



Ressources webicare

7 formats éditoriaux qui cartonnent sur internet



**Avec Théo Nepipvoda,
journaliste chez Carenews**



Les mots de

Théo Nepipvoda, journaliste chez Carenews

Avoir un article dont le fond est intéressant, c'est bien ; avoir un format original qui le met en valeur, c'est mieux ! En rédigeant quotidiennement des articles sur l'engagement, j'ai constaté le succès de certains formats que j'ai le plaisir de vous présenter.

La Careteam vous a concocté ce livre blanc, une ressource précieuse pour faire de vous un rédacteur hors pair !

Bonne lecture ! 😊



Sommaire



1. Qui sommes-nous ? 🤝

Un site fédérateur

Nos 3 podcasts

2. Comment bien rédiger un article pour son blog Carenews ? 🧑💻

Le contexte

Le message essentiel

La hiérarchie de l'information

L'importance de la forme

3. Quels sont les 7 formats qui cartonnent et comment choisir le bon ? 🚀

Le reportage

L'interview

Le listicle

La question tendance

L'infographie

Le banc d'essai

L'article en trio



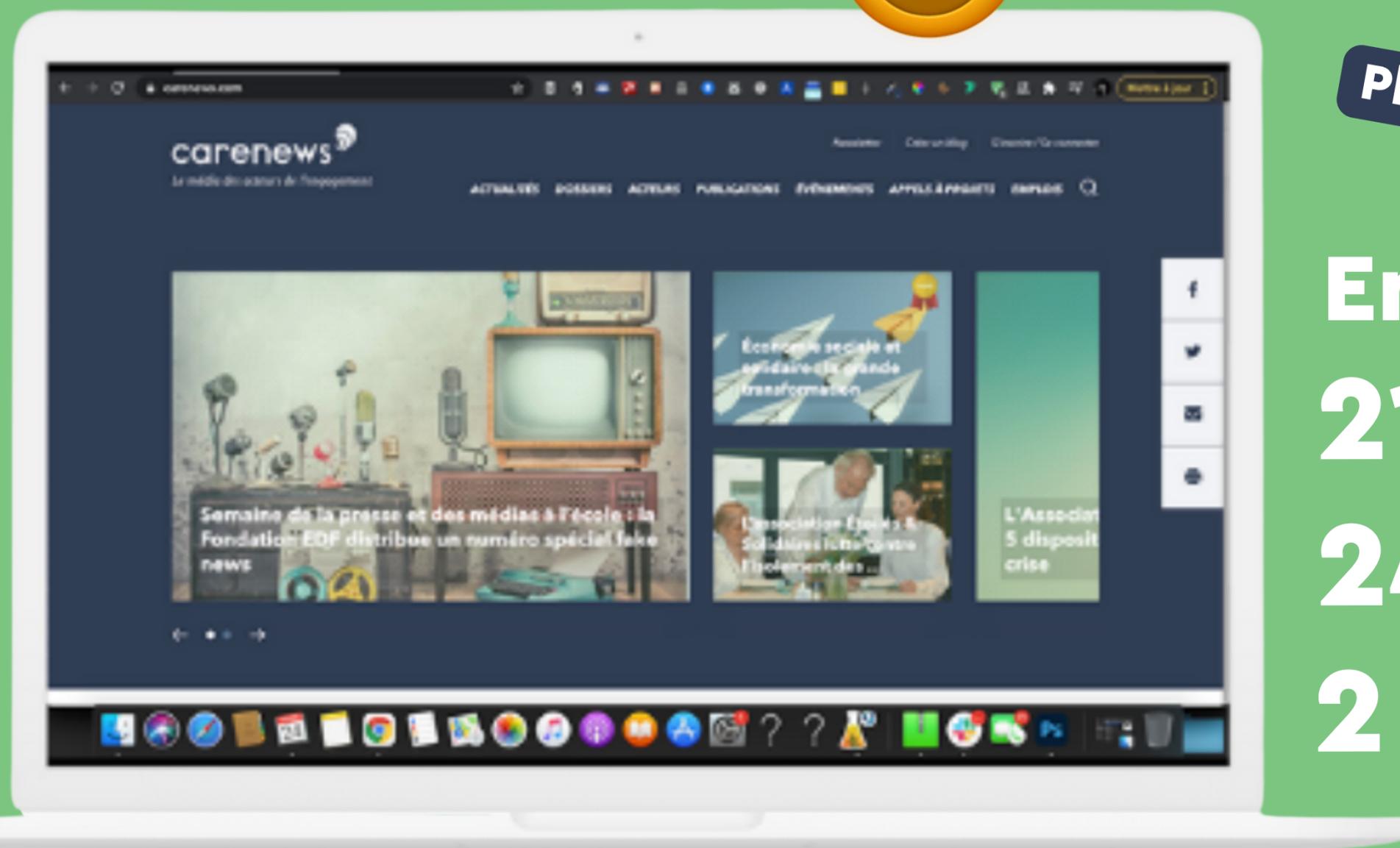
Qui sommes nous ?



Carenews est le média des acteurs de l'engagement.

Parce que nous croyons que l'information est indispensable au développement du secteur et que nous pensons que les associations, fondations, entreprises engagées et citoyen·ne·s méritent aussi d'être entendu·e·s.

**Un site avec plus
de 1 000 blogs !**



Plus de 25 000 articles en ligne !

En 2021 :

217 offres d'emploi

244 évènements

2 275 articles mis en ligne

Des études et des baromètres sur le secteur de l'engagement et de l'impact



Rétrospective 2021, une année d'engagements

Nous vous invitons à remonter le temps pour retrouver, mois par mois, les actions qui ont ponctué l'année écoulée. Bilan des objectifs de développement durable, voyage vers une philanthropie hors-frontières, tendances et innovation en matière de générosité sont également au rendez-vous. Vous pourrez aussi découvrir le parcours de Mamadou Diaby, réfugié malien élu bénévole de l'année à Limoges où il habite désormais.



Top 50 de l'entrepreneuriat à impact 2021, deuxième édition

Initié par Carenews, en partenariat avec le cabinet HAATCH et l'ESSEC Business School et BNP Paribas, il est structuré par un appel à données à l'échelle nationale. Les projets ont été évalués à partir d'un questionnaire quantitatif et suivis par un comité d'experts. Chaque structure a été notée sur un total de 100 points à l'aide de séries de questions notées chacune de 1 à 4 points selon leur importance. Le questionnaire comportait plus de plus de 80 questions par catégorie.

Disponible bientôt !



Carenews c'est aussi trois podcasts !



Déjà plus de 50 000 écoutes !



Changer La Norme



#ChangerLaNorme : le podcast qui donne la parole, sans tabou, aux entrepreneurs sociaux.

30 minutes pour connaître les coulisses de l'entrepreneuriat à impact



#ChangerLaNorme



Ceux Qui Font



#CeuxQuiFont : le podcast qui met en lumière, les associations, leurs actions et leurs besoins.

10 minutes qui donnent envie de s'engager pour bien commencer la journée. #Motivation 🥚🥚



#CeuxQuiFont





Impact Mania



#ImpactMania : le podcast qui décrypte l'impact réel des solutions qui disent en avoir !

16 minutes pour devenir un expert reconnaissant les promesses intenable et les pitches trop alléchants. 🤔



#ImpactMania





— Comment bien rédiger un article pour son blog Carenews ?

Le fond et la forme





Un contexte en forte évolution



La lecture numérique dépasse le print

% des lectures numérique et print et appareils utilisés en France



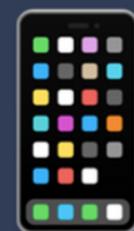
53 %
Lecture numérique

47 %
Lecture print

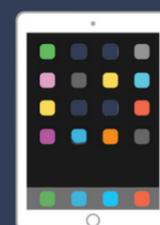
Appareils utilisés :



40 %



41 %



19 %

Que retenir de ce contexte ?



Dans notre ère où l'infobésité est reine et où la consommation de contenus web augmente, l'information se retrouve noyée dans la masse. Nous subissons toutes et tous une augmentation des sollicitations au quotidien. Le plus souvent, nous préférons une information en mode conversationnel. Les usages sont aussi totalement bouleversés ; ce qui fonctionne aujourd'hui est plus court, illustré, plus collaboratif et évidemment en consultation responsive.

Sans oublier l'augmentation de la technicité : un rédacteur doit maîtriser tous les supports et le référencement en plus d'avoir une belle plume.

Nous notons aussi une augmentation des interactions avec les réseaux sociaux ou devrait-on écrire ici média-sociaux ?

**Quel est le message
essentiel ?**



**Les questions à se poser
avant de rédiger
un article :**

- ✓ qu'est-ce que je veux dire ?
- ✓ quel est le message que je veux faire passer ?
- ✓ quel angle choisir ?



Notre astuce :
**construire un planning
éditorial pour organiser
la production
de ses articles**



Comment hiérarchiser l'information ?

The screenshot shows a news article on the carenews website. The main headline is "GIEC : quelles sont les solutions pour contenir le réchauffement climatique à 1,5°C ?". Below the headline is a sub-headline: "Dans son dernier rapport, le GIEC s'attèle aux solutions à mettre en place pour limiter le réchauffement climatique. Détails." There is a social media sharing section with icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, Email, Print, and Instagram. A large image of industrial smokestacks is featured. To the right, there is a sidebar with "Les derniers articles publiés" and a "Découvrez les 50 structures les plus impactantes de France !" banner. At the bottom, there is a quote from Hoesung Lee, the president of the IPCC, and a section titled "3 ANS POUR AGIR" with a key message about carbon emissions.

Titre
Chapô

Le 1er paragraphe

Les 5 W*

Info

- *WHAT Quoi ?
- WHO Qui ?
- WHERE Quand ?
- WHEN Où ?
- WHY Pourquoi ?

du message important
aux détails



Pour aller plus loin :





Travailler la forme



Le titre

Le titre doit être explicite. Il est important de favoriser un angle pour le référencement (lieu, personnalité, cause, mot-clé...). Pour attirer l'attention du lecteur, le titre peut contenir un verbe d'action ou une question.

Le chapô

Le chapô résume l'article. Il compte une à trois phrases qui donnent les informations principales.

Le corps du texte

Le corps du texte doit compter entre 2 500 signes et 6 000 signes espaces compris.

Une belle illustration

Un article avec une image est 94 fois plus consulté !

Des liens utiles

Nous vous conseillons d'assigner des liens aux mots-clés. Plus précisément, 2 à 4 liens vers des pages internes et externes.

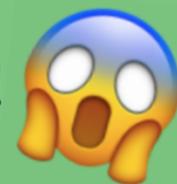
Des intertitres

Une idée correspond à un paragraphe. Pour aérer le texte, vous pouvez ajouter 2 à 3 intertitres par article.

Un contenu professionnel

L'article ne doit pas contenir de fautes. N'hésitez pas à ajouter une signature, des verbatims. Et à faire mises à jour.

79 % des lecteurs ne finissent pas de lire un article jusqu'à la fin !





Page
Content

Website
Optimization

Website
Analysis

Client
Requirements

Le SEO, comme des pros !

Traffic
Monitoring

Link
Building

Comment faire ?

Search Engine Optimization

Title
Tags

Content
Writing

SEO
Submission

Keyword
Research



Le SEO*, comme des pros



Particulièrement pour un article froid*



*De l'anglais Search Engine Optimization (optimisation pour les moteurs de recherche), le SEO est un ensemble de techniques permettant d'améliorer la visibilité et le référencement d'un site web dans les résultats de recherche internet.

La base = Les mots-clés : Identifiez avant l'écriture de votre article le mot-clé principal (un mot-clé peut être composé de deux mots, par exemple "mécénat de compétences")

Le titre

Pour apparaître en haut de la liste (d'une recherche utilisateur) des différents moteurs de recherches, le titre de l'article "SEO friendly" doit correspondre à une recherche d'internaute pragmatique :

- 1 Formulé sous forme de question : Que veut dire ... ? / Quelle est la différence entre ... et ... ?
- 2 Intégré des mots recherchés (actu chaude ou froide) : personnalité, localisation, année...

À savoir

Emplacement : La position des mots-clés dans l'article est primordiale. Un mot-clé dans le chapô est plus fort pour le référencement qu'un mot-clé dans le corps du texte. Les zones de fort référencement : le titre, le chapô, les intertitres.

Liens hypertextes : positionnez vos liens (3 à 4 pour un article) sur des mots signifiants, exemple : mieux vaut mettre un lien sur "mécénat de compétences" que sur "cliquez ici".

Longueur : Pour être considéré comme un article, il faut une taille minimum d'environ deux paragraphes, 2 000 signes. De manière générale, les articles longs sont mieux référencés que les articles courts.

Intertitres : C'est une zone très importante pour le référencement, il ne faut pas hésiter à injecter des mots-clés et à les formuler sous forme de questions.



*En SEO, un contenu froid est un contenu qui n'est pas lié à l'actualité, et dont l'intérêt n'est pas amené à se réduire dans le temps. Par exemple, la biographie d'une personnalité historique est un contenu froid. C'est un contenu dont l'intérêt ne varie pas forcément avec le temps.



— Quels sont les 7 formats qui cartonnent sur internet et comment choisir le bon ?

Avantages, inconvénients, usages

Le reportage



Avantages, inconvénients, usages...

L'histoire

C'est le format à la base du métier.

Avantages

Permet de faire vivre une situation, d'immerger le lecteur.

Inconvénients

Écriture exigeante, nécessite une attention très forte sur le terrain.

Dans quels cas ?

Un événement qui mérite d'être décrit, avec des moments forts, des personnalités.

carenews
Le média des acteurs de l'engagement

ACTUALITÉS DOSSIERS THÈMES ACTEURS PUBLICATIONS ÉVÈNEMENTS APPELS À PROJETS EMPLOIS

Par Carenews INFO - Publié le 15 mars 2022 - 14:52 - Mise à jour le 15 mars 2022 - 16:28 - Écrit par : Théo Napiwoda

Ukraine : un centre d'accueil France terre d'asile aux avant-postes

Quelques jours après le début de la guerre en Ukraine, l'association France terre d'asile a ouvert à Paris un centre d'accueil et d'information pour les réfugiés ukrainiens. Trouver un logement, se nourrir, se soigner... Ce centre multi-service est aux avant-postes pour soutenir ces personnes fuyant la guerre. Reportage.

Partagez:

Ajouter à mes favoris

Le centre de France terre d'asile. Source : Théo Napiwoda.

Dans la salle d'attente du centre, certains réfugiés traînent de gros bagages, parfois plusieurs, entassés, semblant contenir toute leur vie. D'autres sont uniquement lestés de petits sacs à dos, comme s'ils partaient quelques heures pour une promenade dominicale. Diverses situations qui témoignent de la précipitation avec laquelle tous ont quitté l'Ukraine.

L'ATTENTE APRÈS LE PÉRIPL

Assise sur l'une des chaises de la salle d'attente, Tanya patiente accompagnée de sa grosse valise de voyage. Son bonnet coloré et ses petites lunettes lui donnent un air juvénile. Pourtant, la jeune femme, originaire de Kharkiv, vient de traverser l'Europe pour fuir la guerre : « Je suis passée par la Pologne puis arrivée hier soir à Paris avec des amis », retrace en français la jeune femme éprouvée.

Pour faire passer le temps en attendant de rencontrer un salarié de l'association, Tanya envoie des messages vocaux à sa famille, restée en Ukraine, pour les informer sur son voyage. Comme elle, une trentaine de personnes doivent s'armer de patience avant d'être appelées pour un rendez-vous d'information, étape permettant d'obtenir une solution d'hébergement.

Les derniers articles publiés

Acteurs Carenews

Actionariat solidaire : comment bien mener sa levée de fonds ?

Valérie et Hélène, un duo « made in » Article 1

Diffuz à l'écoute des besoins des associations : découvrez les nouveautés

APPRÉHENSIF

Découvrez les 50 structures les plus impactantes de France !



Pour aller plus loin :



L'interview / « 3 questions à »



Avantages, inconvénients, usages...

Pour quoi faire ?
Permettre de s'exprimer.

Avantages

Personnifie l'information, permet de se nourrir de l'expérience d'une personne.

Inconvénients

Dépendant de la qualité de l'entretien.

Dans quels cas ?
Une personnalité forte.

The screenshot shows a web article from Carenews. The header includes the Carenews logo and navigation links. The article title is 'Ukraine : 3 questions à Céline Schmitt porte parole du UNHCR'. Below the title is a sub-headline: 'Nous avons rencontré Céline Schmitt, porte-parole du Haut-commissariat de l'ONU pour les réfugiés (UNHCR) pour échanger sur la situation d'urgence de la population ukrainienne contrainte de fuir et de s'exiler. Que sait-on de leurs besoins ? Éléments de réponses.' There is a photo of Céline Schmitt wearing glasses. To the right of the photo is a sidebar titled 'Les derniers articles publiés' with three article thumbnails. Below the photo is a section titled 'QUELLE EST LA SITUATION DES RÉFUGIÉS UKRAINIENS ?' with a short paragraph of text.



Pour aller plus loin :



Le Topicare / listicle



Avantages, inconvénients, usages...

Pour quoi faire ?

Pour parler de plusieurs projets autour d'un thème.

Avantages

Bonnes audiences en général, facilité de réalisation.

Inconvénients

Limitatif dans le contenu.

Dans quels cas ?

Si vous souhaitez faire la lumière sur plusieurs projets et augmenter votre audience.

The screenshot shows a web page from Carenews. At the top, there's a navigation bar with 'carenews' logo and menu items like 'ACTUALITÉS', 'DOSSIERS', 'THÈMES', etc. Below the navigation, there's a sub-header with the article title '#TOPICARE 7 associations qui ouvrent la culture au plus grand nombre'. A large yellow graphic on the left repeats the title. To the right, there's a section 'Les derniers articles publiés' with three article thumbnails. At the bottom, there's a blue box with the text 'Découvrez les 50 structures les plus impactantes de France !'. The article content includes sections for 'MuMo', 'Accès Culture', and 'Mom'arte'.



Pour aller plus loin :



La question tendance



Avantages, inconvénients, cas...

Pour quoi faire ?

Pour proposer une réflexion sur une thématique.

Avantages

Bonnes audiences, permet de donner un avis.

Inconvénients

Exigeant, ne pas perdre la rigueur «journalistique».

Dans quels cas ?

Si vous souhaitez mettre la lumière sur une pratique, une tendance qui vous concerne.

The screenshot shows a web page from Carenews. At the top, there's a navigation bar with 'carenews' logo and various menu items like 'ACTUALITÉS', 'DOSSIERS', 'THÈMES', 'ACTEURS', 'PUBLICATIONS', 'ÉVÈNEMENTS', 'APPELS À PROJETS', and 'EMPLOIS'. Below the navigation, there's a sub-header with the article title 'Le bénévolat ponctuel est-il l'avenir de l'engagement ?' and a short summary: 'Le bénévolat à la carte gagne du terrain et est progressivement intégré dans les pratiques des associations. Il apparaît, pour certain, comme la solution pour mobiliser massivement au profit des bonnes causes.' There are social media sharing icons and a 'Ajouter à mes favoris' button. The main content area features a large image of people participating in a cleanup activity. Below the image, there's a caption: 'L'engagement à la carte pourrait donner envie aux jeunes de donner de leur temps. Source : iStock.' To the right of the main image, there's a sidebar titled 'Les derniers articles publiés' with three article thumbnails: '« Faire » transition, pour une transition écologique juste avec l'ESS', 'Rapport d'activité : retour sur une année de transformation', and 'Coup de jeune pour les élections : « Cap vers les urnes »'. At the bottom of the sidebar, there's a button 'AFFICHER PLUS'. Below the sidebar, there's a section titled 'LE COVID-19 COMME RÉVÉLATEUR DE CETTE FORME D'ENGAGEMENT' with a short paragraph and a link to 'Découvrez les 50 structures les plus impactantes de France !'.



Pour aller plus loin :



L'infographie



Avantages, inconvénients, cas...

Pour quoi faire ?
Mettre en avant des chiffres.

Avantages

Lecture agréable, mise en forme impactante.

Inconvénients

Demande l'utilisation de logiciels et une certaine maîtrise.

Dans quels cas ?

Si vous souhaitez mettre en avant certains chiffres marquants.

carenews
Le média des acteurs de l'engagement

Newsletter Créer un blog S'inscrire / Se connecter

ACTUALITÉS DOSSIERS THÈMES ACTEURS PUBLICATIONS ÉVÈNEMENTS APPELS À PROJETS EMPLOIS

Par Carenews PRO - Publié le 29 mars 2022 - 17:30 - Mise à jour le 29 mars 2022 - 17:30 - Écrit par : Lisa Domergue Recevoir les news Tous les articles de l'acteur

#ESS

Fondations : où en est l'emploi salarié ?

Le CFF vient de publier son étude sur l'emploi salarié dans les fonds de dotation et les fondations. Malgré des données datant de 2018, on y apprend que l'emploi dans ce secteur connaît une importante croissance. Infographie.

Partagez: f t in e i Ajouter à mes favoris

L'EMPLOI DANS LES FONDATIONS EN 2018

Selon une étude menée par le CFF et l'Observatoire national de l'ESS (mars 2022)

721 FONDATIONS EMPLOYEUSES	4,3% fondations d'entreprise
72,7% FRUJP	3,9% FCS
16,1% de fonds de dotation	3,1% FP

122 916 SALARIÉ.E.S
+38,1% depuis 2010 (contre 2,8% dans l'ESS et 5% dans le privé hors-ESS)

37,6% DE L'EMPLOI EST EN ÎLE-DE-FRANCE (contre 24,1% pour l'ESS)

RÉPARTITION DES SALARIÉ.E.S SELON LES SECTEURS

47,7% dans l'action sociale	32,2% dans la santé	8,2% dans l'éducation
------------------------------------	----------------------------	------------------------------

PROFIL-TYPE

- 72,4%** DES EMPLOIS SONT OCCUPÉS PAR DES FEMMES (contre 49% dans le privé hors-ESS et 66,9% dans l'ESS)
- 35,1%** SONT DES AIDES-SOIGNANT.E.S, DES AGENT.E.S DE SERVICES HOSPITALIERS OU DES INFIRMIÈR.E.S
- 27,2%** ONT PLUS DE 50 ANS
- 78,2%** SONT EN CDI
- 33 616 €** BRUT ANNUEL EN MOYENNE (contre 32 389€ dans l'ESS et 37 956€ dans le privé hors-ESS)

UN SECTEUR EN CROISSANCE

Les fondations et fonds de dotations recensent en 2018 près de 123 000 salariés, dont 98 % qui sont employés dans des fondations reconnues d'utilité publique. Un secteur qui a d'ailleurs connu une forte progression de l'emploi avec une croissance de 38,1 % entre 2010 et 2020 - contre 2,8 % dans l'économie sociale et solidaire.

Autre constat, l'action sociale concentre un peu moins de la moitié (47,7 %) des effectifs, suivis par la santé (32,2 %) et l'enseignement (8,2 %).



Pour aller plus loin :



Le banc d'essai : «j'ai testé pour vous»



Avantages, inconvénients, cas...

Pour quoi faire ?

Mettre en avant un produit, une expérience...

Avantages

L'information est incarnée
et la subjectivité à sa place.

Inconvénients

Demande un ton léger à travailler,
ne s'applique que dans certains cas.

Dans quels cas ?

Si vous souhaitez faire un retour
d'expérience.

carenews
Le média des acteurs de l'engagement

ACTUALITÉS DOSSIERS THÈMES ACTEURS PUBLICATIONS ÉVÈNEMENTS APPELS À PROJETS EMPLOIS

Par Carenews INFO - Publié le 26 avril 2021 - 16:00 - Mise à jour le 30 avril 2021 - 13:55

Recevoir les news Tous les articles de l'acteur

ENVIRONNEMENT

Banc d'essai: manger responsable, quel impact?

Achats en vrac, compost, produits bio et non bio, l'équipe Carenews a testé un mode de consommation durable. Différence de prix et impact au quotidien, voici les résultats de ce crash test fait maison !

Partagez: [Facebook] [Twitter] [LinkedIn] [Email] [Print] [Share]

Ajouter à mes favoris

■ EN MODE ZÉRO DÉCHET ET COMPOST

Delphine, chargée de relations avec les membres sur Carenews, pratique le compost depuis son plus jeune âge. « Ayant grandi à la campagne, avec des parents cultivant un potager, j'ai toujours eu l'habitude de mettre les épluchures de légumes à part des déchets en préparant le repas. Nous avons un espace au fond du jardin pour le compostage », explique-t-elle.

Aujourd'hui, Delphine réussit à perdurer cette habitude dans son quotidien en région parisienne. Adepte du zéro déchet, elle récupère épluchures de fruits et légumes mais aussi des coquilles d'œuf, du marc de café, du thé et d'autres déchets non alimentaires (fleurs fanées...). Autant de détritiques qui n'augmenteront pas le volume de sa poubelle ordinaire et qui seront valorisés en compost. « **Chaque semaine, je mets de côté entre 1 et 2 kg de déchets verts dans un bio-seau.** Ma commune a mis en place en 2016 une gestion des biodéchets pour les habitants. Je vais donc vider mon bio-seau dans le point de collecte de mon quartier », détaille Delphine.

Pour réaliser ce banc d'essai, **Delphine a testé quelques astuces anti-gaspi au quotidien.** « J'ai utilisé ce que je jette d'habitude au compost. J'ai par exemple cherché sur le web des recettes avec des fanes de radis (c'est de saison !), que j'ai transformé en pesto pour accompagner des pâtes. J'ai aussi fait macérer des peaux de banane dans de l'eau (récupérée du lavage de mes légumes), pour apporter des nutriments lors de l'arrosage de mes plantes. Je pense chercher à l'avenir des idées de réutilisation de la sorte. Je varie ainsi mon alimentation et j'évite aussi le gaspillage alimentaire ! », assure-t-elle.



Pour aller plus loin :





3 chiffres et 3 infos sur...

Avantages, inconvénients, cas...

Pourquoi faire ?

Retirer l'essentiel d'une actualité.

Avantages

Rend l'information plus digeste.

Inconvénients

Oblige à faire des choix.

Dans quels cas ?

Pour mettre en avant quelques éléments d'un rapport, d'une étude...

The screenshot shows a web article from carenews.com. The main headline is "3 chiffres à retenir sur le bio en France". Below it, a sub-headline reads: "La consommation de produits bio a augmenté de plus de 10 % entre 2019 et 2020 selon la dernière étude de l'Agence BIO publiée en juillet 2021." The article includes an illustration of five diverse people carrying shopping bags. A sidebar on the right lists "Les derniers articles publiés" with titles like "GIEC : quelles sont les solutions pour contenir le réchauffement climatique à 1,5°C?". At the bottom, a graphic titled "LE BIO EN FRANCE" states: "La consommation du bio en France a doublé en 5 ans" and "Le bio représente 6,5 % du budget des Français." The carenews logo and navigation menu are visible at the top.

Pour aller plus loin :





— Les trois articles les plus lus en 2021

Bravo !

Les trois articles les plus lus en 2021



La Poste devient une entreprise à mission | Groupe La Poste



Le format ? Une interview !

Octobre rose : comment s'engager contre le cancer du sein en tant qu'entreprise ? | Vendredi



Inégalités et décrochage scolaire, l'école dans la tourmente du covid19 | Fondation Nexity



Le format ? Un article de fond !





C'est bien beau de créer un format qui cartonne sur internet, mais après ?

Action, réaction !



C'est bien beau de créer un format qui cartonne sur internet, mais après ?



La to-do list du parfait rédacteur-communicant

- 1 Partager l'article à ses communautés, ses collaborateurs...**
- 2 Décliner l'article sur ses réseaux sociaux.**
- 3 Envoyer une newsletter afin de partager l'article !**

carenews 

Le média des acteurs de l'engagement

**Vous souhaitez ouvrir un blog 
et rejoindre nos plus de 1 000 acteurs
de l'engagement ?**



bonjour@carenews.com