	205
<i>Les terminaisons des verbes</i>	205
<i>Les auxiliaires être et avoir</i>	205
Les terminaisons de tous les temps de la conjugaison	205
<i>Mode indicatif – 8 temps</i>	206
<i>Mode impératif – 2 temps</i>	207
<i>Mode conditionnel – 3 temps</i>	207
<i>Mode subjonctif – 4 temps</i>	208
Les points à problèmes de la conjugaison	208
<i>Mode indicatif</i>	209
<i>Mode conditionnel</i>	210
<i>Mode subjonctif</i>	210
<i>Mode impératif</i>	211
Mise en pratique fiche 23	212
24. Concordance des temps au conditionnel et au subjonctif	214
La concordance des temps au futur ou conditionnel	214
La concordance des temps au subjonctif	215
<i>À quel moment utilise-t-on le subjonctif?</i>	215
Mise en pratique fiche 24	219
25. Éliminer les incorrections	222
Néologismes	222
Solécismes	223

Barbarismes	224
Paronymes	225
Pléonasmes	228
26. Éviter les répétitions	231
Diversifier votre vocabulaire professionnel	231
Lexique de synonymes de langage professionnel	232
Mise en pratique fiche 26	237
27. Développer son vocabulaire pour aller plus loin	242
Tests de sensibilité au sens du vocabulaire	242
Mise en pratique fiche 27	244
28. 250 mots soutenus pour s'imposer dans la vie professionnelle	262
Corrigés des exercices de mise en pratique.....	286
Mise en pratique fiche 1 – S'approprier la phrase professionnelle.....	286
Mise en pratique fiche 2 – Transmettre son message efficacement.....	287
Mise en pratique fiche 3 – Alléger ses phrases	288
Mise en pratique fiche 4 – Adopter un style plus personnel.....	290
Mise en pratique fiche 5 – Choisir le ton juste	291
Mise en pratique fiche 6 – Lier ses idées	292
Mise en pratique fiche 17 – Apposer correctement points et virgules.....	292
Mise en pratique fiche 18 – Ponctuer en nuances	293
Mise en pratique fiche 20 – Savoir identifier les outils grammaticaux	294
Mise en pratique fiche 21 – Bien cerner les accords difficiles.....	295
Mise en pratique fiche 22 – Accorder les participes passés avec certitude	296
Mise en pratique fiche 23 – Déjouer les points à problèmes en conjugaison	300

Mise en pratique fiche 24 – Concordance des temps au conditionnel et au subjonctif	300
Mise en pratique fiche 26 – Éviter les répétitions	302
Mise en pratique fiche 27 – Développer son vocabulaire pour aller plus loin	305
Bibliographie des auteurs	309
Comment accéder aux compléments en ligne	311

QU'EST-CE QUE LE STYLE PROFESSIONNEL ?

Des milliers de personnes écrivent chaque jour, non pour philosopher ou décrire leurs sensations ou leurs états d'âme, mais pour transmettre une multitude d'informations, à l'aide de lettres, e-mails, notes, comptes rendus, rapports... Du personnel d'entreprises publiques ou privées jusqu'aux particuliers en passant par les artisans et les commerçants tous peuvent se demander un jour : « Mais qu'est-ce que le style professionnel ? »

Comment pourrions-nous définir l'écriture de cette foule de rédacteurs ? Pourrions-nous déceler dans cette écriture à vocation essentiellement pratique des tendances, des habitudes, des limites ? Comment situer ce style, reflet de réalités quotidiennes, parmi les diverses écritures possibles, littéraires ou journalistiques ? Une réflexion sur le style professionnel nous paraît tout d'abord essentielle si notre objectif est, avant tout, d'améliorer la qualité de notre communication écrite.

Par ailleurs, en chacun de nous existe une tendance à idéaliser l'écrit, tendance liée souvent à des souvenirs scolaires peu agréables. Il arrive aussi aux rédacteurs de confondre les notions de « bien écrire » de manière littéraire ou journalistique et de « bien écrire » de manière professionnelle. Pour beaucoup, cette distinction n'est presque jamais faite. Or, elle est essentielle, car les exigences ne sont pas les mêmes. En effet, les écrits littéraires ou journalistiques s'adressent à des lecteurs aux goûts diversifiés, de niveaux de vocabulaire parfois très

différents selon le lectorat choisi. Ceux qui manient cette langue la maîtrisent souvent bien et savent en exploiter toutes les ressources, imprégnant fortement le texte de leur personnalité. La langue professionnelle, au contraire, doit avoir pour dominante un style neutre, relativement plat en apparence, car sa vocation essentielle est la transmission d'un message clair et précis. Il est donc possible de proposer à tous d'accéder à une bonne écriture professionnelle, sa qualité résidant essentiellement dans sa correction. Un style trop original ou trop recherché n'a pas cours dans ce domaine.

Aussi, pour vous permettre de saisir rapidement les caractéristiques du style professionnel par le biais de la comparaison, nous vous présentons ci-après un certain nombre de textes, d'origine littéraire ou journalistique côtoyant des écrits professionnels courants. Observez la simplicité stylistique de tous ces documents professionnels. Cependant, grâce à eux, le message professionnel est transmis : l'objectif d'efficacité recherché est atteint.

■ Les clés de base d'écriture littéraire et journalistique

D'une sélection de textes, issus de la littérature ou du journalisme, se dégage l'impression que la langue y manifeste une grande liberté d'action au gré des besoins d'expression pour penser, interpeller, surprendre, émouvoir, choquer, rire ou pleurer. Ce qui ne va pas être le cas de la langue professionnelle dont la mesure et la tenue sont maintenues par des codes implicites que nous allons expliciter progressivement au cours de cet ouvrage.

Observation de textes puisés dans la littérature

*Une phrase très longue côtoyant une phrase courte :
un rythme de construction irrégulier*

« L'attelage du sommeil, semblable à celui du soleil va d'un pas si égal, dans une atmosphère où ne peut plus l'arrêter aucune résistance, qu'il faut quelque petit caillou aérolithique étranger à nous (dardé de l'azur par quel Inconnu ?) pour atteindre le sommeil régulier (qui sans cela n'aurait aucune raison de s'arrêter et durerait d'un irrégulier mouvement pareil jusque dans les siècles des siècles) et le faire, d'une brusque courbe, revenir vers le réel, brûler les étapes, traverser les régions voisines de la vie, où bientôt le dormeur entendra, de celle-ci, les rumeurs presque vagues encore, mais déjà perceptibles, bien que déformées, et atterrir brusquement au réveil. Alors de ces sommeils profonds on s'éveille dans une aurore, ne sachant qui on est, n'étant personne, neuf, prêt à tout, le cerveau se trouvant vidé de ce passé qui était la vie jusque-là. »

MARCEL PROUST, *Sodome et Gomorrhe*

*Des phrases de peu de mots voire d'un seul mot,
sans verbe, côtoyant des phrases courtes*

« Alors elle faisait le plan de la ville, pour arrêter le mouvement de tourbillon. Mais ça n'était pas facile. Elle partait du centre de sa tête, et elle essayait de compter premier tourbillon, deuxième tourbillon, troisième tourbillon. Courant. Barre d'écueils. Un cap. Série d'îlots. Barre. Impacts de la houle. Quatrième, cinquième tourbillon. Immense esplanade, plaque d'huile, bonasse. Calme, calme. Vent du large. Vol de goëlands. Bas-fond. Plage courte, où vont s'échouer les méduses. Couloir aérien. Déchirure de nuages. »

J. M. G. LE CLÉZIO, *La Guerre*

*Une phrase de 18 lignes, difficile à comprendre,
en raison de sa longueur*

« D'autre part, il faut bien avouer que si je m'éveille, voyant avec une extrême lucidité ce qui en dernier lieu vient de se passer : un insecte couleur mousse, d'une cinquantaine de centimètres, qui s'est substitué à un vieillard,

vient de se diriger vers une sorte d'appareil automatique ; il a glissé un sou dans la fente, au lieu de deux, ce qui m'a paru constituer une fraude particulièrement répréhensible, au point que, comme par mégarde, je l'ai frappé d'un coup de canne et l'ai senti me tomber sur la tête, j'ai eu le temps d'apercevoir les boules de ses yeux briller sur le bord de mon chapeau, puis j'ai étouffé et c'est à grand-peine qu'on m'a retiré de la gorge deux de ses grandes pattes velues tandis que j'éprouvais un dégoût inexprimable – il est clair que superficiellement, ceci est surtout en relation avec le fait qu'au plafond de la loggia où je me suis tenu ces derniers jours se trouve un nid, autour duquel tourne un oiseau que ma présence effarouche un peu, chaque fois que des champs il a rapporté en criant quelque chose comme une grosse sauterelle verte, mais il est indiscutable qu'à la transposition, qu'à l'intense fixation qu'au passage autrement inexplicable d'une image de ce genre du plan de la remarque sans intérêt au plan émotif concourent au premier chef l'évocation de certains épisodes des détraqués et le retour à ces conjectures dont je parlais.»

ANDRÉ BRETON, *Nadja*

Une utilisation des ressources de la langue par mélange de dialogues et de descriptions pour transmettre émotions, sensations, ressentis, douleurs...

«Vous prenez un café? Marianne sursaute, acquiesce. Révol se relève, et lui tournant le dos saisit la cafetière qu'elle n'avait pas vue, verse le café dans des gobelets de plastique blanc, ça fume, ses gestes sont amples et silencieux, sucre? Il temporise, aménage sa parole, elle le sait, accompagne ce tempo, en éprouve la tension paradoxale puisque le temps s'égoutte comme le café dans la cafetière quand pourtant tout ramène à l'urgence de la situation, à son caractère radical, tangent, et maintenant Marianne a fermé les yeux, elle boit, concentrée sur la brûlure liquide dans sa gorge, tant elle appréhende le premier mot de la première phrase (...)»

MAYLIS DE KERANGAL, *Réparer les vivants* (Éditions Verticales, 2014)

La phrase sans verbe existe en littérature ou dans l'écriture journalistique. Il s'agit de traduire, grâce à elle, une émotion, de décrire par touches un paysage, de donner de l'intensité à un mot. Cette forme de phrase dépend d'un contexte possédant, bien entendu, une phrase avec au moins un verbe conjugué :

- *Joie, désir de connaître, amour de la vie. Il lisait avec ardeur.*
- ↓
- Phrase sans verbe conjugué Phrase avec verbe conjugué
- *Soleil de feu. Mer de glace. Plage ocre. Il courait sur la dune.*
- ↓ ↓ ↓
- Phrases sans verbe conjugué Phrase avec verbe conjugué

Ce type de phrase permet, par sa liberté de forme, de créer un effet de surprise ou un déséquilibre de rythme, utiles à la transmission de sentiments, d'émotions... Même des auteurs réputés pour leurs phrases longues utilisent des phrases courtes selon leurs besoins ponctuels d'expression :

« Moi, c'était autre chose que j'avais à écrire, de plus long, et pour plus d'une personne. Long à écrire. Le jour tout au plus pourrais-je essayer de dormir. »

MARCEL PROUST, *À la recherche du temps perdu*

Ainsi, les écrivains cherchent avant tout à s'exprimer, captant dans un second temps des lecteurs séduits par la puissance de leurs textes en accord avec leurs goûts et leur sensibilité personnelle. Ces auteurs vont par conséquent utiliser la langue dans toutes ses ressources pour faire jaillir le meilleur d'eux-mêmes. Par créativité, ils vont se servir de la langue pour faire émerger un style qui sera « leur marque de fabrique ».

Dans le contexte professionnel, *a contrario*, cette liberté n'est pas de mise. Les phrases, le vocabulaire et le ton vont être constamment contrôlés et uniformisés.

Observation d'un article

Les journalistes jouent également avec la langue comme le font les auteurs du domaine littéraire, mais avec moins de liberté d'écriture. En effet, leurs écrits sont ciblés sur un lectorat, scientifiquement identifié, auquel il leur faut s'adapter constamment. Ce lectorat va exercer une influence sur le ton choisi (enthousiaste, objectif, agressif,

virulent, humoristique...) et le niveau de vocabulaire sera ajusté à son niveau culturel. Les procédés sont toutefois les mêmes qu'en littérature, mais avec un objectif parfaitement défini et des titres accrocheurs.

L'écrit : allié ou ennemi ?

« Sur le chemin d'un créateur d'entreprise un moment difficile pour certains se trouve dans la simple phrase magique, jetée à la volée par un client, un fournisseur, un investisseur : « Confirmez-le-moi par mail » et bien sûr la réponse sera : « Pas de problème ! » Le stress rien qu'à l'idée d'écrire quelques lignes. Comment débiter un e-mail et quelle formule de politesse utiliser ? Est-ce trop familier ou trop direct ? Et la faute d'orthographe, cette fameuse faute qui guette tous ses écrits telle une vieille ennemie. Surtout, il lui faudra apprendre à se contrôler face à la touche « envoyer ». Cette touche qui, si l'on en croit nos oreilles, est celle que tout le monde regrette d'avoir appuyée trop vite. Le créateur doit donc acquiescer sans plus attendre les talents d'écriture de la perle rare qu'il pourra engager quand le développement de société le lui permettra ! »

DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE, L'écrit est un passeport, 18 mars 2018, www.dynamique-mag.com

Même s'ils reprennent les mêmes procédés qu'en littérature, les journalistes vont :

- choisir un angle pour mieux capter le lecteur ;
- insérer un titre incitatif et éventuellement un sous-titre ;
- mettre l'essentiel du fond de l'article dès les premières lignes ;
- privilégier la phrase courte pour renforcer la lisibilité (8 à 16 mots = créneau de lisibilité maximum de lecteurs moyens) ;
- utiliser des registres de langue variés, parfaitement en accord avec leur lectorat ;
- oser parfois l'humour ou la dérision selon le contexte ;
- être constamment guidés par la volonté d'être bien compris.

Le langage professionnel et ses codes implicites

Il s'agit dans le contexte professionnel de transmettre des messages rationnels, accessibles à tous, même quand, parfois, la colère est sous-jacente dans des situations de réclamation par exemple. Celle-ci se manifesterait alors avec nuance, toujours avec retenue. Le type de phrase utilisé en contexte professionnel est donc d'une apparence un peu plate, car l'expressivité joue avec l'originalité des phrases, les ruptures, les surprises, le souffle donné par la ponctuation. Or, le langage professionnel ne touche pas à ce registre pour rester toujours explicite, sans laisser la porte ouverte aux interprétations. C'est ce type d'écriture mesurée, contrôlée, qui domine tous les écrits professionnels : e-mails, e-lettres, lettres, messages Internet sur sites, comptes rendus, notes, rapports...

Toutefois, contrairement au style journalistique, il n'est jamais tenu compte du niveau culturel des destinataires lors de la rédaction d'un écrit professionnel, sauf dans quelques cas de rapports ou de projets. En effet, généralement, les documents sont destinés à un ou plusieurs destinataires, très souvent non identifiés. Il s'agit de toujours écrire des textes accessibles à tous, donc très uniformisés.

Faire passer le sens des messages dans les meilleures conditions est l'objectif central de ce type d'écrit et le propos de ce livre, divisé en fiches pour une utilisation ponctuelle, étroitement liée à un besoin surgi au gré de l'écriture.

Observation de documents professionnels

Exemple de lettre



Texte plus développé qu'un e-mail permettant d'exprimer une certaine déférence

Madame, Monsieur,

En réponse à votre lettre du 23 mars dernier, nous vous adressons ci-joints des échantillons de différentes qualités de tissus, dont vous trouverez également les tarifs avec tous les détails concernant la livraison, les quantités et les conditions habituelles de paiement.

Comme vous le constaterez, nous avons une numérotation spécifique pour la qualité, la nuance et le dessin. Afin d'éviter toute cause d'erreur, nous nous permettons de vous demander de reporter ces numéros avec la plus grande exactitude.

Nous possédons un matériel de pointe et l'ensemble de notre personnel est hautement qualifié. Nous sommes donc fondés à espérer que, lorsque vous connaîtrez nos méthodes de fabrication, vous nous donnerez désormais la préférence.

Nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos sentiments respectueux.

Exemple d'e-mail



Texte direct où domine le souci d'efficacité

Bonjour,

Lors de notre entretien téléphonique du 3 mars dernier, vous m'avez proposé d'organiser, le 16 mars, une réunion pour déterminer ensemble les prochains objectifs de notre département.

Après étude des résultats de l'année passée, j'ai rédigé un mémo susceptible de nous servir de base lors de notre réflexion commune.

Pouvez-vous, de votre côté, établir quelques pistes de réflexion qui pourraient alimenter nos échanges lors de cette rencontre ?

Je vous en remercie par avance.

Cordialement,

Tous les documents professionnels présentent :

- des phrases courtes axées sur la communication du message ;
- une monotonie générale de construction ;
- une absence totale d'humour, d'originalité ;
- un vocabulaire courant accessible à tous ;
- un style dénué de tout artifice.

DIFFÉRENCES STYLISTIQUES ENTRE ÉCRITURES PROFESSIONNELLE, LITTÉRAIRE ET JOURNALISTIQUE

STYLE PROFESSIONNEL

Phrases relativement courtes de 2 lignes dans le cas le plus courant pour être certain d'être parfaitement compris.

Construction de phrases basiques avec sujets et verbes conjugués pour ne pas surprendre des lecteurs non identifiés culturellement.

Absence d'originalité des constructions pour ne pas détourner du message.

Emploi fréquent de mots de liaison pour renforcer la cohérence et faire passer les messages sans ambiguïté.

STYLES LITTÉRAIRE ET JOURNALISTIQUE

Phrases libres en littérature et courtes en langage journalistique pour être certain d'être lu.

Phrases sans verbes possibles mêlées à des phrases avec sujets et verbes conjugués pour capter l'attention.

Constructions irrégulières pour surprendre et séduire en fonction de ses besoins d'expression.

Des liaisons subtiles pour offrir des textes plus légers, davantage dans la suggestion.

.../...

.../...

DIFFÉRENCES STYLISTIQUES ENTRE ÉCRITURES PROFESSIONNELLE, LITTÉRAIRE ET JOURNALISTIQUE

STYLE PROFESSIONNEL

Vocabulaire courant de base, mais jamais relâché, porteur d'images positives, sans répétitions ni incorrections.

Ton neutre et contrôlé selon un éventail restreint d'expression : colère exprimée en simple irritation et amabilité toujours présente pour bien faire passer les messages.

Ponctuation grammaticale et logique pour apporter de la clarté au message et éviter toutes ambiguïtés en s'adressant constamment à la raison par le biais d'un ton toujours contrôlé.

STYLES LITTÉRAIRE ET JOURNALISTIQUE

Vocabulaire extrêmement vivant, véhiculant des images et jouant sur différents niveaux de langue.

Expressivité forte appuyée sur toutes les ressources de la langue selon les besoins de personnalisation du texte (style littéraire et journalistique) ou de s'adapter à un lectorat identifié (style journalistique).

Ponctuation pouvant créer un rythme et donner du souffle aux phrases pour un plaisir de lecture relié à l'émotion, la sensation...

Les 28 fiches de ce livre doivent vous permettre de respecter les codes du langage professionnel et, ainsi, de parfaire votre image d'excellent professionnel.

Partie I

.....

DONNER DU STYLE À SES ÉCRITS

S'APPROPRIER LA PHRASE PROFESSIONNELLE

L'écriture professionnelle est dominée par la phrase courte, reliée par des mots de liaison. Il s'agit là d'utiliser des phrases dépassant rarement deux lignes. À cette exigence, il faut ajouter la régularité des constructions de phrases dans l'objectif de ne pas dérouter les lecteurs qui doivent se centrer sur le message. Toute originalité stylistique pourrait en effet les détourner du sens qui, dans ce contexte, est l'élément essentiel. De plus, leur niveau culturel étant non identifié, il s'agit de ne prendre aucun risque d'interprétation. Des procédés stylistiques employés en littérature ou dans le style journalistiques ne seront donc pas de mise en langage professionnel, telles l'inversion de la phrase ou encore la phrase sans verbe conjugué. La phrase professionnelle se doit par conséquent de suivre plusieurs critères bien identifiés.

Quatre conseils pour améliorer visiblement vos réflexes à l'écrit

Jouez sur la régularité des constructions

Les phrases de langue professionnelle possèdent des constructions similaires. Ces phrases sont, le plus souvent, construites sur le modèle de la phrase française type, c'est-à-dire :

SUJET + VERBE + COMPLÉMENTS

Nous enverrons ce colis dans les prochains jours.

SUJET + PRONOM + VERBE + COMPLÉMENTS

Nous vous transmettrons ces renseignements sous peu.

En situation professionnelle, l'objectif est de transmettre un message le plus explicitement possible. Il est donc important de reprendre la structure de phrase la plus fréquente à l'oral. Certaines constructions, par leur originalité de structure, pourraient en effet dérouter le lecteur et nuire à la bonne transmission du message.

Une lettre qui serait bâtie seulement selon ces structures classiques apparaîtrait, certes, un peu monotone stylistiquement, mais ne choquerait personne.



Monsieur,

Nous avons bien reçu votre lettre du 26 mars dernier par laquelle vous nous signalez un retard dans l'expédition d'une partie des articles faisant l'objet de votre commande n° 65486.

Nous acceptons votre proposition et vous demandons de bien vouloir nous faire parvenir le solde de la commande le 10 avril prochain.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur, nos salutations distinguées.

Évitez l'inversion totale de la phrase

Des procédés de style, courants en littérature, comme l'inversion du verbe, ne sont jamais utilisés en langage professionnel :

« Et se balancent et chantent ces rideaux de bambou, de perles de verre qui sont aux portes des coiffeurs. »

VALÉRY LARBAUD

Nous n'écrivons pas en effet en langage professionnel :

⋮ De notre service commercial proviennent ces directives.

⋮ COMPLÉMENT + VERBE + SUJET

Éliminez les phrases sans verbe

Le langage professionnel respecte les constructions grammaticales régulières les plus classiques. Il ne prend aucune liberté de construction comme le fait le langage littéraire ou journalistique : son souci n'est jamais d'ordre expressif ou esthétique. Ainsi, la liberté d'expression que représente la phrase sans verbe y est prohibée, sauf au sein de certains tableaux. Or, en littérature ou dans le style journalistique, c'est un procédé très courant :

« Un moment extraordinaire. Le soleil se couchait. Vaste paysage rose traversé de longues flèches d'or. Les nuages disposaient autour de nous des rochers fantastiques. »

JEAN GUÉHENNO

Privilégiez la phrase courte

Cette phrase ne comporte souvent pas de subordonnées. La lettre, l'e-mail ou l'e-lettre présentent presque toujours des phrases de longueur sensiblement égale (autour de deux lignes). L'objectif est de transmettre un message compréhensible pour tout lecteur ; la forme ne doit pas détourner du message. En littérature, en revanche, la forme participe à la transmission du message en lui apportant une dimension esthétique complémentaire.

Comparez les textes suivants :

Rythme régulier des phrases en langage professionnel

- Nous recevons votre lettre qui nous annonce une expédition partielle,
- à valoir sur les articles commandés le 5 janvier dernier.
-
-
- Nous vous remercions d'avoir fait le nécessaire afin que nos fabrications ne soient pas interrompues.