**La rédaction de Rapport**

***1. Introduction***

Dans le cadre de ses fonctions et pour être à la hauteur de ses missions, l’ingénieur doit être capable de maitriser les techniques de base de rédaction de documents. La rédaction de rapports, des réponses à des appels d’offres, des documents de synthèse, des articles scientifiques sont des exemples d’ouvrages écrits que l’ingénieur est amené à rédiger, et parfois fréquemment, dans l’exercice de ses fonctions quotidiennes. Même un ingénieur très compétent, s’il n’arrive pas à communiquer convenablement avec son environnement professionnel, risquerait d’échouer dans sa carrière.

Le rapport est un outil de travail. Pour l’ingénieur ou le scientifique il est un document technique spécialisé qui permet de communiquer, auprès de collaborateurs, de supérieurs hiérarchiques ou de communauté locale ou internationale de collègues, des résultats d’un travail sur thème précis. De ce fait on ne dispose pas de toute la liberté dans sa rédaction et on est tenu de se conformer à des règles et des structures bien déterminée. Sa date de remise est souvent imposée dans un échéancier bien précis. Il doit permettre d’établir l’effort personnel de son auteur et les apports extérieurs provenant de travaux antérieurs du même auteur de tiers dans le cadre du travail demandé.

Etant donné que le rapport est sensé véhiculer un message il doit être rédigé de sorte à être compris sans effort technique ou linguistique particulier. Pour se faire on est appelé à l’écrire dans un style compréhensible simple.

Privilégier l’usage de phrases courtes, un vocabulaire explicite en veillant à expliciter les acronymes et les termes techniques dont nous soupçonnons que le lecteur ignore.

Bien qu’il s’agisse d’un document technique, le rapport reste avant tout un ouvrage de communication écrite ; on doit donc y soigner l’orthographe, la grammaire et la syntaxe selon les règles de base. Les règles typographiques doivent préserver toute leur importance; à défaut d’en soigner l’usage on risque d’être qualifier de négligeant.

Sachez que tout écrit et le rapport en particulier, de par son volume et sa structure « normalisée » est le reflet de la personnalité, la culture et le style de son auteur. S’il peut révéler vos carences il peut aussi affirmer vos compétences et vos capacités techniques et rédactionnelles.

Des questions doivent être posées avant la rédaction. Elles constituent les bases de l’élaboration du plan de rédaction d’un rapport.

***Pourquoi écrit-t-on le rapport* ?**

La réponse à cette question traduit l’objectif de son ouvrage. Elle peut aider à estimer la longueur et le style de rédaction du rapport.

***Pour qui écrit-t-on le rapport*** ?

On doit „se mettre dans la peau‟ des destinataires qui attendent le rapport pour bien cibler le contenu de l’écrit.

Connaitre le domaine de compétences de ces lecteurs peut aider à bien orienter le genre et le volume d’information à inclure.

***Pour quand le rapport doit être remis*** ?

Connaitre l’échéance de remise *de* son rapport suffisamment à l’avance permet de bien gérer le temps de sonélaboration.

***2. La structure du rapport***

Malgré qu’il n’est pas académiquement judicieux de normaliser un rapport, on y imposant des contraintes de formes ou de fond, sa structure est composée principalement et presque dans tous les cas de :

a- une page de titre (ou de garde)

b- une table des matières

c- une introduction

d- une discussion (s’il s’agit de résultats expérimentaux) ou un développement

e- une conclusion

f- une bibliographie (liste de références lus).

Aussi dans certains types de rapports on trouvera également :

- un résumé

- des mots clés

- une table de figures et/ou d’illustrations

- des annexes

- un glossaire

- des remerciements.

***2.1. La page titre (page de couverture du document, ou page de garde)***

La page titre doit contenir l'ensemble des éléments qui permettent d'identifier le document :

* titre du contenu (par exemple : « guide de rédaction de rapport ») ;
* type du document et contexte des travaux d’écrits (par exemple : « rapport de projet de mastère »,

« rapport de stage de fin d'étude ») ;

* nom de l'auteur ou des auteurs s'il s'agit d'une rédaction collective ;
* nom des autres personnes impliquées dans les travaux, au titre d'encadrant ou de conseiller d'étude ; dans le cas des mémoires de Master ou de thèses de Doctorat bien spécifier les noms des professeurs encadreurs et ceux des membres de Jury s’ils sont connus avant l’impression de la version finale de la thèse.
* date de parution (si le rapport donne lieu à une soutenance orale, c'est cette date qu'il faut indiquer et versions
* logo, nom et adresse de l'organisme dont est issu l'auteur (par exemple : Centre Universitaire de Khemis-Miliana) ;
* on peut aussi faire figurer un schéma, une image ou photo scientifique très représentative du contenu général du document.
* noms et logos des organismes partenaires (cas des stages).

Elle peut également comporter des mentions relatives à la diffusion du document : « version provisoire »,

« Confidentiel », « document non contractuel », « ne pas diffuser » ou à son contexte : « publié dans le cadre de l'étude X », « conforme à la législation Y », « certifiée conforme par Z, relu par W » etc.

Ci-dessous (fig.) on donne à titre indicatif un exemple de page de garde de notre thèse de Doctorat. Bien que le titre soit en anglais elle représente néanmoins un exemple type d’une page de couverture.

*Figure… Exemple d’une page titre (page de couverture ou de garde)*

***2.2. Le résumé***

Le résumé peut se situer juste après la page titre ou même parfois sur la page titre elle-même. Il est destiné à une lecture rapide du contenu pour des lecteurs occupés, moins ou partiellement concernés par le rapport et pour des fins de recherche bibliographique. C’est pour cela qu’il est souvent accompagné de quelques mots clés en relation avec le contenu du rapport.

Dans certains cas le résumé est traduit en une plusieurs langues pour permettre une lecture élargie. Il doit décrire en peu de mots (parfois le nombre est imposé par l’institution dont dépend l’auteur ou par la maison d’édition quand il s’agit d’une publication externe). De toute manière, et quels qu’en soient les destinataires et les lecteurs, le résumé doit retracer le but du travail et poser la problématique traitée, l’approche choisie pour la résoudre et les résultats obtenus et, enfin la conclusion tirée.

**2.3. La table des matières**

Encore appelé « sommaire », la table des matières permet de synthétiser, en début de document, les différents chapitres qui y sont traités. Grâce à elle, le lecteur peut, d'un seul coup d'œil, avoir une image globale du contenu du document et, éventuellement, situer le chapitre qui l'intéresse de façon plus spécifique. Elle doit faire référence à la pagination.

***2.4. L’introduction***

L'introduction doit permettre de situer le contexte du rapport et d'en cerner les limites.

On doit notamment y trouver la finalité des travaux présentés. Le contexte du projet ou du stage doit y être explicite.

Elle permet ainsi au lecteur d'évaluer l'intérêt du texte par rapport à ses attentes. Enfin, il est souhaitable qu'elle procédé à une présentation synthétique des différentes parties du rapport en mettant l'accent sur la logique des enchaînements.

***2.5. Le développement***

Le développement est normalement la partie la plus volumineuse du rapport puisqu'il s'agit de la présentation des travaux et des résultats produits. Le développement doit être structuré en fonction de l'objectif du travail demandé.

L'enchaînement des parties doit être fluide (par exemple, utiliser éventuellement de courts bilans en fin de section ou chapitre). Il doit, le cas échéant, utiliser des compléments d'information hors texte : notes de bas de page, références, annexes, glossaire.

***2.6. Les notes de bas de page***

Les notes de bas de page sont indiquées par un numéro croissant dans tout le texte. Elles servent à apporter un complément d'information non essentiel.

Le texte doit pouvoir être compris sans y faire appel. Elles sont très utiles lorsque l'on veut que le document puisse avoir plusieurs niveaux de lecture.

***2.7. Les tables, figures, équations et illustrations***

Les tables, figures, équations et illustrations servent à illustrer certains éléments du texte d'un rapport notamment afin d'en améliorer la compréhension. Il doit toujours y avoir bijection entre le texte et son iconographie. On s'astreindra à associer numérotation, titre et légende aux tables (p.ex. table 1, page 12), figures (par exemple. figure 1), équations (par exemple, équation (1)) et illustrations.

***2.8. La conclusion***

La conclusion est considérée comme la partie de l’ouvrage où un bilan succinct du travail effectué. A partir des résultats présentés et discutés, l’auteur doit être capable de porter une évaluation voir, faire un jugement objectif du travail achevé. Elle doit correspondre à une proposition du genre : nous avons pu démontrer que…, nous avons défini que…, Elle fait un bilan des objectifs atteints vis-à-vis des objectifs initiaux. Ainsi, elle doit être mise en regard de l’introduction. Elle peut aussi indiquer des pistes pour un travail à venir ou des explications pour un travail non abouti.

*L’introduction et la conclusion sont des parties essentielles d’un document. En les lisant, le lecteur doit pouvoir se faire une idée précise du contenu développé dans le corps du texte. Il est important d’y apporter le plus grand soin.*

***2.9. Les références bibliographiques***

Les références bibliographiques sont utilisées lorsqu’on reprend les textes, illustrations, données ou conclusions d’un auteur. Ne pas citer ses sources constitue une faute professionnelle. Rappelons que donner du crédit aux travaux d’autrui renforcerait le crédit de son propre travail. L’ensemble des références contenues dans la bibliographie doit suivre un certain nombre de règles comme expliqué au chapitre 2.

L’appel aux références peut se faire sous plusieurs formes. On distingue généralement la forme alpha-historique, par exemple (Bon, 2000) et la forme numérique [1].

Les références peuvent être situées en bas de page ou reportées en fin de document sous forme de liste bibliographique. Généralement, pour les publications scientifiques et les rapports techniques, on privilégie la forme

alpha-historique et la liste bibliographique. Par contre, pour les ouvrages littéraires ou grand public, on préférera la forme numérique et le report en bas de page.

***2.10. Les annexes***

Les annexes servent à reporter, en fin de document, des additionnels longs (tableau, base de données techniques, citations particulières, formules et développements mathématiques élaborée, des programmes informatiques etc.) qui nuirait à la fluidité de la lecture et encombrerait le texte sans intérêt directe avec les objectifs du rapport. Pour la compréhension du rapport une annexe ne doit pas obligatoirement lue. Chaque annexe doit avoir un numéro et un titre.

***2.11. Le glossaire***

Situé en fin de document, le glossaire permet d’éviter une explication systématique de sigles ou de termes techniques dans le corps du texte. Il correspond à un thésaurus spécifique au document et permet une meilleure compréhension de concepts dont l’explication n’est pas reprise en détail dans le texte.

***2.12. L’index***

Situé dans les dernières pages du document, l’index est une liste alphabétique de termes dont le lecteur pourra se servir pour accéder rapidement à un sujet donné. A chaque terme correspond la ou les pages où ce terme apparait. On distinguera parfois, entre parenthèses, un mot précisant le contexte du terme cité.

Exemple : Hilbert (transformation de), 156, 212-213.

***3. Les règles***

***3.1. Les règles méthodologiques***

Le rapport constitue un tout homogène et non pas un montage ou une compilation de parties disparates. Le lecteur ne devrait pas sentir une discontinuité lors de la lecture. Il devrait y avoir un fil conducteur qui n’est d’autre que l’objectif principal du travail. Toutes les parties (résumé, introduction, résultats, développement, conclusion) doivent se greffer à ce fil.

Les auteurs sont solidairement responsables (en contenu et en délai) de la totalité du document et non uniquement de leur propre contribution.

La cohérence doit être recherchée à tous les niveaux afin de limiter les ambiguïtés et d’améliorer la qualité du document produit.

On veillera tout particulièrement à :

* respecter la cohérence du style, des temps et des modes employés ;
* conserver le même mode de locuteur dans le texte (Par exemple : je, nous, on, le groupe, l’équipe) ;
* utiliser le même niveau de vocabulaire tout au long du texte.

Que le rapport soit une ouvre individuelle ou collective, il doit être relu dans un souci constant d’en améliorer la qualité et la fiabilité.

Il est souhaitable, avant de se lancer dans la rédaction, de proposer et discuter de manière approfondie du plan général du rapport. Cette réflexion doit porter notamment sur :

1. les idées proposées et défendues dans chacune des parties, par exemple : questions à soulever, remarques argumentées, discussions ;

2. la taille de chacune des parties ;

3. les iconographies présentées et discutées dans le rapport.

Dans le cas de versions multiples d'un même document, celles-ci devront être clairement indiquées.

***3.2. Les règles de composition***

Lorsque vous écrivez un document, celui-ci doit répondre à des règles de présentation générale mais également à des règles spécifiques données par l'éditeur de votre document.

Ces règles, très variables d'un éditeur à un autre, peuvent porter sur la taille du document, les polices de caractères, l'intitulé des rubriques, la numérotation des paragraphes, des tableaux et figures (dont on veillera à ne pas oublier les légendes), le logiciel de mise en page...

Quelles qu'elles soient, ces règles de composition doivent être constantes à l'intérieur du document.

Outre la mise en page, proprement dite, les règles de composition imposent le respect des normes typographiques (voir section 4.3), en particulier pour les abréviations et les espacements entre les différents caractères typographiques (ces normes peuvent être différentes d’un pays à l’autre).

**3.3. Les règles de typographie**

Les normes typographiques concernent des aspects très divers de la présentation du document et varient d'une langue à une autre. On s’efforcera de respecter les règles d'espacement propres au français décrites dans la table 1.

**La rédaction d’une lettre**

**I.1. Introduction**

La lettre est un document écrit qui laisse une emprunte pouvant représenter une preuve et un témoignage solide pour ou contre soi. On peut distinguer deux catégories de lettres : la lettre administrative (officielle) et la lettre amicale (non officielle). La lettre officielle est l’outil incontournable pour communiquer dans les relations professionnelles, commerciales ou administratives. Cette catégorie de lettre est très codifiée dans le fond et la forme. Elle est soumise à des règles rigoureuses de format et de rédaction. Par contre, la lettre amicale n’obéit pas à des règles strictes de rédaction ou de présentation. On dispose d’une grande liberté d’écrire à ses amis, ses parents ou a des collègues sur des faits non officiels.

Comme la lettre administrative engage son auteur et peut avoir des conséquences importantes pour son destinataire elle ne doit donner place à aucune ambiguïté. Les formules vagues sont prescrites ; il faut y employer des propos précis et des engagements clairs et non-ambigus. La lettre commerciale doit être:

- ***courte***: car souvent elle est lue par un lecteur pressé qui doit prendre une décision.

Elle reste un outil de travail dans le milieu commercial et d’affaires. Il faut se limiter à y mettre les informations nécessaires et suffisantes pour régler une transaction, livrer une marchandise, passer une commande, réclamer un règlement d’une livraison, indiquer une anomalie, etc.).

- ***exacte***: un attachement rigoureux à la vérité est une nécessité absolue.

L’inexactitude ou le mensonge même par omission peuvent faire perdre la confiance de la clientèle et aussi affecter la crédibilité de votre entreprise.

Pour éviter la confusion ne dites pas : «en réponse à votre lettre » mais plutôt «en réponse à votre lettre du 14 juin» car, d’autres lettres ont pu être envoyé après celle que vous avez entre les mains mais que vous n’avez pas encore reçu.

Ne dites pas «nos conditions sont les mêmes que celles de vos précédentes commandes du même article». Ce texte risque d’obliger votre client d’aller regarder dans ses archives qu’elles étaient les conditions des anciennes commandes ce qui peut l’agacer. Il vaut mieux reprendre le texte des conditions autant de fois qu’elles sont valables et mentionner si nécessaire que les conditions n’ont pas changé.

*-* ***prudente*** *:* le rédacteur de la lettre doit veiller à ne s’engager que sur les actions qu’il pourra tenir. Par exemple, éviter de donner une date de livraison alors que vous savez que le produit est encore en phase de fabrication chez un industriel et qu’il est difficile de prédire la délais de son conditionnement, son transport et sa livraison aux clients.

- ***courtoise***: même l’attitude de votre correspondant vous déplait et vous irrite, gardez vous de le manifester. Vous arriverez à rien de plus en le vexer. S’il tarde à répondre à une lettre urgente, ne l’accusez pas brutalement de mauvaise volonté. Laissez lui le temps nécessaire pour que votre lettre, peut être mal adressée, ait pu vous être retournée par la poste. Ecrivez alors une seconde fois la lettre que, par politesse, vous supposerez avoir été égarée. Montrez votre bonne foi ; envoyez une photocopie. Si c’est la bonne fois de votre correspondant que vous mettez en doute, ré-envoyez la lettre avec accusé de réception.

**1. La lettre officielle:**

Les grandes règles auxquelles est soumise la lettre officielle sont

***a****- La disposition.*

***b****- La formule d’appel.*

***c-*** *La rédaction du contenu.*

***d-*** *La formule de politesse.*

**a/** Les règles de disposition comprennent des précisions sur le format et la couleur du papier, le positionnement des coordonnées de l’expéditeur, celles du destinataire, la date et le lieu de l’émission de la lettre, l’objet et les références du responsable du dossier. Dans le tableau1 sont reprises les règles de disposition de la lettre.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eléments codifiés** | **Règles à observer** | **Place des éléments** |
| **Format et papier** | 21 x 29,7 ; papier blanc sans ligne |  |
| **Coordonnées de l’expéditeur** | Monsieur, Madame, suivi du nom et du prénom, adresse, code postal,  Téléphone et / ou adresse email | En haut, à gauche |
| **Coordonnées du destinataire** | Monsieur, Madame, suivi du nom et du prénom, de la fonction adresse, code postal, Téléphone et / ou adresse email | En haut, à droite  Plus bas et l’alignement de la date |
| **Date et lieu d’émission** | Par exemple, Grenoble le 08/09/2005 | Plus en haut, à droite |
| **Autres mentions de l’entête** | Objet (motif de la lettre), la référence, le nom du responsable du dossier | En haut, à gauche |

*Tableau 1 : Règles de disposition de la lettre*

**b. *Formules d’appel* :**

Des formules d’appel sont utilisées pour interpeller, attirer l’attention mais aussi pour spécifier la fonction ou le titre du destinataire de la lettre. Les expressions les plus courantes sont:

* Monsieur, Madame (en général quand on ignore la fonction du destinataire).
* Monsieur (*le Directeur, le Recteur, le Doyen, le Maire, le Président*, etc.),

Madame (*la Directrice*, *la Présidente*, *La Gérante, La Doyenne*, etc.).

* Maitre (*Avocat, Notaire*), Son excellence (*Ambassadeur*),
* Mon Général, Mon adjudant, (*les militaires*).

**1. L’entête :**

Les entreprises préconçoivent du papier à lettre avec entête pré-imprimé ou pré-gravé à l’avance. On y inscrit les renseignements suivants:

* + le logo de l’entreprise ou de l’institution,
  + nom et adresse de l’entreprise,
  + numéro de téléphone,
  + numéro de fax,
  + adresse e-mail
  + forme juridique et montant du capital de l’entreprise
  + numéro d’immatriculation du registre de commerce, Numéro de TVA

**2. La disposition du texte :**

Nous donnons ici la disposition du texte la plus conventionnelle car il se peut, qu’à cause de la position de l’entête pré-imprimé on change de disposition.

1. ***Expéditeur :***

Au cas où on ne dispose pas de papier à entête, et comme indiqué dans le tableau1, on inscrit le nom et l’adresse de l’expéditeur en haut à gauche de la feuille.

1. ***Date :***

La date est notée en haut à droite. Il est à rappeler qu’une lettre sans date n’est pas considérée légalement comme une lettre officielle. Mentionner le lieu d’où l’on écrit puis la date : quantième en chiffres, le mois en toutes lettres, l’année en quatre chiffre. On n’indique pas le nom du jour.

***Ex***. 20 Décembre 2013.

1. ***Initiales :***

On inscrit deux groupes de majuscules séparées par une barre oblique : d’abord les initiales de la personne qui a conçu le texte, puis celles de la personne qui l’a dactylographié.

1. ***Références***

On indique souvent le numéro d’enregistrement donné à la lettre laquelle on répond, ou bien un numéro de dossier sous les initiales.

***Pour le 2ème métho de présentation***

1. ***Marges***

Maintenir un équilibre de la mise en page. La marge de gauche doit toujours être assez large.

1. ***Objet de la lettre***

C’est un résumé en quelques mots du sujet de la lettre, que l’on souligne. Il fait gagner du temps au lecteur et simplifie par la suite les recherches dans les dossiers.

1. ***Changement de feuille***

Des points de suspension en fin de page, quelques interlignes au-dessous du texte indiquent le passage à la page suivante. Numéroter en haut de pages suivantes.

1. ***Signature***

Une lettre non-signée n’est pas considérer légalement et peut faire l’objet de rejet. La signature doit toujours bénéficier d’un grand espace. Penser à interrompre assez tôt un texte pour prendre une seconde feuille. Dactylographier le titre du signataire, puis laisser la valeur de cinq à sept interlignes, et enfin inscrire son nom en majuscules.

1. ***Post-scriptum***

Il est toujours rédigé au-dessous de la signature et annoncé par les initiales P.-S.

1. ***Pièces jointes***

Elles ont pour but de signaler au lecteur qu’il trouvera des documents accompagnant la lettre qu’il reçoit, et sont toujours indiquées au bas de la première page, précédées des initiales P.J.

**L’ENVELOPPE**

1. ***Format***

Les formats courants correspondent à ce que l’on appelle l’enveloppe "carrée" et l’enveloppe "longue", c'est-à-dire respectivement de 114 x 162 mm et 115 x 225 mm.

1. **Enveloppe commerciale**

Certaines enveloppes, réservées à l’usage commercial, sont très pratiques : elles sont munies d’une partie transparente à la place habituelle de l’adresse. On les appelle „enveloppes à fenêtre‟. Elles évitent de taper deux fois l’adresse et de faire une erreur de destinataire. Nous rappelons qu’une feuille 21 X 29.7 pliée en trois doit être glissée dans l’enveloppe de manière que le destinataire voie l’en-tête de la lettre en l’ouvrant.

1. **Comment plier une lettre et l’introduire dans l’enveloppe ?**

Cette question parait médiocre en apparence mais, elle est lourde de conséquence dans un monde de plus en plus conformiste où la normalisation des procédés est perçu comme signe de performance. Dans le relationnel administratif des affaires tout détail, minime soit t-il, a son poids et son importance. Cette technique est enseignée à un âge très jeune dans les pays où on est intransigeant avec la discipline et la rigueur. Ouvrir une lettre qui ne soit pas pliée selon la façon communément adoptée par beaucoup peut relever du manque de professionnalisme.

**Cas 1** où l’enveloppe est de format long, il faut faire deux plis (donc trois partie) en accordéon (voir schéma 1) et l’introduire dans l’enveloppe de telle sorte à avoir le premier tiers où sont inscrit les adresses de l’expéditeur et du destinataire en face.

****

**Schéma1** : lettre pliée en trois parties pour introduction dans une enveloppe long format.

**Cas 2** où l’enveloppe est carrée, il faudra plier encore une fois latéralement de telle sorte à pouvoir l’introduire aisément (voir schéma 2).



**Schéma2** : lettre pliée en trois parties et puis latéralement pour introduction dans une enveloppe format carrée

Bien que nous avons détaillé le mode classique –version papier- de la rédaction et de l’envoie d’une lettre, le mode qui s’impose actuellement dans les échanges de correspondances reste le courrier électronique. Dans ce cas, il est préférable de préparer la lettre dans un support séparé (MS-office, Latex, ou tout autre logiciel de saisie) et de l’attacher au message électronique. Bien entendu, afin d’éviter que la lettre ne soit modifiée à l’arrivée chez le destinataire elle doit être convertit dans un mode de texte « in éditable » (Portable Document File - PDF) qui est un format de données lu de la même façon par tous les systèmes d’exploitation (Windows, Linux, Mac). Il faudra aussi éviter d’écrire la lettre dans l’espace de la messagerie électronique comme message pour les raisons suivantes :

* risque d’envoyer un texte inachevé par inadvertance.
* le format de la lettre ne se conserve pas forcément entre expéditeur et destinataire.
* on ne dispose pas toujours de suffisamment de temps pour parfaire le texte de sa lettre.
* un sentiment de surcharge et un risque de saturation provoqués par le flux d’informations ;
* des problèmes liés à la confidentialité et à la sécurité des communications.

Malgré ces inconvénients, le courrier électronique présente des avantages qui sont nombreux et significatifs :

* un gain de temps : la transmission du message est rapide et directe ;
* un coût faible : prix d’une communication téléphonique ou prix forfaitaire ;
* la possibilité de communiquer en temps réel ou en différé, 24 heures sur 24
* une diffusion sélective ou au contraire très élargie.

**1. Les principaux messages de la communication interne**

Leur fonction est essentiellement de relater des faits, d’échanger et de transmettre des informations dans le cadre du travail. Leur structure est donc souvent sobre: du texte, peu ou pas d'image

**1.1 La note**

C’est un document qui transmet hiérarchiquement des instructions (note de service) ou des informations sur l’entreprise (note d’information). La note de service circule toujours dans le sens descendant et est suivie d’une mise en exécution.

**1.2. Le compte rendu**

Il relate, fidèlement et objectivement, soit des activités (compte rendu d’activité des représentants), soit des propos échangés (compte rendu de réunion, de conférence). Il assure la mise en mémoire des informations. Il n'y a pas de mise de page officielle, mais les comptes rendu de réunion contiennent souvent les éléments suivants :

* titre de la réunion et le numéro du compte rendu le cas échéant
* date, heure et lieu de la réunion
* liste des personnes présentes, absentes et invitées (par ordre alphabétique), comprenant leurs statuts
* vérification du quorum (nombre minimal de membres), lorsque cette condition est requise
* points à l’ordre du jour
* les prochaines étapes
* heure de levée de la réunion

**1.3. Le rapport**

Il fait le point de manière synthétique sur un thème donné. Le rapport peut être demandé par un supérieur hiérarchique ou être rédigé à l’instigation d’un subordonné.

**2. Les principaux messages de communication externe**

Leur fonction est non seulement d’informer, mais aussi de séduire et de convaincre. Leur structure est davantage construite à partir d’un texte et d’illustrations. La recherche d’esthétique contribue à valoriser l’image de l’entreprise.

**2.1 La lettre commerciale**

Elle assure l’échange d’informations entre l’entreprise et les différents publics externes. C’est un document de preuve qui engage l’entreprise. La lettre remplit plusieurs fonctions.

*Exemple : Une lettre de proposition commerciale, de relance, de demande ou d’acceptation de devis, une facture de doit ou d’avoir, un bon de commande.*

**2.2 Le message publicitaire**

Il transmet une information à caractère commercial pour séduire et inciter le destinataire à l’action.

*Exemple. Un prospectus, une affiche publicitaire.*

**2.3 L'annonce de recrutement**

Elle transmet des informations sur l’entreprise mais cherche aussi à séduire. L’objectif est de convaincre les candidats de rejoindre l’organisation.

**2.4. Les rapports annuels**

Ils sont obligatoires et donnent des informations sur la situation sociale, comptable et financière de l’entreprise. Ils sont destinés aux actionnaires (communication interne), mais les informations qu’ils contiennent intéressent aussi les banquiers, les clients ou les futurs actionnaires et investisseurs (communication externe).

3. **La qualité rédactionnelle**

Toute action de communication dans une organisation est le résultat d'une analyse préalable rigoureuse qui prend en compte :

**3.1 Les règles générales**

La plupart des écrits comportent :

− Une introduction, qui doit attirer l’attention du lecteur (il s’agit de **l’accroche**) et fixer le cadre de référence ;

− Un développement, qui argumente et suscite l’intérêt afin de maintenir l’attention du lecteur ;

− Une conclusion, qui invite à la prise de décision ou à l’action.

Des paragraphes ordonnent les idées (une seule idée par paragraphe) et les phrases sont courtes et précises. Les titres

et les sous-titres facilitent le repérage des idées.

Des articulations logiques (termes de transition, mots et expressions de coordination) rendent le message plus fluide.

**3.2 L'expression écrite**

Il n’existe pas vraiment de langage particulier au courrier d4entreprise, mais le langage adopté doit exclure le langage familier et s4adapter au destinataire et aux circonstances.

**3.3 Les titres de civilité**

Ils sont obligatoires dans les lettres commerciales. Par contre, une note de service ou d4information en est dépourvue.

**3.4. Les formules de politesses**

Les formules de politesse *dépendent des relations entre l’émetteur et le destinataire.*

*- Vous écrivez à un supérieur: « Je vous prie d’agréer, Monsieur le Directeur, l’expression de mes sentiments respectueux. » ou « Veuillez agréer, Monsieur, l’expression de mes sentiments dévoués. »*

*- de supérieur à inférieur: «je vous prie de recevoir l’assurance de ma parfaite »*

*- d’égale à égale : je vous de recevoir l’assurance de mes salutations distinguées »*

**3.5 Les mentions obligatoires**

Tout message professionnel doit permettre d’identifier l’émetteur et le(s) destinataire(s), de préciser l’objet, les références, le lieu et la date d’émission.

Certains documents doivent respecter des règles de présentation spécifique.

*Exemple. La lettre commerciale doit être présentée sur papier à en-tête de l’entreprise. Elle doit comporter la signature de l’émetteur avec une indication de son nom et de sa fonction.*

**3.6 Taille, orientation du texte**

Les formats de papier sont normalisés mais leur choix est conditionné par le type de message. Les plus courants sont les formats A4 (21 cm × 29,7 cm), A5 (14,8 cm × 21 cm) et A3 (29,7 cm × 42 cm).

De même, la disposition du texte sur la page peut être de deux types :

− en paysage ou « à l’italienne » ;

− en portrait ou « à la française ».

*Exemples. Pour une lettre commerciale : pleine page (format A4) et disposition en portrait ; pour un prospectus : demi-page (A5) en paysage.*

**3.7 La typographie**

Des règles typographiques sont à respecter pour la coupure des mots en fin de ligne, les abréviations ou encore la ponctuation.

*Exemples. Ne pas couper un mot au milieu d’une syllabe ; utiliser l’abréviation « cm » pour « centimètres » ; mettre un espace avant un point-virgule.*

La typographie met en valeur certaines informations en créant des contrastes. Le développement de l’utilisation des logiciels de traitement de texte a permis, par la puissance de leurs fonctions, de renforcer les exigences de qualité. Par exemple :

− le choix du type de police doit être pertinent et adapté à la nature de l’écrit ;

*Exemple. Les polices classiques (Arial, Times…) sont utilisées pour les lettres, les notes alors que des polices plus fantaisie (Comic Sans MS…) peuvent être adoptées pour un carton d’invitation ou un prospectus****.***

− la taille de police 12 est recommandée pour le corps du texte, alors qu’une taille supérieure est réservée aux titres et sous-titres ;

− le style « gras » est préféré au soulignement, qui alourdit le message

[perez@supagro.inra.fr](mailto:perez@supagro.inra.fr), <http://www1.montpellier.inra.fr/bartoli/moisa/bartoli/download/moi> sa2011\_pdf/regles.pdf