

Jeanne Bordeau

LIVRES OUTILS Efficacité pro

La boîte à outils

# DES ÉCRITS PROFESSIONNELS

Toutes les techniques pour rédiger  
les écrits de l'entreprise et de la marque

EYROLLES



La boîte à outils

# DES ÉCRITS PROFESSIONNELS

## Une vision transversale des écrits de l'entreprise

Cette boîte à outils est destinée aux nouveaux rédacteurs de l'entreprise et de la marque pour rédiger tous types d'écrits professionnels : écrits institutionnels, écrits de la marque, écrits numériques, écrits de la relation client, écrits de crise sur tous les supports : papier, web, vidéos, intranet, réseaux sociaux...

## Une visée pédagogique

À une heure où le numérique fait écrire tout collaborateur, à tout moment et dans l'urgence, il s'agit d'un ouvrage de référence à vocation pédagogique, qui s'adresse aussi bien au responsable de la communication interne qu'au rédacteur des écrits clients et au webmaster.

Après avoir défini les caractéristiques de chaque secteur, cette boîte à outils donne les clés pour rédiger mails, discours, brochures institutionnelles, communiqués de presse, journaux internes, tweets...

## Une boîte à outils complète

Des cas concrets fournissent des modèles d'écriture commentés. Ils sont appuyés par des témoignages de professionnels, des conseils de style et des tests d'auto-évaluation.



**Jeanne Bordeau** est créatrice d'un bureau de style en langage, l'Institut de la qualité de l'expression, auquel des entreprises françaises et internationales confient des missions d'audit et de créations en langage. À l'origine d'inventions et de méthodes déposées à l'INPI (Oraloscope, Charte sémantique, École de rhétorique, Baromètre de mesure de la qualité de l'écrit...), Jeanne Bordeau est aussi conférencière, enseignante à la Sorbonne, au MBA stratégie et communication digitale, à l'École Holden de Turin. Elle expose également des tableaux sur le langage en français et en anglais. Elle a reçu le Mot d'Or de l'APFA (Actions pour promouvoir le français des affaires).

Code éditeur : 655653

ISBN : 978-2-212-55653-7

Couverture : Studio Eyrolles / Shutterstock © Éditions Eyrolles

# **La boîte à outils des écrits professionnels**

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

Du même auteur chez le même éditeur :

*La Boîte à outils du chargé de communication*  
*L'Art des relations presse*  
*Le Dossier et le Communiqué de presse*  
*La Veille média et la Revue de presse*  
*Le Déjeuner et la Rencontre avec un journaliste*  
*Entreprises et marques : les nouveaux codes de langage*

Chez d'autres éditeur :

© 2013, *Le Langage des dirigeants : une métamorphe*, Les Éditions de l'Institut de la qualité de l'expression  
© 2012, *Storytelling et contenu de marque*, Ellipses

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.

© Groupe Eyrolles, 2013

ISBN : 978-2-212-55653-7

Jeanne Bordeau

# **La boîte à outils des écrits professionnels**

EYROLLES





*Pour Jules,  
qui vit avec le Bled  
depuis l'enfance.*





# Sommaire

<b>Avant-propos</b> .....	11
<b>LES GRANDES LOIS DE L'ÉCRIT</b> .....	15
Les sources de l'écrit .....	17
<i>Avant la page blanche, l'écrivain voyage...</i> .....	17
<i>Premières armes : de l'usage du carnet vagabond</i> .....	19
<i>Repérage et mises en séquences</i> <i>ou comment faire du quotidien son terrain d'observation</i> .....	20
<i>Dictier au dictaphone pour mieux écrire</i> .....	22
<i>Comment faire travailler son imagination</i> .....	23
<i>Tenir un répertoire des réunions</i> .....	25
<i>Établir des conditions de travail en chassant l'habitude,</i> <i>le confort</i> .....	25
<i>Construire trois boîtes à mots et s'en servir</i> .....	26
La structure .....	27
<i>Les 5 questions essentielles à se poser avant d'écrire</i> .....	27
<i>Construire, rassembler, structurer</i> .....	29
<i>Visée et intention du message</i> .....	31
La composition .....	31
<i>Disposer pour commencer de composer</i> .....	31
<i>Les lois de la composition</i> .....	32
<i>Des connecteurs, des liens :</i> <i>les chevilles de la logique argumentaire</i> .....	33

Le ton et la symbolique : trouver son style .....	36
<i>Les catégories d'écriture</i> .....	36
<i>Le perçu</i> .....	37
<i>Considérer le degré de compréhension du destinataire de son message</i> .....	38
<b>LES ÉCRITS INSTITUTIONNELS</b> .....	41
Contexte .....	43
Objectifs .....	43
Message.....	44
Cibles.....	45
Outils.....	46
Méthode.....	47
<i>La brochure institutionnelle</i> .....	47
<i>Le site institutionnel</i> .....	53
<i>Le discours institutionnel</i> .....	60
<i>La vidéo institutionnelle et le film corporate</i> .....	63
<i>La brochure institutionnelle RSE</i> .....	68
<b>LES ÉCRITS INTERNES</b> .....	77
Contexte .....	79
Objectifs .....	80
Message.....	81
Outils.....	82
<i>Le journal interne d'une entreprise</i> .....	84
<i>L'intranet d'une entreprise</i> .....	100
<b>LES ÉCRITS STORYTELLING</b> .....	113
Contexte .....	115
Objectifs .....	116
Cibles.....	117

Outils .....	118
Message .....	119
Méthode .....	119
<b>LES ÉCRITS DE LA MARQUE .....</b>	<b>137</b>
Contexte .....	139
Objectifs .....	140
Message .....	142
Méthode .....	145
<i>Le contenu de marque serviciel</i> .....	145
<i>Le contenu de marque pédagogique</i> .....	150
<i>Le contenu de marque ludique</i> .....	156
<i>Le contenu de marque créatif</i> .....	164
<b>LES ÉCRITS DE LA RELATION CLIENT .....</b>	<b>169</b>
Contexte .....	171
Objectifs .....	173
Message .....	174
Outils .....	176
Méthode .....	176
<i>La lettre</i> .....	176
<i>Un e-mail ou une réponse à un post ?</i> .....	179
<b>LA COMMUNICATION DE CRISE .....</b>	<b>199</b>
Contexte .....	201
Objectifs .....	202
Outils .....	203
Méthode .....	204
<i>Le communiqué de presse</i> .....	208
<i>La lettre délicate</i> .....	218

<b>En guise de postface... le <i>cloud computing</i></b> .....	225
<b>CAHIER DE STYLE</b> .....	229
Écriture de la narration .....	229
<i>Modalités et formes de phrases</i> .....	229
<i>La longueur des phrases</i> .....	233
<i>La construction de la phrase</i> .....	234
<i>La cohérence textuelle</i> .....	236
<i>Marquer l'engagement</i> .....	238
<i>Travailler son style</i> .....	240
<i>Usage de la citation</i> .....	240
Écriture numérique .....	241
Écriture de la conversation .....	242
Écriture épistolaire.....	245
Variez votre lexique .....	250
<b>Table des cas</b> .....	257
<b>Bibliographie</b> .....	259

# Avant-propos

Jeanne Bordeau est la fondatrice de l'Institut de la qualité de l'expression, un bureau de style en langage. L'Institut analyse les langages multiformes de l'entreprise (institutionnels, internes, commerciaux, numériques) et de ses dirigeants grâce à des audits sémantiques et des diagnostics sur mesure. Il modélise les nouveaux codes de langage de l'entreprise par le biais de matrices argumentaires, de chartes et de signatures sémantiques et autres nombreux outils déposés. Il crée une ingénierie pédagogique à la carte et conçoit des programmes de déploiement du langage utilisables par tous les services de l'entreprise et souvent mis en scène au sein de l'entreprise. Il invente des langages adaptés à l'histoire, à l'entreprise et ses dirigeants, à la marque, aux écrits de la relation clients, aux métiers, aux collaborateurs, pour nourrir et amplifier le capital-image et capital- langage de l'entreprise : storytelling et mise en récit.

Comme à l'Institut, ce livre a été écrit à deux mains, à quatre mains, à six mains... en croisant les expertises et les savoir-faire complémentaires : du professeur de français à la linguiste, du storyteller à la spécialiste des écrits de la marque. Il a été composé à partir de méthodes et de pratiques animées et déployées chez nos clients depuis quinze ans. Il provient également de cours et de conférences régulièrement données par Jeanne Bordeau depuis cinq ans.

L'Institut de la qualité de l'expression développe ordonnancement et créativité du langage en veillant à instiller de la pédagogie. Il

accompagne chaque jour les collaborateurs de l'entreprise pour développer de la pédagogie, par le biais de projets d'écriture accompagnée, partagée au sein de l'entreprise.

Fort de son expérience auprès de grands groupes institutionnels tels que La Poste ou SNCF, de banques telles que la Société générale, de cabinets tels que Ernst&Young ou d'entreprises industrielles, agroalimentaires et du secteur du luxe, l'Institut développe aujourd'hui un nouveau programme d'écriture accompagnée sur :

- les écrits de la relation client : lettres, e-mails, social CRM ;
- les écrits de la marque : planning stratégique en langage, contenus créatifs, cahiers de style ;
- les écrits du storytelling : charte sémantique, récits ;
- les écrits délicats : notes de synthèses, lettres, discours de dirigeants, argumentaires, dossiers de presse, écrits de crise...

Ce livre a été conçu par Jeanne Bordeau. L'atelier d'écriture a été co-animé par Jeanne Bordeau et Joyce Cohen-Uzan.

Ont contribué à cet atelier Paule Paganon, professeur de français, Audrey Dejardin, linguiste, et Hélène Renard, directeur éditorial.

### *Quelques inventions de Jeanne Bordeau déposées à l'INPI*

La matrice argumentaire, la Charte sémantique, le Baromètre de mesure de la qualité de l'écrit, l'Observatoire de la lettre, l'écriture pédagogique accompagnée, l'Oraloscope, l'école de rhétorique, l'Abécédaire des mots, le Lexico-picturalisme.

## Les études réalisées par l'Institut de la qualité de l'expression

### 2004

La qualité d'expression dans le monde économique

### 2008

Analyse du discours de 7 entreprises du CAC 40 : différenciation, efficacité et cohérence

Carnet de style : les cartes de vœux

### 2009

Hauts dirigeants, managers, collaborateurs, patrons, salariés, entrepreneurs, cadres... Quel lexique, quels échanges ?

Les mots du Web : une langue en création

### 2010

Langage média et langage corporate : cohérences et spécificités

Analyse du discours des crèmes hydratantes et anti-âge de 10 marques internationales (Biotherm – Chanel – Clarins - Clinique – Diadermine – Lancôme – La Prairie – L'Occitane – L'Oréal – Sisley)

### 2011

Le langage numérique de 6 entreprises (BNP Paribas, Fortuneo, 3 Suisses, Vente-privée.com, Puma, Sarenza)

### 2012

La marque conversationnelle à l'heure du Web 2.0. Quelles relations la marque tisse-t-elle avec ses clients ?

### 2013

Les formules de salutation et d'interpellation dans les écrits de la relation clients de six secteurs





## LES GRANDES LOIS DE L'ÉCRIT

*« Il n'y a pas de mesure à la mesure des mots.  
Il ne viendrait à personne l'idée de mettre un frein  
à la clarté nue de midi en été. Les mots. Silex et diamant. »*

LOUIS CALAFERTE ■



## Les sources de l'écrit

### Avant la page blanche, l'écrivain voyage...

Pour être sûr de ne jamais parvenir à écrire une ligne valable, se mettre à table immédiatement, placer devant soi une feuille vierge ou encore ouvrir un nouveau document dans Word et attendre en se grattant le haut du crâne... On ne taquine pas les Muses impunément.

Le fameux complexe de la page blanche, menace légendaire ponctuant l'existence de tout écrivain qui se respecte, réservons-le pour plus tard. Comme l'indique le titre de ce premier chapitre, il y a bel et bien une vie avant l'écriture. Avant l'acte, la pensée ; avant l'encre, le voyage. Toutes celles et ceux qui ont marqué l'histoire des Lettres se rejoignent en ce point : l'écriture, quelle qu'en soit la nature, ne naît pas ex-nihilo mais d'une somme d'expériences, livresques ou non, puisées dans l'existence même de l'auteur. Préalablement à toute tentative de rédaction, il s'agit donc de réunir, comme on le ferait pour une recette culinaire, un ensemble d'ingrédients. On écrit si l'on est curieux, si l'on a l'esprit aux aguets.

On pourrait être tenté de discourir, à grands renforts philosophiques, sur la notion d'inspiration. Des siècles durant, nombre de penseurs, artistes, intellectuels et scientifiques ont disserté sur la question. Le débat reste d'une immuable actualité.

Avant d'écrire, voyager. Mieux, vagabonder, se perdre, lâcher prise, se laisser emmener en mille promenades. Voici une première clé. Qui voyage véritablement ne se contente pas de la simple réalité d'un déplacement géographique. Voyager, c'est ouvrir son esprit – et son corps – aux changements alentour. C'est sortir ses cinq sens des habitudes quotidiennes dans lesquelles ils sont conditionnés.

Le billet pour un tel voyage est des moins onéreux. Il ne s'agit pas de filer jouer les reporters de guerre au Mali ni d'aller vadrouiller dans quelque recoin humide de l'Amazonie. La terrasse de café à laquelle vous aimez vous poser le dimanche après-midi après le marché, le strapontin que vous empruntez chaque soir sur la ligne 13, les couloirs du bureau, la salle d'attente de votre médecin ou encore le moindre dîner entre amis sont autant d'invitations au voyage. Partout, à toute heure et en toute compagnie, on peut à sa guise faire son marché de sensations, ses courses d'observations, emplir son cellier de mille et une situations.

Voyager, c'est observer, s'imbiber, s'imprégner, goûter, toucher, écouter. À chaque instant, c'est poser un regard neuf sur ce que l'on veut connaître pour le découvrir autrement. Voyager, c'est une gymnastique intellectuelle. Cela suppose dans un premier temps d'être à l'écoute du monde et d'autrui.

L'orientation de ce changement est celle du spectacle : pour voyager efficacement, il faut être sans cesse auditeur et spectateur. Regarder le décor dans lequel évolue l'autre, se regarder en train de vivre telle situation et les réactions qu'elle occasionne... À tout instant, que l'on soit assis dans son bureau ou déambulant dans les rues, à écouter les nouvelles du jour sur les ondes, ou en accompagnant son manager dans une visite de site, il faut questionner !

### *Posons-nous des questions*

- Où suis-je ? Quelles sont les caractéristiques du lieu où je suis en ce moment ?
- Quelles sont les raisons qui m'ont amené là où je me trouve ? Qu'y fais-je ?

.../...

.../...

- Quelles personnes sont présentes ? Puis-je en esquisser les principaux traits ?
- Quelles sont les différentes sensations que je perçois ?
- Quelles sont les couleurs, les lumières dominantes ?
- Quelle est ma disposition psychologique de l'instant (triste, enjoué, las, excité...) ?
- Quelles matières rencontrent mes doigts (bois de la table, porcelaine de la tasse de thé, zinc du comptoir, velours d'une banquette...) ?
- Par quels signes ou attitudes mon attention est-elle captée (crissements de pneus provenant de la chaussée, soupir de l'assistante surmenée, nervosité du responsable de réunion qui raconte mal une histoire, clignotement d'un néon défectueux...) ?

Ce type d'auto-questionnaire peut être déployé et ajusté sans fin. L'essentiel réside dans la stimulation d'une volonté de dépaysement pour en extraire un nouvel état : celui de voyageur observateur « en distance ». Comme pour toute autre activité, la répétition reste reine ; en reproduisant de tels exercices, on peut parvenir à changer son regard et, dans un même temps, à entrouvrir les portes qui mènent à l'écriture.

Il faut être un juste observateur pour savoir écrire.

## **Premières armes : de l'usage du carnet vagabond**

Rares sont celles et ceux qui présentent les aléas du voyageur en solitaire. Et s'il existe toujours quelque singulière figure s'illustrant dans une périlleuse traversée de l'Atlantique à la rame ou « l'ascension nord d'un fameux népalais » (sic), force est de constater que l'on jouit plus volontiers des joies du voyage lorsque l'on se trouve en bonne compagnie.

Soucieux de ne point laisser le lecteur à la dérive, en ces premiers pas sur le tortueux sentier de l'écrit, nous lui proposons sans tarder un compagnon de route. Voici donc quelques indications destinées à rendre votre carnet vagabond aussi efficace que supportable.

### *Les cinq règles du carnet vagabond*

Le carnet doit être choisi pour son format.

Le carnet doit être pratique (préférer le dos plat au dos carré).

Le carnet doit être solide (préférer la reliure à la spirale, le cousu au collé).

Le carnet doit pouvoir s'inscrire dans une collection (au sein de laquelle on pourra alterner les couleurs) et être numéroté ; une collection que l'on pourra continuer pendant des années.

Le carnet doit être de suffisamment bonne facture pour pouvoir durer.

On peut aussi avoir des dossiers « observation » et « inspiration » sur son ordinateur.

## **Repérage et mises en séquences ou comment faire du quotidien son terrain d'observation**

6 h 45 : le réveil vient de vous extraire du saint somme à coups de grands carillons. L'œil encore inerte, dans un geste incertain dicté par une agaçante tendance à la superstition, vous tentez de passer à la position verticale. Le corridor vous happe, la cuisine vous appelle mieux qu'un tapis roulant. Avant seulement de changer le filtre de la machine à café, la fragrance libératrice vous atteint, vous secoue, vous hydrate et vous sort de votre torpeur. Enfin, ça coule ! Du noir bien noir bien serré ! Alors seulement, vous envisagez l'action suivante : direction la salle de bain...

À l'instar du réveil, choisissez arbitrairement un instant de la journée inévitable : repas, coucher, toilette, lecture de la presse... Dans un premier temps, veillez simplement que la situation choisie ne mette personne d'autre en scène que vous-même. À l'aide d'une feuille de papier, disséquez cet instant en plusieurs phases.

### Encore des questions !

- Quel événement introduit l'instant, le déclenche ?
- Quel événement clôt l'instant ?
- Quelle est ma première pensée ?
- Quel est mon premier geste ?
- Quelle est la première sensation à laquelle je suis confronté ?
- Quels sons accompagnent cet instant et quand sont-ils audibles ?

La situation est banale, mais le point de vue l'est rarement. Pour écrire, il s'agit de devenir metteur en scène de sa propre existence ou de celle des autres, de littéralement opérer en post-production. Écrire n'est pas inventer sa vie ou celle des autres. Écrire, c'est jouer les monteurs : on sélectionne dans la matière première (les *rushes*), puis on effectue des collages jusqu'à obtenir une représentation satisfaisante de la situation initialement vécue.

### Devenir le cinéaste de sa vie...

#### Au cinéma

Image  
Plan  
Séquence  
Scène  
Film

#### Dans la vie

Image  
Instant  
Situation  
Enchaînement de situations  
Vie

Tout réalisateur, bien avant de s'installer derrière la caméra, commence par ramasser des impressions, et par s'exercer l'œil en visionnant des films et les déconstruisant.

Au cinéma comme dans l'existence, le détail se trouve par définition en bout de chaîne : dissimulé dans chaque image. Ici une saveur, là une couleur, un objet...

Le détail ne saurait donner le ton d'un film, et une seule impression ne pourra pas davantage suffire à produire un écrit.

Le champ d'exercice que nous vous proposons ici est infini. Déconstruisez certaines strates de votre vie quotidienne. Nous verrons par la suite comment les réassembler à votre goût, selon votre plume...

## **Dictier au dictaphone pour mieux écrire**

À l'heure des téléphones mobiles où chaque usager des transports en commun prend peu la peine de faire montre de discrétion lors de conversations privées, l'exercice que nous suggérons relève d'une promenade de santé !

### *Passons à l'action et entendons-nous*

Munissez-vous d'un dictaphone (le cas échéant, réglez l'engin mobile dont il est question plus haut sur la fonction « mémo sonore », ou son équivalence).

Avant de débiter l'enregistrement, relisez le plan « Au cinéma/ Dans la vie » précédemment donné.

Décrivez une situation (le plus simple est de décrire sa promenade) pendant que vous la vivez.

Une fois l'opération achevée, laissez reposer la bande quelques heures.

.../...



.../...

Sur une feuille, notez de mémoire la situation que vous avez vécue.

Procédez à une première écoute de l'enregistrement et comparez avec ce que vous avez noté.

Procédez au montage en recopiant à l'écrit les morceaux choisis de l'enregistrement.

Enfin, relisez à voix haute le résultat de votre travail en vous enregistrant.

Les passerelles entre expressions écrite et orale sont innombrables. Aussi, à divers niveaux et à différentes fins, le magnétophone représente-t-il un instrument de travail indispensable à qui souhaite écrire. Parmi les illustrations célèbres de la relation écrit/oral, on citera l'exemple de Gustave Flaubert qui, pour être certain du degré qualitatif auquel il était parvenu en écrivant un texte, le déclama à voix haute dans une pièce particulière de sa maison, le gueuloir.

À tout moment d'écriture, il faut se lire et relire à voix haute. L'écriture est une musique.

## **Comment faire travailler son imagination**

Voyager, séquencer, observer... Et l'invention ? Et l'imaginaire ? Si les œuvres littéraires dites de fiction (romans, nouvelles, contes, poésies) sont associées aux notions de créativité et d'imagination, il n'en va pas de même des autres types d'écrits.

Et pourtant ! Quelle lettre, quel article, quel communiqué ou quelle brochure commerciale pourrait prétendre avoir été conçu en l'absence de collaboration avec la fée Inventivité ? Le simple fait de s'exprimer requiert une part d'inventivité : trouver des connexions, illustrer, donner des métaphores et des images...

Pour écrire, il faut donc soigner cette part d'inventivité qui est en nous et la stimuler sans cesse.

L'amie fidèle de l'inventivité se nomme dame Curiosité. Faire preuve d'inventivité commence donc par nourrir son esprit curieux ! En ce domaine, outils et procédés sont légion :

- se tenir informé (lire la presse généraliste, mais régulièrement s'amuser à parcourir un exemplaire de presse spécialisée) ;
- varier les sources d'information sans en favoriser aucune (télévision, Internet, presse écrite, radio) ;
- choisir de s'intéresser à un secteur par mois dans lequel ses connaissances sont inexistantes (art, industrie, économie, sport, géographie) pour aller toujours à la découverte ;
- apprendre à écouter ses interlocuteurs en toutes circonstances (au lieu de passer le plus clair de la conversation à la recherche de ce que l'on souhaite exprimer) ;
- acquérir le réflexe de vérification (dès que nos connaissances sont prises en défaut lors d'une conversation ou à l'occasion d'une lecture, tenter d'y remédier grâce à des outils courants : dictionnaires, encyclopédies) ;
- combattre les tendances orgueilleuses auxquelles nous sommes habitués et favoriser l'humilité pour ses vertus de perméabilité (reconnaître son ignorance d'un sujet permet de lâcher prise et d'accueillir la connaissance de la part d'autrui) ;
- mettre ses sens à l'épreuve du changement (découvrir des préparations culinaires d'autres pays, suivre les nouvelles de cultures différentes...) ;
- apprendre des textes qui vous séduisent pour entraîner et muscler votre mémoire ;
- lire des informations sur le sport même quand on n'aime pas cela.