

Les 3 niveaux de lisibilité (micro, meso, macro)



wearethewords

La lisibilité ne s'évalue pas à l'œil nu. Elle se pense, se construit, se pilote.

Un contenu lisible n'est pas seulement agréable à lire : il est activable, transmissible, aligné.

Cette grille vous permet d'auditer vos contenus selon trois niveaux clés – du mot jusqu'au système – pour en garantir la cohérence, la clarté et la performance éditoriale.

Utilisable en relecture, en atelier, en formation ou en diagnostic COS™, elle constitue une base concrète pour professionnaliser l'évaluation de vos textes.

“ Une grille claire, à chaud ou à froid, pour renforcer la lisibilité à chaque étage de votre système éditorial.”

Niveau micro – Langue, clarté immédiate

Ce niveau vise à éliminer les frictions de lecture.

- * Les phrases sont courtes (12–18 mots max.) et ne diluent pas le propos.
- * La syntaxe est directe, sans détours ni passifs inutiles.
- * Le vocabulaire est précis, concret, adapté au lectorat cible.
- * Aucun jargon non justifié n'alourdit la lecture.
- * La ponctuation soutient la compréhension (et ne la perturbe pas).
- * Le ton est fluide, ni robotique ni familier.
- * Le texte peut être lu à voix haute sans buter ni reprendre.

Niveau méso – Structure, intelligibilité

Ce niveau concerne l'architecture du texte.

- * L'introduction pose une promesse claire, contextualisée et utile.
- * La progression logique est fluide : on comprend pourquoi on passe d'un bloc à l'autre.
- * Les intertitres sont informatifs, hiérarchisés, lisibles en diagonale.
- * Les paragraphes sont courts (3–5 lignes) et unifiés par une seule idée.
- * Des transitions visibles lient les parties entre elles.
- * Le lecteur sait où il est, ce qu'il apprend, et pourquoi cela l'engage.

Niveau macro – Système, alignement

Ce niveau mesure la cohérence du texte dans son écosystème éditorial.

- * Le ton est aligné sur la voix de marque (ni neutre, ni décalé).
- * Le niveau de langage est constant avec les autres contenus du même parcours.
- * Le texte ne contredit pas ce qui a été dit ailleurs (promesse, angle, données).
- * Le contenu prépare ou prolonge d'autres formats (email, landing page, sales doc...).
- * Des liens ou références orientent vers d'autres contenus utiles.
- * Le contenu est lisible dans un flux, pas seulement en page isolée.

Utilisation recommandée

- * En atelier de réécriture ou sprint éditorial collaboratif
- * En phase de relecture critique avant publication
- * En formation interne à la lisibilité éditoriale

Astuce COS™ (Content Operating System (<https://www.wearethewords.com/offres/elite/>)): cette grille peut être intégrée à vos modèles de campagnes, à un template d'audit ou à une charte qualité interne.

Besoin d'aide pour évaluer la lisibilité de vos contenus ? Besoin d'un diagnostic ? On en parle ! (<https://www.wearethewords.com/contact/>)



wearethewords

