

# GUIDE DE RÉDACTION DU CO'REPORTER



Course d'Orientation  
Fédération Française

FICHE PRATIQUE

INTRO

## À TOUS LES ORIENTEURS...

Le guide de rédaction du CO'reporter a été conçu spécialement pour vous, rédacteur occasionnel ou régulier de publications consacrées à la course d'orientation !

- Parce que vous souhaitez contribuer à l'élaboration du CO'Mag et que vous n'êtes pas journaliste ;
- Parce que vous avez des expériences à partager mais pas l'habitude de le faire par écrit ;
- Parce que vous êtes bénévole ou permanent, fort occupé par d'autres projets ;

Nous avons réalisé ce guide pour vous aider dans la rédaction de vos articles.

Si toutefois ce guide ne répondait pas à toutes vos questions, n'hésitez pas à envoyer un e-mail à la commission communication : [communication@ffcoorientation.fr](mailto:communication@ffcoorientation.fr)

Bonne lecture et bonne rédaction !

### SOMMAIRE

- 1** Fiche 1 : quel type d'article rédiger ?
- 2** Fiche 2 : comment structurer son article ?
- 3** Fiche 3 : comment écrire efficacement ?
- 4** Fiche 4 : quelles sont les règles d'écriture de base ?
- 5** Fiche 5 : comment illustrer son article ?
- 6** Fiche 6 : sous quelle forme envoyer son article ?

Pour encore plus de facilité, merci d'utiliser **le formulaire de rédaction** en annexe de ce guide pour toutes vos rédactions d'articles.

### SOURCES

Ce guide s'inspire très largement du « Carnet du rédacteur » réalisé par l'association Jeunesse & Santé ([www.jeunesseetsante.be](http://www.jeunesseetsante.be)). Il s'inspire également du « Guide de rédaction (édition 2012) » réalisé par le Gouvernement du Grand-Duché de Luxembourg ([www.gouvernement.lu/1138816/publications](http://www.gouvernement.lu/1138816/publications)) et de la brochure « Règles élémentaires de rédaction d'un texte » réalisé par l'agglomération de Montbeliard.



## FICHE PRATIQUE

# N°1

# QUEL TYPE D'ARTICLE RÉDIGER ?

*Selon le sujet que vous souhaitez traiter, la forme de votre article sera différente et la rédaction ne sera pas abordée de la même manière. Avant de rédiger votre article, vous devez d'abord identifier sa forme.*

## RAPPORTER DES FAITS

### LE REPORTAGE

Le but est d'informer le lecteur de ce que vous avez vu, entendu et ressenti en participant à un évènement précis. En tant que témoin privilégié, vous transmettez au lecteur vos émotions pour lui faire vivre ce que vous avez vous-même vécu. Le reportage comporte une part de subjectivité, un droit à la critique mais exige de la rigueur dans l'information et doit respecter une écriture chronologique.

### LE COMPTE-RENDU

Il s'agit de dresser un bilan, une synthèse sur un sujet donné, un projet. À la différence du reportage, le compte-rendu doit être neutre. Vous donnez des faits sans les interpréter.

### LA BRÈVE

Comme son nom l'indique, la brève est un texte très court (5 lignes maximum) qui fournit l'essentiel d'une information sur l'actualité. La brève doit répondre aux questions qui, quoi, où, quand, comment, pourquoi.

### L'INTERVIEW

L'interview consiste à recueillir les propos d'une personne représentant une source d'intérêt pour le lecteur. L'échange peut porter sur un sujet précis, et la personne interrogée agit alors à titre d'expert, ou il peut porter sur la vie, les projets et les opinions de la personne interviewée, qui parle alors en son nom propre. L'interview peut être retranscrite mots pour mots sous forme de dialogue avec vos questions et les réponses de l'interviewé ou vous pouvez réaliser une synthèse de la rencontre en y glissant quelques citations ciblées et pertinentes.





## EXPLIQUER

### LE DOSSIER

L'objectif du dossier est d'éclaircir un sujet pertinent pour le lecteur en l'étudiant en profondeur. Le dossier doit donner au lecteur le maximum d'information sur le sujet donné.

### LE PORTRAIT

Le portrait tient à la fois du reportage et de l'interview. À partir de vos recherches et de vos rencontres, vous dressez une description d'une personnalité, vous décrivez son parcours, vous présentez son passé, son actualité et son futur.

## RÉAGIR

### LES TÉMOIGNAGES

Les témoignages permettent à chacun de s'exprimer sur un sujet commun et intéressant pour le lecteur. Regroupés sous forme d'article, les témoignages offrent différents points de vue du sujet traité. Ils doivent s'appuyer sur des arguments et pas seulement sur des émotions.



# COMMENT STRUCTURER SON ARTICLE ?

*Un article se compose généralement des mêmes éléments, chacun ayant un rôle bien précis et une importance particulière. Bien identifier ces éléments avant de commencer la rédaction vous aidera à mieux structurer votre pensée et à imaginer le plan de votre article.*

## 1 LE TITRE

Le titre de l'article doit être suffisamment explicite pour permettre au lecteur d'identifier le sujet, et accrocheur pour lui donner envie de le lire.

## 2 LE CHAPEAU

Le chapeau permet d'introduire et de résumer le sujet sans tout dévoiler. C'est ce qui va décider le lecteur à lire l'article... ou pas. Il s'agit donc d'accrocher. Comment ? À l'aide de l'humour, d'une anecdote significative, d'un élément concret, en intriguant...

## 3 L'INTERTITRE

L'intertitre permet de structurer l'article et de relancer l'intérêt du lecteur. Vous devez privilégier des phrases courtes et ne pas utiliser plus de trois ou quatre intertitres par article.

## 4 LE CORPS DE L'ARTICLE

Pour faciliter la lecture, votre article doit être clair et aéré. Pour cela, développez une seule idée par paragraphe et ne dépassez pas trois ou quatre paragraphes par article. Et n'oubliez pas les relances successives (intertitres) pour maintenir l'attention du lecteur.

## 5 LA CHUTE

La chute sert à clôturer votre article, elle doit être courte et percutante. Vous pouvez choisir une chute ouverte en élargissant le sujet de votre article à d'autres développements, ou préférez une chute fermée en synthétisant et en concluant votre sujet.

## 6 L'ENCADRÉ

Facultatif, l'encadré permet de prendre du recul par rapport au contenu de l'article tout en apportant un éclairage sur l'un des aspects dont traite l'article principal. L'encadré peut être un apport théorique, le développement d'un cas concret, un témoignage, des chiffres clés...

## 7 LES ILLUSTRATIONS ET LEUR LÉGENDE

Les images possèdent deux fois plus d'impact que les textes. Illustrer votre article peut inciter à la lecture, encore faut-il créer une harmonie : vos images doivent avoir un lien avec votre texte. Pensez également à légender vos illustrations : les lecteurs adorent lire ces petites annotations !



7

L'ILLUSTRATION  
ET SA LÉGENDE

1

LE TITRE

## ORIENTEZ-VOUS VERS UN SPORT COMPLET



Avec plus de 200 000 jeunes pratiquants, la course d'orientation est un sport de pleine nature très prisé dans le milieu scolaire.

progression des activités de pleine nature ces dernières années avantage la course d'orientation. Par ailleurs, les zones de pratique ont également augmenté : forêts, parcs urbains, complexes sportifs... Néanmoins, les organisateurs ont de plus en plus de difficultés à mettre en place des parcours au cœur de terrains naturels, comme l'explique Jean-Paul Baudoin, président de la commission des équipements sportifs de la FFCO : « Les communes acceptent volontiers que des personnes viennent découvrir leur territoire. Par contre, elles subissent certaines pressions d'individus protestants contre la fréquentation des forêts, sous prétexte qu'elles doivent être réservées aux animaux. Or, elles appartiennent à tout le monde à condition qu'on les respecte, ce qui est le cas de notre discipline qui aide à maintenir la vie dans la nature ».

### Les différentes formes de la course d'orientation

La course d'orientation est un sport où les pratiquants utilisent une carte et une boussole pour trouver leur itinéraire dans le but de rallier des points de contrôle qui forment un parcours préétabli. Si la formule à pied est la plus connue, il en existe quatre autres officielles :

- La course d'orientation à VTT
- La course d'orientation à ski
- La course d'orientation de précision
- Le raid d'orientation

Afin de développer la course d'orientation au sein de leur territoire, les collectivités mettent souvent en place des parcours permanents aménagés, appelé ESO.

Le principal objectif du nouveau comité directeur, en place depuis près de deux mois, va être d'arriver à 10 000 licenciés. Il reste encore du travail, mais en grands connaisseurs, les responsables de la fédération devraient savoir où s'orienter pour arriver à leurs fins. ■

**LA COURSE D'ORIENTATION EST UNE DISCIPLINE DESTINÉE À TOUS LES AMOUREUX DE LA NATURE, DE LA RÉFLEXION ET DE L'ACTIVITÉ SPORTIVE. PRATIQUÉE À TOUT ÂGE, ELLE SE DÉCLINE EN PLUSIEURS SPÉCIALITÉS ET EST DE PLUS EN PLUS PRISÉE PAR LES COLLECTIVITÉS.**

La course d'orientation trouve son origine en Scandinavie au XIX<sup>e</sup> siècle en tant qu'exercice militaire. Dans les années 40, elle fait son entrée en France sous la forme de « cross orientation ». À l'origine, cette discipline est surtout pratiquée par les scouts et les militaires. Il faudra attendre les années 1970, et la création de la fédération française de course d'orientation (FFCO), pour voir apparaître les premières compétitions sur notre territoire.

### Un public très varié et différentes zones de pratique

D'année en année, la course d'orientation s'est développée : les amateurs sont de plus en plus nombreux et très variés. En effet, elle se pratique dès le plus jeune âge et jusqu'à plus de 90 ans pour certains. De plus, la

### EN CHIFFRES ET DATES CLÉS

- 1970 : création de la FFCO
- 1971 : premier championnat de France civil
- 1976 : participation d'une équipe de France complète au championnat du Monde
- 1986 : Première étape de la Coupe du Monde organisée en France
- 1987 : Organisation des 12<sup>e</sup> Championnats du Monde de course d'orientation à Gérardmer-La Bresse
- 2002 : premier Championnat du Monde d'orientation à VTT en France, dans la forêt de Fontainebleau
- 2011 : Championnat du Monde de course d'orientation pédestre et de précision au Massif de la Séchaz
- 7 935 licenciés en compétition en 2012 (36,7% de femmes et 63,3% d'hommes)
- 26 351 pass'Orientation (équivalent licence loisir)
- 215 clubs
- 60 comités départementaux
- 21 ligues (région)
- 690 manifestations au calendrier (toute organisation confondue)

3

L'INTERTITRE

4

LE CORPS  
DE L'ARTICLE

5

LA CHUTE

6

L'ENCADRÉ

2

LE CHAPEAU



## FICHE PRATIQUE

# N°3

# COMMENT ÉCRIRE EFFICACEMENT ?

*Pour captiver le lecteur, il est important que la lecture soit fluide. Voici quelques conseils pour une écriture efficace.*

### SOIGNEZ LA CONJUGAISON

Les temps de référence pour la rédaction d'un article sont le présent, le passé composé et le futur simple. Vous devez veiller à utiliser l'un de ces temps et essayer de vous positionner par rapport à votre écrit : évitez de passer du présent au passé.

Il en va de même pour les pronoms personnels. Si vous rédigez un article en votre nom, évitez de passer du « je » au « nous », et inversement.

### ADOPTÉZ UN STYLE DIRECT

Utilisez la forme positive :

- « Pour être compris, écrivez simplement » et non « Si vous n'écrivez pas simplement, vous ne serez pas compris ».

Placez des propositions conditionnelles en début de phrase :

- « Si Y, faites X » et non « Faites X, si Y ».

### CHOISISSEZ BIEN VOS MOTS

Pensez à Supprimer de vos phrases les mots qui ne sont pas absolument nécessaires et faites attention à être ~~vachement super~~ parcimonieux dans les superlatifs ~~extraordinaires~~ qui tuent. En effet, ils n'apportent rien au contenu de votre article. Au contraire, ils alourdissent les phrases et entravent parfois la compréhension. Pour faire simple : faites des phrases courtes !





## SITES À CONSULTER

- Pour écrire sans faute : [www.le-dictionnaire.com](http://www.le-dictionnaire.com)
- Pour une conjugaison parfaite : [www.leconjugueur.lefigaro.fr](http://www.leconjugueur.lefigaro.fr)
- Pour enrichir son vocabulaire : [www.synonymes.com](http://www.synonymes.com)

## ÉVITEZ LES ABRÉVIATIONS

Essayez le plus possible d'éviter l'utilisation d'abréviations. Votre article est susceptible d'être lu par n'importe qui. Et n'importe qui n'est pas forcément familier au jargon des orienteurs. Par exemple, préférez écrire la « course d'orientation » ou « poste manquant » plutôt que la « CO » ou « PM ».

## RENDEZ VOS CHIFFRES PERCUTANTS

Les chiffres peuvent vite ennuyer le lecteur. Si vous souhaitez mettre en avant des chiffres importants dans votre article : personnalisez-les, ils auront plus d'impact ! Pour cela, vous pouvez utiliser les graphiques ou bien imagez vos chiffres. Par exemple, parlez « d'un sportif sur quatre » au lieu de « 25 % des sportifs ».

## SOYEZ PRÉCIS

Pensez à dater les événements auxquels vous faites référence dans votre article, surtout s'il s'agit d'un événement à venir pouvant intéresser le lecteur.

## RELISEZ-VOUS

N'oubliez pas de vous relire ! Idéalement, mettez une certaine « distance » entre vous et votre article et laissez le dormir jusqu'au lendemain. Le fait de revenir à un texte après un moment permet de repérer plus facilement les erreurs de contenu, de grammaire et d'orthographe.



## FICHE PRATIQUE

# N°4

# QUELLES SONT LES RÈGLES D'ÉCRITURE DE BASE ?

*Afin d'harmoniser les pratiques rédactionnelles et obtenir des textes cohérents, voici les règles de bases à retenir pour respecter les usages spécifiques de l'administration française.*

### L'EMPLOI DES MAJUSCULES ET DES MINUSCULES

**Organismes d'État uniques** : une majuscule uniquement sur le premier mot

*Ex. : le Parlement, l'Assemblée nationale, la Cour des comptes, etc.*

**Organismes d'État multiples** : pas de majuscules (il s'agit de noms communs)

*Ex. : conseil général, préfecture, parc naturel régional, etc.*

**Titres distinctifs et fonctions** : pas de majuscule sauf dans un courrier (formule de politesse)

*Ex. : l'ambassadeur Dupont, le docteur Schmidt, le professeur Welter, etc.*

*Ex. dans un courrier : Monsieur l'Ambassadeur, Monsieur le Président, etc.*

**Gentilités** : une majuscule s'il s'agit de noms ; une minuscule s'il s'agit d'adjectifs

*Ex. : les Français, les Provençaux, etc.*

*Ex. : un rédacteur belge, une entreprise islandaise, etc.*

**Points cardinaux** : une minuscule s'ils expriment une direction ou ont valeur d'adjectif ; une majuscule s'ils désignent une partie du globe, un groupe de pays...

*Ex. : le nord de la France, l'axe nord-sud, etc.*

*Ex. : l'Amérique du Nord, les pays de l'Est, etc.*

### L'ÉCRITURE DES CHIFFRES ET DES NOMBRES

**On écrit en lettres** : les nombres commençant une phrase, les nombres inférieurs à 10, les nombres employés comme substantifs (*ex. : voyager en première, les quart de finale, etc.*), certaines expressions comme des périodes historiques (*ex. : la guerre de Cent ans*).

**On écrit en chiffres romains** : les numéros de siècles et de millénaires, les divisions d'ouvrages (tomes, chapitres, etc.), les régimes politiques et les dynasties (*ex. : la V<sup>e</sup> République, la XVI<sup>e</sup> dynastie, etc.*), les salons et manifestations (*ex. : le XX<sup>e</sup> salon du livre*).

**On écrit en chiffres arabes** : les nombres supérieurs à 10 (au-delà de 1 000, on sépare les nombres par un espace par tranche de trois chiffres), les dates, les années (sans espace entre les milliers et les centaines), les heures, les âges, les numéros de page.





## RÈGLE SPÉCIFIQUE À LA FFCO CONCERNANT LES NOMS DE FAMILLE

Les noms de famille doivent être écrits en majuscules et être placés après le prénom. Ex. : *André DUPONT*

## LES SIGLES ET LES ACRONYMES

Les lettres d'un sigle se prononcent séparément (ex. : *FFCO*) alors qu'un acronyme se prononce comme un mot ordinaire (ex. : *ONU*). Les sigles et les acronymes s'écrivent sans points abrégatifs entre les lettres et ne prennent pas d'accent.

Le sigle s'écrit toujours avec des majuscules, indépendamment de sa longueur.

Ex. : *DGCCRF (Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes)*

L'acronyme s'écrit lui aussi avec des majuscules mais jusqu'à cinq lettres uniquement. À partir de six lettres, seule la première prend une majuscule.

Ex. : *Unicef (Fond des nations unies pour l'enfance)*

## LA PONCTUATION ET LES ESPACES

Avant le signe	Ponctuation		Après le signe
Pas d'espace	Point	.	Espace
Pas d'espace	Virgule	,	Espace
Espace	Point-virgule	;	Espace
Espace	Deux-points	:	Espace
Espace	Point d'interrogation	?	Espace
Espace	Point d'exclamation	!	Espace
Pas d'espace	Points de suspension	...	Espace
Espace	Parenthèse ouvrante	(	Pas d'espace
Pas d'espace	Parenthèse fermante	)	Espace
Espace	Guillemet ouvrant	«	Espace
Espace	Guillemet fermant	»	Espace
Espace	Tiret	-	Espace
Pas d'espace	Apostrophe	'	Pas d'espace

**Astuce** : pour éviter que la ponctuation ne soit rejetée à la ligne, il est conseillé d'utiliser des espaces insécables. De cette manière, l'espace sera « lié » au signe de ponctuation. Pour créer un espace insécable, cliquez simultanément sur les touches « Ctrl+Maj+espace ».

## LES GUILLEMETS

En France, nous utilisons les guillemets français (« »). Cela paraît logique et pourtant beaucoup de personnes utilisent les guillemets droits (" "). Attention donc à utiliser les bons guillemets !



## FICHE PRATIQUE

# N°4 (suite)

# QUELLES SONT LES RÈGLES D'ÉCRITURE DE BASE ?

### LES ABRÉVIATIONS LES PLUS COURANTES

- **Premier** : 1<sup>er</sup> (et non 1er, 1<sup>ier</sup>) et premiers : 1<sup>ers</sup>
- **Première** : 1<sup>re</sup> (et non 1<sup>ère</sup>) et premières : 1<sup>res</sup>
- **Deuxième, etc.** : 2<sup>e</sup> (et non 2<sup>ème</sup>) et deuxièmes, etc. : 2<sup>es</sup>
- **Second** : 2<sup>e</sup> (et non 2<sup>nd</sup>) et seconds : 2<sup>ds</sup>
- **Seconde** : 2<sup>de</sup> et secondes : 2<sup>des</sup>
- **Madame** : M<sup>me</sup>
- **Mademoiselle** : M<sup>lle</sup>
- **Monsieur** : M. (et non Mr.)
- **Docteur** : D<sup>r</sup> (et non Dr.)
- **Heure** : h (et non H)
- **Minute** : min
- **Et cætera** : etc. (et non etc ou etc...) *N. B. : on utilise soit des points de suspension (...), soit **etc.**, jamais les deux.*
- **Exemple** : ex.
- **Numéro** : n<sup>o</sup>
- **Nota bene** : N. B.
- **Se référer à** : cf.

### L'ACCENTUATION DES MAJUSCULES

L'accent fait partie de l'orthographe du mot car il donne des informations sur sa prononciation. Il est donc important de mettre les accents sur les majuscules. Sous Windows, appuyez sur la touche « Alt » de votre clavier, maintenez cette touche enfoncée, tapez le code à quatre chiffres sur le pavé numérique puis relâchez la touche « Alt ». Voici les principaux codes :

- |        |   |                                |
|--------|---|--------------------------------|
| • 0171 | « | guillemet ouvrant              |
| • 0187 | » | guillemet fermant              |
| • 0140 | Œ | OE ligaturés                   |
| • 0156 | œ | oe ligaturés                   |
| • 0192 | À | A majuscule accent grave       |
| • 0199 | Ç | C majuscule cédille            |
| • 0200 | È | E majuscule accent grave       |
| • 0201 | É | E majuscule accent aigu        |
| • 0202 | Ê | E majuscule accent circonflexe |
| • 0207 | Ï | I majuscule tréma              |
| • 0206 | Î | I majuscule circonflexe        |
| • 0212 | Ô | O majuscule circonflexe        |
| • 0219 | Û | U majuscule circonflexe        |



## LES ÉNUMÉRATIONS

Les énumérations utilisant le retour à la ligne adoptent le principe suivant :

- elles sont introduites par deux-points ;
- chaque élément est précédé d'une puce ;
- chaque élément commence par une minuscule ;
- chaque élément se termine par un point-virgule, sauf le dernier qui prend un point.

## LES HEURES

Dans les textes littéraires on indique l'heure en toutes lettres (ex. : il est huit heures). Cependant, le recours aux chiffres est permis lorsque la notation comporte des minutes ou quand il s'agit d'indiquer des heures d'ouverture, d'arrivée ou de départ. On utilise alors le symbole **h** et il convient de mettre en espace avant et un espace après.

*Ex. : Le départ de la course aura lieu entre 10 h (et non 10 h 00) et 11 h 15.*

## L'UTILISATION DES SYMBOLES

Les symboles se placent après la quantité, s'emploient toujours sans **s** au pluriel, ne prennent jamais de point final et comportent un espace avant et un espace après.

*Ex. : 10 € ; 100 % ; 20 km ; 50 kg ; 60 min*

Lorsqu'une grandeur est le quotient de deux autres, on sépare les symboles par une barre oblique et sans espace.

*Ex. 5 km/h*

### **Cas particuliers où l'utilisation des symboles doit être évitée**

Si les unités de mesure ne sont pas accompagnées d'un nombre.

*Ex. : Il a parcouru plusieurs kilomètres.*

Si les unités de temps (heure, minute, seconde) expriment une durée.

*Ex. : La course a duré trois heures.*



## FICHE PRATIQUE

# N°5

# COMMENT ILLUSTRER SON ARTICLE ?

*Avec le titre, les illustrations sont les premiers éléments que le lecteur voit en découvrant l'article. Le choix des photos et des images a donc son importance. D'emblée, elles donneront des indications sur le thème de l'article.*

### CHOISIR LE DÉCOR

Pour que le sujet d'une photo ressorte, mieux vaut opter pour un fond uniforme. Si ce n'est pas possible, essayez de choisir le meilleur angle possible de manière à avoir un décor d'arrière-plan le plus élégant possible. Et attention au détail qui tue : une poubelle, une bouteille qui traîne...

### CADRER L'IMAGE

De manière générale, une image paraît mieux équilibrée et plus stable si elle est placée horizontalement car ce cadrage se rapproche de la vision humaine. Le cadrage vertical convient mieux aux prises de vue de portraits. L'idéal est de varier les points de vue, cela permettra un choix plus large. Si vous photographiez des personnes, soyez particulièrement vigilant : évitez de couper la tête ou les pieds de vos sujets.

### LA RÈGLE DES TIERS

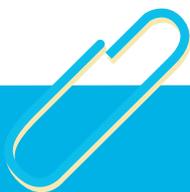
Pour réaliser une photo originale, évitez de placer le sujet au centre de la photo. Les intersections des lignes de force font ressortir les points forts de la photo, on appelle cela la règle des tiers. Il s'agit des quatre points où notre œil va être le plus attiré, et donc les régions où vous devez placer vos éléments importants. Certains appareils photos permettent d'afficher cette grille sur l'écran LCD ou dans le viseur pour vous aider à composer votre image.



### LUMIÈRE !

Assurez-vous que le soleil ou la source de lumière se trouve derrière vous ou sur le côté pour éviter que vos photos ne soient en contre-jour et que vos sujets ne soient sous-exposés. Attention aussi aux ombres et aux reflets !





## TROUVER DES IMAGES

Si vous n'avez pas de photo à votre disposition pour illustrer votre article, Internet est votre ami ! Il existe des banques d'images qui peuvent vous permettre de télécharger des images « libres de droits » gratuitement ou à faibles coûts.

### Les banques d'images gratuites :

- [www.stockvault.net](http://www.stockvault.net)
- [www.fr.photl.com](http://www.fr.photl.com)
- [www.everystockphoto.com](http://www.everystockphoto.com)

### Les banques d'images payantes :

- [www.fr.fotolia.com](http://www.fr.fotolia.com)
- [www.gettyimages.fr](http://www.gettyimages.fr)
- [www.fr.123rf.com](http://www.fr.123rf.com)

Si vous téléchargez des photos sur une banque d'images, n'oubliez pas d'indiquer sur chaque photo (dans le titre du fichier par exemple ou sur un fichier texte indépendant) : le nom de la licence, le nom de l'auteur et le nom (ou le lien Internet) de la banque d'images.

## LA QUALITÉ D'IMAGE

Même si à l'écran une image semble de bonne qualité, sur le papier ce n'est pas toujours le cas. Pour vous assurer que votre image est de qualité suffisante pour être agrandie et imprimée, vérifiez ses dimensions et sa résolution. Pour connaître ces informations, faites un clic-droit sur votre image et sélectionnez l'onglet « Détails ». Votre image doit avoir une dimension minimale de 1024 x 2048 pixels et une résolution minimale de 250 dpi (ppp).

## LA LÉGENDE

La légende ne doit pas répéter ce que tout le monde voit déjà, ni être incohérente avec l'image. Elle doit compléter l'image, donner une information supplémentaire.

## LES DROITS D'AUTEUR

Une photo est liée à son propriétaire par des droits d'auteur. Publier une photo sans l'accord de son auteur est interdit. Si vous souhaitez utiliser des illustrations dont vous n'êtes pas propriétaire dans votre article, assurez-vous d'avoir les autorisations nécessaires.

## LE DROIT À L'IMAGE

Chaque personne figurant sur une photo doit avoir donné son accord avant que la photo ne soit publiée. Si ces personnes sont mineures, l'accord des parents est indispensable. Si la personne sur la photo se trouve dans une foule, de dos ou que l'on ne peut pas la reconnaître, l'accord de cette personne n'est pas nécessaire.



# FICHE PRATIQUE

## N°6

# COMMENT ENVOYER SON ARTICLE ?

Si les rédacteurs ne se posent pas forcément la question, les graphistes savent à quel point le format de réception des éléments est important.

## LE FORMAT

Le **format Word (.doc)** est demandé pour envoyer votre article. Évitez le format PDF (.pdf) qui ne permet pas d'intervenir sur le texte en cas de besoin. Pour les images, c'est le **format JPEG** qui est réclamé. Par ailleurs, toutes vos illustrations doivent être envoyées séparément de votre document texte.

## LA MISE EN PAGE

Pour réaliser la mise en page, le graphiste utilise un logiciel d'édition bien spécifique. Inutile donc de perdre du temps à réaliser un magnifique titre en 3D ou d'insérer des couleurs et des effets. Cela donnera au contraire plus de travail au graphiste. Il appréciera en revanche que votre texte soit structuré :

- séparez vos paragraphes de manière visible ;
- mettez vos intertitres en gras ;
- utilisez une police standard (*calibri 11 noir*) ;
- mettez éventuellement des annotations (en rouge) pour la mise en page de votre article.

### [TITRE DE L'ARTICLE]

Orientez-vous vers un sport complet

### [AUTEUR]

André DUPONT

### [CHAPEAU]

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est.

### [CORPS DE L'ARTICLE]

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

### Un public très varié et différentes zones de pratique

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. (NB : insérer l'illustration « XXX » à côté de ce paragraphe)

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugait nulla facilisi.

### Les différentes formes de la course d'orientation

Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

### [ENCADRÉ]

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

### [ILLUSTRATIONS]

[PI « XXX » / Légende] Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.

[PI « XXX » / Légende] Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis.

OUI

NON





## ET APRÈS ?

Après réception, votre article sera relu par la commission communication. Des modifications éventuelles, améliorations ou corrections pourront être apportées. Dans ce cas, votre article vous sera renvoyé pour que vous puissiez le valider.

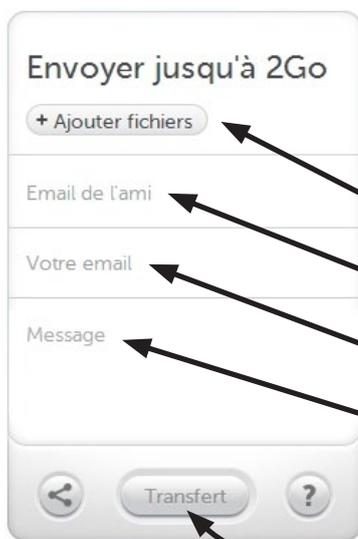
## L'ENVOI DES FICHIERS

Avant d'envoyer vos fichiers, il est important de les nommer de manière à faciliter leur identification.

- **Pour votre fichier texte**, utilisez la règle de nommage suivante :  
**Article FFCO + année en court\_NOM et Prénom de l'auteur de l'article\_Titre ou sujet de l'article**  
Ex. : Article FFCO 2014\_DUPONT André\_Licence sport-santé
- **Pour vos illustrations**, utilisez la règle de nommage suivante :  
**©NOM DU PHOTOGRAPHE\_ Informations permettant d'identifier à quelle occasion a été prise la photo (événement, lieu, date, etc.)\_Compteur et/ou nom de la personne photographiée**  
Ex. : @SCHMIDT Vincent\_WOC 2014\_01  
Ex. : @SCHMIDT Vincent\_WOC 2014\_Thierry Gueorgiou  
Ex. : @SCHMIDT Vincent\_WOC 2014\_Thierry Gueorgiou\_02

Une fois que tous vos documents sont correctement identifiés, il est préférable de les regrouper dans un dossier compressé afin de limiter leur taille lors de l'envoi. Pour cela, sélectionner l'ensemble de vos documents (textes et illustrations), faites un clic-droit et sélectionnez « Envoyer vers » puis « Dossier compressé ». Nommez votre dossier de la même manière que votre article, par exemple : « Article FFCO 2014\_DUPONT André\_Licence sport-santé ».

Il ne vous reste plus qu'à envoyer votre dossier à l'adresse suivante : **[communication@ffcorientation.fr](mailto:communication@ffcorientation.fr)**  
Dans l'objet de votre mail, là encore, utiliser la même identification que votre article (ex. : Article FFCO 2014\_DUPONT André\_Licence sport-santé). Dans le corps de votre mail, n'oubliez pas d'indiquer pour quel support votre article est destiné (CO'Mag, Lettre O'clubs, etc.).



## MON DOSSIER EST TROP LOURD

Si la taille de votre dossier est trop importante et qu'il ne peut pas être envoyé par e-mail. Vous pouvez utiliser le service en ligne *We Transfer* : **[www.wetransfer.com](http://www.wetransfer.com)**  
C'est simple et gratuit !

- 1 Ajoutez votre dossier
- 2 Indiquez l'adresse e-mail du destinataire
- 3 Indiquez votre adresse e-mail
- 4 Rédigez votre message
- 5 Transférez votre message



## FICHE PRATIQUE

\*\*

# FORMULAIRE DE RÉDACTION

La version Word de ce document est téléchargeable sur le site fédéral : [www.ffcorientation.fr/ffco/publications/](http://www.ffcorientation.fr/ffco/publications/)

### RAPPEL

Votre article doit être envoyé en **format Word** via ce formulaire de rédaction. Vous pouvez indiquer vos remarques et annotations pour la mise en page en rouge.

Vos photos doivent être envoyées indépendamment de votre article, en **format JPG** et en **250 dpi (ppp)** minimum. N'oubliez pas d'indiquer vos **crédits photo** et pensez à légender vos images (la légende doit être courte).

### Calibrage de votre article

- Pour une demi-page : environ 1 200 signes (espaces compris) et 1 à 2 photos
- Pour une page simple : environ 2 500 signes (espaces compris) et 2 à 3 photos
- Pour une double page : environ 5 000 signes (espaces compris) et 4 à 5 photos

Pour envoyer votre article et vos photos ou poser une question : [communication@ffcorientation.fr](mailto:communication@ffcorientation.fr)

01/10/2014

AUTEUR DE L'ARTICLE (Prénom NOM)  
FONCTION ET/OU CLUB

**TITRE DE L'ARTICLE (50 signes max.)**

**CHAPEAU (entre 100 et 500 signes max.)**

### **CORPS DE L'ARTICLE**

*N'oubliez pas de mettre en évidence vos intertitres (en gras et souligné) et vos paragraphes en sautant des lignes.*

**ENCADRÉ (facultatif) (500 signes max.)**

### **ILLUSTRATIONS**

Listez vos illustrations en PJ en indiquant pour chacune le crédit photo, l'évènement, la date et la légende.  
Ex. @SCHMIDT Vincent\_WOC 2014\_01 / Légende : lorem ipsum dolor sit amet consetetur sadipscing elitr

**COMMENTAIRES PERSONNELS (facultatif)**

