

La plateforme en ligne **prevention.ch**, destinée aux partenaires des stratégies MNT (maladies non transmissibles), Addictions et Santé psychique, est une mesure de communication prioritaire de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) - Division MNT.

L'objectif de la plateforme est de proposer un aperçu complet des activités de l'ensemble du secteur, et d'offrir des contenus utiles aux professionnels. Grâce à leur expérience et à leur expertise dans ce domaine, les partenaires apportent une contribution précieuse. Grâce à la plateforme prevention.ch, l'OFSP entend favoriser les échanges entre les personnes expertes, et ainsi renforcer leur rôle de multiplicateurs. Avec la présente charte rédactionnelle, l'OFSP fournit des directives pour la rédaction d'articles destinés à la publication sur la plateforme.

1. Groupe-cible

prevention.ch est une plateforme pour les domaines de la promotion de la santé, de la prévention des maladies non-transmissibles, des addictions et de la santé psychique. Ses contenus sont destinés aux professionnels de ces domaines. Ces derniers interviennent en tant que multiplicateurs pour diffuser ces connaissances auprès du public. Il est également possible de publier des contenus destinés à un large public (p. ex. des brochures ou des vidéos) s'ils sont utiles aux professionnels (p. ex. pour leur propre utilisation ou inspiration).

Lors de la saisie des contenus, il est possible de sélectionner des «settings» dans les catégories thématiques afin de délimiter le public cible (pour les entreprises, pour les villes et les communes, pour les écoles, pour les prestataires de soins de santé, pour les structures d'accueil, pour les loisirs).

2. Recommandations pour la rédaction de contenus

Avant de rédiger, posez-vous les six questions fondamentales : Qui? Quoi? Où? Quand? Comment? Pourquoi?

- Qui : qui va lire ma publication ?
- Quoi : quel est le contenu de ma publication?
- Quand : quel est le bon moment pour la mettre en ligne ?
- Pourquoi : quel est l'objectif de ma publication ? Ai-je choisi le bon moyen de communication pour ma publication ?
- Où : où puis-je placer mon texte ?
- Comment : comment puis-je m'assurer que mes informations sont bien compréhensibles ?

Le plan du texte et sa longueur

Un article est composé :

- d'un titre explicite et clair (80 caractères),
- d'un chapô ou accroche (max. 500 caractères) qui résume le contenu de l'article,
- d'un texte principal d'environ 2000-2500 caractères (recommandé) et
- d'un lien vers un PDF ou vers un site Internet pour des contenus complémentaires.

Images et illustrations

Des images, des graphiques et des tableaux peuvent illustrer vos propos et rendre votre publication plus claire.

- Utilisez des images au format .jpg ou .png.
- Les images et les illustrations doivent être de bonne qualité. Pour les images au format paysage, privilégiez une largeur minimale de 800 pixels avec une résolution d'au moins 200 dpi.

- Pour chaque image ou graphique, précisez la source pour bien identifier les droits d'auteur avant la publication.
- Les articles peuvent être illustrés par des photos thématiques mises à disposition par l'OFSP (dans le backend du système).

Règles à respecter pour formuler des textes faciles à lire :

- Phrases courtes et concises
- Éviter les phrases trop complexes
- Exprimer une seule idée par phrase
- Éviter (ou expliciter) les mots difficiles, les termes techniques et les abréviations
- Employer des exemples pour illustrer vos propos
- Utiliser le gras uniquement pour des mots-clés
- Ne pas utiliser l'italique ou le souligné
- Toujours écrire en toutes lettres le prénom, suivi du nom, sans la civilité (exemple : « Hans Muster »)
- Écrire le nom d'une organisation en entier la première fois, avec son abréviation entre parenthèses. Vous pourrez ensuite n'utiliser que l'abréviation.

2.1. Citer les sources

Dès que vous relatez la déclaration d'un tiers, mentionnez-en la source. Indiquez entre parenthèses, à la fin de la dernière phrase, les noms des auteurs, homme ou femme, ainsi que l'année de la publication. Dressez une bibliographie avec les autres informations (noms des auteurs, année, titre de l'ouvrage/l'article etc.).

- [Citer les sources selon les normes de l'American Psychological Association APA](#)

2.2. Attribuer le contenu aux catégories existantes

Vous attribuez une catégorie à votre article, votre projet ou votre événement, afin d'aider les internautes à mieux le retrouver sur la toile. On distingue les catégories suivantes :

- Thème (addiction, activité physique, etc.)
- Type d'article (actualités & contexte, études & rapports, communiqué de presse, aide au travail, brochures & fiches d'information, prise de position, stratégie, retour sur les événements)
- Type d'événement (conférence, formation/formation continue, workshop, débat, manifestation, webinaire, forum)
- Groupe cible (proches aidants, enfants & adolescents, adultes, personnes âgées, population migrante)
- Type d'action (projet, campagne, coopération, offre de conseil, programme, recherche et développement)
- Région (Suisse, Suisse romande, Espace Mittelland, Suisse du nord-ouest, Région de Zurich, Suisse orientale, Suisse centrale, Tessin, International)

2.3. Pas de redondance

Vérifiez qu'il n'existe pas déjà un article sur le même thème ou un contenu très similaire. Évitez de vous répéter dans la rédaction de votre article. Veillez à ce qu'il soit le plus court possible.

2.4. Vérifier l'actualité

Lorsque vous rédigez votre article, vérifiez que son contenu est d'actualité. C'est la seule manière de s'assurer de la pertinence de votre article à ce jour.

2.5. Crédibilité

Votre article doit être crédible pour les lecteurs et les lectrices. S'il ne leur inspire pas confiance, il ne retiendra pas non plus leur attention.

2.6. Utilisation des langues

Le site prevention.ch est disponible en allemand, en français et en italien. Les organisations qui publient du contenu décident elles-mêmes dans quelles langues elles veulent le faire. Lorsqu'un document n'est pas disponible dans une langue, il convient d'en traduire le titre et le chapô, et de mentionner le document dans sa langue d'origine.

3. Principe de liberté rédactionnelle pour les partenaires

Les partenaires disposent d'une liberté rédactionnelle, c'est-à-dire du choix du thème ou du style d'écriture. Il y a cependant quelques critères à respecter, et que nous présentons ci-dessous.

4. L'accessibilité

Les personnes handicapées peuvent rencontrer des obstacles à la communication si leur accès à l'information est restreint, et si la communication s'en trouve affectée. Les technologies de l'information et de la communication (TIC), et plus précisément Internet, permettent de réduire ces barrières. Quand on publie des articles en ligne, il suffit de quelques mesures simples pour supprimer les barrières.

L'accès à Internet favorise l'égalité des personnes en situation de handicap. Pour pouvoir être qualifiés d'accessibles, les contributions et les documents doivent être structurés et rédigés clairement, contenir des informations précises et complètes, proposer une fonction recherche, veiller aux contrastes et au choix des couleurs, et intégrer des liens intéressants. Les vidéos en langue des signes, la description audio des vidéos ou l'utilisation d'un langage accessible sont des exemples d'outils à mettre en œuvre.

5. La formulation non sexiste

Dans la rédaction de vos textes, respectez la parité linguistique entre les hommes et les femmes, aussi appelée langage épïcène. En mettant visiblement l'homme et la femme sur un pied d'égalité, vous évitez toute forme de discrimination linguistique. Le [guide de formulation non sexiste](#) de la Chancellerie fédérale fait office de référence.

6. Bonne conduite et politesse

Toute auteure et tout auteur s'engage à ce que ses contributions soient exemptes de :

- propos racistes, xénophobes ou pédopornographiques ;
- propos injurieux ou diffamatoires à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes en raison de leur origine, de leur appartenance ou de leur non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation ou une religion ;
- déclarations insultantes et diffamatoires à l'encontre d'une personne ou d'un groupe de personnes en raison de leur sexe, de leur orientation sexuelle ou de leur handicap ;
- toute déclaration portant atteinte à la vie privée, à l'image ou aux droits de la personne ;
- paroles qui portent atteinte à la dignité humaine ;
- incitation à la violence, au suicide, au terrorisme et à l'utilisation, la fabrication ou la distribution de substances illégales ou illicites ;
- apologie ou incitation à des crimes ou à des délits, notamment des crimes contre l'humanité ;
- violation des droits de propriété intellectuelle, droits d'auteur de photos, images et textes ;
- contenu à des fins commerciales, de propagande ou de prosélytisme.

Attention : Cette liste n'est pas exhaustive. Nous invitons à la prudence lors de la rédaction, même si certains critères ne sont pas explicitement mentionnés dans cette liste.

7. Règles pour la mise à jour des contenus

Un auteur peut à tout moment modifier ou supprimer ses articles. Comme prevention.ch est une plateforme d'échange, et non une archive, nous vous prions de supprimer les contenus devenus inutiles. À cet égard, et par souci de qualité, la rédaction se permettra de contacter à intervalles réguliers les auteurs/auteures d'articles manifestement désuets.

Il est aussi possible de déterminer par avance le moment où un article doit être automatiquement supprimé. Il suffit de préciser une date de fin dans votre espace de publication. S'il s'agit d'un projet, vous pouvez cocher une case dans l'espace de publication pour indiquer que le projet est désormais clôturé.

8. Contrôle de qualité et gestion des contenus par l'OFSP

La validation des contenus avant leur publication permet de garantir un niveau de qualité élevé sur la plateforme prevention.ch. Tout contenu est validé par la rédaction. Cette validation s'applique à la forme et au contenu de l'article. Le processus de validation peut prendre jusqu'à trois jours ouvrables. Si un article s'avère être lacunaire ou que le sujet mérite d'être préalablement discuté, l'équipe de rédaction contactera les auteurs de l'article dans ce délai.

9. Non-respect de la charte rédactionnelle et de son cadre, litiges et exclusion

Si vous ne respectez pas la présente charte rédactionnelle, la publication de votre article ne sera pas possible avant sa révision.