



SAVOIR SPECIFIQUE →

CARACTÉRISTIQUES DES ÉCRITS PROFESSIONNELS

Rédiger un écrit professionnel

L'écrit professionnel utilise les techniques de la communication. Il met en évidence les éléments essentiels du schéma de communication (émetteur, récepteur, contexte, canal, support, message, code) :

- les situations respectives de l'émetteur et du récepteur ;
- le contexte de la rédaction et de la diffusion de l'écrit (nétiquette, confidentialité...);
- le canal et le support utilisé (la forme est différente entre une lettre et un courriel) ;
- le contenu du message (pertinence, cohérence avec les attentes du destinataire...);
- le code doit être adapté en termes de niveau de langage (pas de jargon ni langage familier).

Quelle que soit sa nature, l'écrit professionnel doit convaincre par la qualité de son contenu et de sa forme. On en déduit que l'on ne peut pas écrire comme l'on parle.

Il en résulte des règles à suivre tant sur la forme et que sur le fond du message.

Forme du message

Tout écrit professionnel doit permettre d'identifier rapidement :

- l'émetteur (personne qui envoie le message) ;
- le(s) destinataire(s) (personne(s) à qui il est destiné) ;
- la date et le lieu de rédaction ;
- l'objet (l'objectif du message) ;
- le titre du document (note, rapport...).

Ces éléments constituent l'en-tête du document professionnel. On les appelle aussi : « mentions obligatoires ». On retrouve aussi la signature de l'émetteur à la fin de l'écrit professionnel.

La mise en forme doit servir le message en le rendant facile à lire et à comprendre.

La rédaction doit être concise pour ne pas faire perdre de temps à son lecteur.

La mise en page avec les paragraphes, les tabulations ou la typographie doivent contribuer à guider le récepteur du message.

Fond du message

Le contenu du message doit être organisé en trois parties :

1. une introduction qui rappelle les faits ;
2. le développement qui formule l'objet du message ;
3. la conclusion qui met fin au message.

Qualité de l'écrit professionnel

- **la structure** : le plan doit être simple, cohérent en suivant un fil conducteur et logique (connecteurs logiques et transitions entre les différents éléments du texte) ;
- **le style et la syntaxe** : doivent être simples, montrer la maîtrise du vocabulaire professionnel et éviter les phrases trop longues ;
- **le vocabulaire** : il doit être simple, idoine.

En conclusion, outre les caractéristiques sur la définition de l'objectif de communication, le fond et la forme, il est aussi important de rappeler les enjeux éthiques des écrits professionnels concernant le secret professionnel et la confidentialité.

Pour aller plus loin

<http://cotetalents.com/francais-ecrits-professionnels/>