

# MAGAZIN

Dossier Francophone

En juin 2020

## De l'exposé à l'article

Nous acceptons avec plaisir vos propositions d'article. Aidez-nous à mieux apprécier votre idée en nous envoyant le plus tôt possible un bref exposé écrit. Les demandes sans descriptif ne seront pas prises en compte.

### Ce que nous voulons savoir

Afin que nous puissions nous faire une meilleure idée de votre article, veuillez répondre dans votre exposé aux neuf questions suivantes:

1. Quel est l'aspect central de votre article?
2. En quoi est-il vraiment neuf et surprenant?
3. Avez-vous systématiquement examiné si votre approche augmente les chances de succès dans l'achat et l'approvisionnement?
4. Si oui: a) Combien de personnes avez-vous interrogées? b) Combien ont-elle répondu? c) Qui a été consulté? d) Quand l'enquête

a-t-elle eu lieu? e) Comment les questions ont-elles été posées? f) L'enquête est-elle représentative? g) Récapitulez en résumant les principaux résultats.

5. Quels conseils pratiques donnez-vous pour le management et l'achat?
6. Par quels exemples d'entreprise ou de best-practice souhaitez-vous illustrer votre article?
7. Développez ceux-ci dans les grandes lignes: «L'entreprise XY est exemplaire en termes d'analyse de risques de fournisseurs potentiels. Car les fournisseurs sont...»
8. Résumez votre exposé de sorte que thèse, argumentation et structure soient clairement identifiables pour nous.
9. Précisez vos liens économiques avec les entreprises mentionnées dans votre texte. Nous aimerions savoir, par exemple, si vous travaillez pour l'entreprise en tant que consultant ou collaborateur.

### De l'exposé à l'article

Votre exposé a été retenu? Il s'agit maintenant de rédiger l'article. Pour qu'il passe bien auprès de nos lecteurs, il convient d'observer certains critères.

Dans les deux pages qui suivent, nous avons résumé pour vous les principales informations et données-clés, ainsi que les délais à respecter.

### Il vous reste des questions?

Le rédacteur en chef Mario Walser y répondra volontiers  
Tél. 062 837 57 01, walser@procure.ch.

# [Titre] Informatif et max. 40 caractères

[Lead]: Un bon lead ou «attaque» doit être court, environ 250 caractères, cinq lignes au maximum. Le lead est le «premier paragraphe» de l'article et en même temps son résumé. Il comprend l'essentiel de l'information qu'on veut livrer. Il vise à inciter le lecteur à lire le reste du texte.

Nom de l'auteur

**L**e [Text]: Souhaitez-vous présenter de nouvelles recherches ou vous prononcer par écrit sur des thèmes importants liés aux achats et à l'approvisionnement?

Si la réponse est oui, notre revue mensuelle représente la plateforme idéale pour cet exercice créatif. La publication de textes et articles spécialisés fait de vous un expert dans votre domaine, voire même renforce votre réputation en tant que personne de référence. Votre employeur tire également profit de la publicité engendrée par vos écrits.

Vous êtes expert du contenu; nous, nous vous soutenons dans la forme pour que l'article spécialisé soit parfait. Le texte suivant se veut un bref guide pour la rédaction d'un document journalistique. En effet,

«l'écriture journalistique» requiert des règles spécifiques qui structurent et organisent le contenu de l'article pour optimiser sa mise à disposition au lecteur. respectant ces règles, vous assurez une lecture optimale de l'article et donc une bonne transmission des informations qu'il contient.

## De façon générale

Pour que votre article puisse être publié, il doit remplir certaines conditions. La plus importante: votre article doit être inédit. Vous pouvez, suite à sa publication dans notre revue, le faire paraître de façon inchangée dans la presse écrite avec la référence à pro-

cure.ch, ainsi que la date de publication.

Par ailleurs, il est important que l'article ne donne pas l'impression d'un spot publicitaire pour votre entreprise: des propos tels que «Nous produisons les meilleurs produits» ou «Visitez notre site web» ne sont pas à mentionner dans le document.

Réfléchissez tout d'abord au message que vous souhaitez communiquer par le biais de l'article spécialisé. Qui aimeriez-vous atteindre? De quel niveau

---

*«Il y a suffisamment de place ici pour une citation pertinente qui attire l'attention du lecteur.»*

---

de connaissance dispose le lecteur cible?

Dès que vous avez pu répondre à ces questions, établissez la structure de l'article. Ce dernier est à formuler de façon neutre («la société X», «l'entreprise Y») et non à la première personne («je» ou «nous»). Vous trouverez ci-dessous des conseils sur les éléments indispensables d'un texte, ainsi que des conseils sur la structure à respecter.

## Structure et développement

La plus grande partie du texte forme le corps du document. Il décrit et fournit une explication détaillée du lead.

Dans notre revue, un article de deux pages imprimées comprend un corps de 5200 caractères ainsi qu'une illustration au maximum. Selon sa longueur, il doit être séparé par des intertitres. Ceux-ci contiennent un maximum de 30 caractères (=une ligne) et donnent envie au lecteur de poursuivre la lecture. Il s'agit souvent d'une phrase ou d'un mot qui annonce ce qui va être commenté dans le paragraphe qui suit.

Le corps est composé de divers éléments de texte et débute par une introduction qui a pour fonction de développer le titre et le lead. Vous répondez ainsi à la question fondamentale que se pose le lecteur: quelle est la plus-value de l'article pour moi? Dans ce passage, abordez concrètement des problèmes et

avertissez clairement le lecteur que vous allez fournir des éléments de réponse dans l'article qui suit.

La dernière phrase de l'article, appelée «chute», marque la fin du texte et prend souvent la forme d'une question, d'une comparaison ou d'une phrase-clé résumant le corps de l'article. A la différence de la conclusion, elle doit être brève et frappante.

## Auteur et illustrations

Une photo portrait ainsi que des informations biographiques de l'auteur renseignent le lecteur sur la personne qui se cache derrière le texte. Décrivez en quelques lignes votre personne et

**[Illustrations]:** Souhaitez-vous illustrer votre article avec du matériel visuel adapté? Nous apprécions des images quatre couleurs haute résolution en format JPG. La résolution ne devrait pas dépasser 300dpi.

## Pour que ça marche!

- **[Données]:** Veillez à bien respecter les délais de clôture de la rédaction et les échéances pour l'insertion des annonces ([www.procure.ch/Mediadaten\\_2017](http://www.procure.ch/Mediadaten_2017)). C'est la meilleure façon de garantir que votre article paraisse dans l'édition convenue.
- **[Longueur]:** Conformez-vous au nombre de signes mentionné dans le texte. Cela diminue le risque que votre article soit retouché par la rédaction.
- **[Matériel visuel]:** Illustrations et portraits laissent une impression durable sur les lecteurs. Vous en saurez plus en lisant nos recommandations à ce propos.

**[Légende]:** Caractérise l'illustration. 60 caractères (max.), espaces inclus.

vos fonctions professionnelles. Veuillez nous envoyer à ce titre les mots-clés sur votre formation, vos activités, votre fonction ainsi qu'un bref portrait de votre entreprise.

Les conditions d'envoi du matériel photographique sont les suivantes: la photo portrait en couleur sans logo d'entreprise doit être une image de haute résolution (300 dpi). Les fichiers photos et graphiques sont à fournir dans les formats TIFF, EPS ou JPG avec une légende et une référence aux sources si nécessaire, ceci comme fichiers séparés et non intégrés dans le document Word.

Nous vous prions de ne pas scanner

vous-même les photos car la résolution est dans ce cas généralement trop faible. L'article doit être envoyé par e-mail comme pièce jointe à [redaktion@procure.ch](mailto:redaktion@procure.ch).

### Traitement

La date de clôture de la rédaction pour l'édition concernée représente la date limite pour l'envoi de l'article. La rédaction se charge de l'éventuelle correction orthographique, de l'adaptation grammaticale ainsi que de la mise en page du texte. Par ailleurs, elle se réserve le droit de raccourcir le texte et de procéder à de petites adaptations, si ceci s'avère nécessaire en vue d'une

meilleure compréhension ou pour l'utilisation uniforme de termes spécialisés.

Sans accord exprès, la rédaction n'est pas tenue de publier l'article et se réserve aussi le droit de reporter la date de parution.

L'auteur de l'article reçoit le texte dans sa forme définitive juste avant sa parution pour une relecture et une vérification de la véracité des faits et des chiffres. •

## Informations complémentaires

Un lien informatif sur le thème de l'article peut être intégré ici

[www.procure.ch/magazin](http://www.procure.ch/magazin)

Alternative: il y a de la place aussi pour quelques conseils ou une brève check-liste. Les deux valorisent l'article car

1. la chance que votre article soit lu plusieurs fois augmente ainsi considérablement
2. un transfert idéal de pratique est assuré.

**[Illustration]:**

4 couleurs  
résolution 300dpi  
jpg, tiff

### Prénom Nom

Environ 250 caractères (espaces incl.) Informations sur la personne, sa formation, sa fonction et sur l'entreprise.