

Charte Editoriale



Jun 2024
Revisité en septembre 2025

Table des matières 1- Objet de la Charte & Esprit de la marque

L'Objet de la Charte Editoriale
L'esprit d'AfrikElles
L'équipe
Notre vision
Notre mission
Notre devise
Les canaux de communication

2- Valeurs et tonalités

Comprendre AfrikElles et domaine de certification
Cible
Mots clés et stratégiques

3- La forme du message

Les éléments de langage
La tonalité du contenu
Le rythme dans le discours
La relecture, indispensable !

4- Le fond du message

Les valeurs portées par la marque dans les contenus

5- Définition et gestion des conflits d'intérêt

6- Gestion de la rédaction

Composition de la rédaction
Conférence de rédaction
Gestion des témoignages et plaintes

7- Politique d'utilisation d'algorithme pour la diffusion, le choix ou le traitement des contenus

8- Politique de recrutement et de formation du personnel et bénévoles 8- Présence sur les réseaux sociaux

9- Publicité

10- Planification et Rencontre d'Examen Périodique des Processus Éditoriaux

11- L'approche SEO : les topics clusters

Présence sur les réseaux sociaux
L'Approche SEO : Les topics clusters
L'approche
Les intentions de recherche

12- Analyses & Statistiques

Outils
KPI

13- A propos D'AfrikElles

1- Objet de la Charte & Esprit de la marque

L'Objet de la Charte Editoriale

Ce document est destiné au personnel du média AfrikElles, aux partenaires et au public. Il compile les règles rédactionnelles et de langage à respecter dans l'espace public. Ce document formalise l'esprit d'AfrikElles à travers un nouveau discours, de nouveaux éléments de langage et une tonalité toujours professionnelle mais plus simple et compréhensible pour toute catégorie du lectorat.

L'esprit d'AfrikElles

AfrikElles est une Société à Responsabilité Limitée Unipersonnelle (SARL-U) ayant son siège social à Lomé, quartier Totsi, contacts : +228 92 30 9797 / contact@afrikelles.com. Elle a pour seule actionnaire, Mme GADEDJISSO TOSSOU Egnoname Eugenie, domiciliée à Lomé au Togo et joignable au +228 98 74 52 58 / geniegade@gmail.com.

- Directrice de Publication : GADEDJISSO TOSSOU Egnoname Eugenie -
Rédactrice en Cheffe : EspoirePrénom TAWI.
Contacts : +228 90 32 68 28, e-mail espoiretawi90@gmail.com
- Secrétaire de Rédaction : Innocent Komlan WOTOGLO.
Contacts : +228 91 03 70 87, e-mail : innowot@gmail.com

L'équipe de www.afrikelles.com, c'est aussi des journalistes pigistes, un graphiste et des personnes externes pour des besoins spécifiques.

Notre vision

Etre un média d'information et d'expression de référence pour les femmes africaines et sur les femmes africaines d'ici et d'ailleurs.

Notre mission :

- Libérer l'information sur les femmes africaines et leur quotidien
- Etre un canal de professionnalisation des jeunes et femmes journalistes
- Etre un outil de capacitation pour les jeunes et femmes journalistes

Notre devise

Information, capacitation et excellence

Les canaux de communication

1. *Website* : www.afrikelles.tg
2. *Facebook* : *Afrik Elles*
3. *Tiktok* : *Afrikelles.mdia*

4. *Twitter : AfrikElles*
5. *Linkedin : AfrikElles*
6. *YouTube : AfrikElles TV*

2- AfrikElles : valeurs et tonalité

C'est quoi AfrikElles ?

AfrikEles est une société de presse togolaise offrant plusieurs services, notamment l'accompagnement en communication et relation presse. Elle a depuis 2021, un média www.afrikelles.tg dédié à la production et à la diffusion d'un webmagazine dédié au quotidien de la femme africaine et à son épanouissement. Afin de produire des contenus médiatiques de qualité qui respectent la déontologie du journalisme, nous avons décidé de compétir en étant intransigeant sur la qualité des contenus médiatiques, mais aussi en s'inscrivant dans une nouvelle dynamique en décidant d'aller à la certification JTI.

Baseline : Rendre visibles les femmes et jeunes filles, les actions en faveur des femmes.

Quelle est la cible ?

- Les femmes et les jeunes
- Les minorités
- Les gouvernants
- Les organisations de la société civile
- Les partenaires financiers et techniques
- Les médias

Quels sont les mots clefs stratégiques ?

- *La femme africaine*
- *La jeune fille africaine*
- *Leadership féminin*
- *Opportunités pour femmes et jeunes filles*
- *Violences Basées sur le Genre*
- *Financement des femmes entrepreneures*

3- LA FORME du message

La tonalité du contenu

Tous les genres journalistiques sont utilisés sur me média : l'interview, le portrait, le reportage, l'analyse...

Les éléments de langage

- Préférer le ‘NOUS’ afin de nous inclure dans la communauté des femmes et filles. (En effet nous partageons les mêmes ambitions et nos clients rencontrent les mêmes problématiques, ils appartiennent à cette communauté)
- Eviter les verbes *être* et *avoir* ; les *que/qui/il y a/on*
- Pas d’emphase (‘rendez-vous compte’...)
- Préférer le présent dans les récits Le rythme dans le discours

Quelques idées pour rythmer le contenu :

- Rédiger des phrases courtes (sujet/verbe/complément) – Alternier la longueur des phrases
- Insérer des images nettes, respectueuses de l’humain ... (à légender) • Insérer des encarts/blocs (chiffres, définition, citation, cas client...)
- Utiliser la ponctuation à bon escient !

La relecture, indispensable !

Merci de relire attentivement pour couper/reformuler le contenu, corriger les fautes d’orthographe, de grammaire... Un relecteur relit toutes les productions ainsi que les rapports destinés aux partenaires.

4- LE FOND du message

Les valeurs portées par la marque dans les contenus

- De l’expertise et de la réflexion autour des sujets/problématiques liés à la femme et à la jeune fille
 - Un angle précis
 - Intervenants crédibles (influenceurs, acteurs du web)
 - Des visuels explicites et fun
 - Des innovations (podcast, carrousel)
 - Des success stories
1. Chaque phrase doit obligatoirement porter une idée forte
 2. Chaque idée sous-tend une réflexion
 3. Chaque idée est illustrée par des exemples précis et concrets, des chiffres...

5- Définition et gestion des conflits

Les relations personnelles : un responsable impliqué dans le processus de recrutement, en face d’un ami proche ou d’un membre de sa famille, le signale à la Direction Générale afin de garantir à tous les candidats les mêmes chances.

Les intérêts financiers : un employé, bénévoles ou contributeur à AfrikElles, ne perçoit pas directement des motivations financières sur un terrain de reportage. Les publi-reportages sont directement payés à la Direction Générale.

Un autre emploi en dehors de l'entreprise : Il est possible de travailler pour d'autre média. Par contre il est formellement interdit, toute collaboration avec un média concurrent avec la même ligne éditoriale. La loyauté est la base de fructueuse collaboration.

Le respect de l'autre, les discussions ouvertes, sincère et respectueuses sont à privilégier entre collègue. Le respect hiérarchique est une obligation.

6- Gestion de la rédaction

La rédaction est le noyau du webmagazine. Elle regroupe les journalistes, reporters qui produisent quotidiennement les contenus. Elle se réunit tous les vendredis à 19h00 pour la conférence de rédaction dirigée par la Rédactrice en cheffe.

Composition de la rédaction

La rédaction est composée des journalistes, reporters, rédacteurs. Elle est dirigée par la rédactrice en cheffe assistée d'un(e) Secrétaire de rédaction.

La rédactrice en cheffe est chargée de rechercher et analyser des informations pour la rédaction de contenu ; Rédiger, éditer et réviser du contenu sur divers sujets et plates-formes ; s'assurer que le contenu est adapté et pertinent pour le public cible ; veiller à ce que le contenu respecte les directives et les normes de style établies ; assurer le respect des délais et des budgets, assurer le respect des lignes directrices et des politiques de l'entreprise.

Le secrétaire de rédaction en collaboration avec la rédactrice en cheffe est responsable de la préparation des documents officiels du média et de la correction des articles. Il assure la cohérence, le style et l'unité des publications.

Les journalistes, reporters et rédacteurs sont en charge de la création des contenus sur différents formats textuels, podcasts et vidéos en fonction de la ligne éditoriale du média.

Conférence de rédaction

La conférence de rédaction est la réunion préparatoire de toutes les activités rédactionnelles et a lieu la première semaine du mois selon le jour et l'heure définie une semaine avant. Dirigée par la Rédactrice en cheffe ou la Directrice de Publication, elle est subdivisée en trois étapes :

Analyse, critique et retours des articles publiés au cours de la semaine : tour de table obligatoire.

Définition des sujets de la semaine : ce point permet de définir les sujets de la semaine en fonction de la ligne éditoriale, de l'actualité nationale notamment les journées internationales et nationales... C'est là également que les angles, les personnes ressources sont définies.

Les divers : point pour prendre des nouvelles des uns et des autres, discuter de tous sujets pas forcément liés à la ligne éditoriale du média.

Les articles d'opinion

www.afrikelles.tg est un média libre. Nous produisons des articles d'opinion tels que l'éditorial, l'analyse, la tribune, le billet, la chronique, la tribune libre et la critique littéraire, d'art ou de cinéma... L'éditorial est rédigé uniquement par la Directrice de Publication et est la position de toute la rédaction sur un sujet. La tribune, le billet, la chronique et la tribune peuvent être rédigée par la Rédactrice en Cheffe, le/la Secrétaire de Rédaction, les personnes externes à conditions que cela s'aligne avec la ligne éditoriale du média.

11- Politique d'utilisation d'algorithme pour la diffusion, le choix ou le traitement des contenus

Chez AfrikElles, l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA) est strictement encadrée.

Elle est exclusivement réservée à la relecture des contenus, à l'initiative du ou de la journaliste, une fois la rédaction terminée. L'IA n'intervient que pour la correction des fautes de grammaire et d'orthographe.

L'utilisation de l'intelligence artificielle pour la génération de contenus journalistiques est formellement proscrite.

12- Gestion des plaintes et témoignages

Gestion des témoignages : Dans le cadre de la rédaction de nos articles, nous utilisons des témoignages des personnes directement concernées ou des proches parents. S'assurer de protéger la vie privée, l'intimité de la personne interviewée est une obligation. Le rédacteur ou reporter s'assure d'avoir l'autorisation de la personne interviewer avant toute utilisation. Il veille au cours de la rédaction de l'article au respect de l'anonymat de la personne interviewée au cas où elle le souhaite.

Au cas où après la relecture par le SDR ou le relecteur, des fautes d'orthographe ou de grammaire sont signalés à un membre de l'équipe, celui-ci le rapporte directement sur la plateforme des membres de la rédaction. La Directrice de Publication, après vérification avec le SDR apporte la correction au besoin.

Le webmagazine dispose d'un espace commentaire sous chaque article. La Directrice de Publication se fait le devoir d'approuver les commentaires qui entrent dans le cadre de la publication ou du fonctionnement de la rédaction. Également, sur les différentes pages du média, il est possible pour les lecteurs de faire des remarques ou suggestions. Gestion des sources d'information

Pour la rédaction de ses contenus, la rédaction d'AfrikElles s'appuie sur diverses sources notamment les personnes ressources, les documents officiels, les

publications d'autres médias. Il est fait obligation de toujours mentionner les sources d'information, de mettre la ou les phrases qui ne sont pas du rédacteur entre guillemets.

Quand il s'agit de protéger l'intégrité d'une victime, il est important d'utiliser un nom d'emprunt et de le préciser dans le texte.

13- Planification et Rencontre d'Examen Périodique des Processus Éditoriaux

Assurer une évaluation régulière des processus éditoriaux afin d'améliorer la qualité des contenus, l'efficacité des équipes, la conformité aux lignes éditoriales, et l'intégration des retours d'audience.

Mensuelle : conférence de rédaction

Annuelle : bilan général, ajustements majeurs et planification de l'année suivante.

Participants

- Rédactrice en chef
- Journalistes / rédacteur·rices
- Éditeur·rice / correcteur·rice
- Éventuellement : graphiste

Ordre du jour pour la revue annuelle :

a. Revue des contenus publiés :

- Volume, régularité, respect de la ligne éditoriale.
- Analyse des sujets traités vs priorités stratégiques.

b. Qualité rédactionnelle :

- Retour sur les fautes détectées (orthographe, grammaire, style).
- Analyse des interventions IA (le cas échéant).

c. Performances :

- Engagement (vues, partages, commentaires).
- Retours d'audience ou de partenaires.

d. Respect des délais et workflow :

- Identification des retards ou blocages.

e. Conformité éthique et éditoriale :

- Revue des contenus sensibles, validation des pratiques.

f. Propositions d'amélioration :

- Outils, formations, nouvelles rubriques, ajustements de processus.

g. Décisions et responsabilités assignées

Livrables attendus

- Rapport synthétique de chaque réunion
- Mise à jour du calendrier éditorial si besoin
- Suivi des recommandations ou ajustements proposés

10- Politique de recrutement et de formation du personnel et bénévoles

Les recrutements se font soit par appel à candidature, soit par candidature spontanée. Dans l'un ou l'autre cas, il fait obligation de :

- Décrire précisément les tâches à confier (cahier de charges)

La première étape est de décrire précisément le poste à combler ou la participation attendue du bénévole ou du membre du personnel. Le candidat connaît les attentes et responsabilités liées à sa fonction et y répondra selon ses intérêts.

Une brève présentation de l'Organisme permet aussi aux candidats d'identifier plus clairement la mission et objectifs

- Informer du besoin

La publication dans sur nos différentes pages sociales nous permettent de recruter des bénévoles ou du personnel

- Passer l'étape de la présélection sur la base de dossiers fourni par le candidat
- Faire passer une entrevue

L'entrevue est l'étape suivante après la présélection et permet de s'assurer que le candidat peut s'intégrer dans une équipe de travail et partage la ligne éditoriale du média. Connaître les expériences des candidats et vérifier s'il répond aux exigences de la tâche à confier.

- Prévoir une période d'intégration

Afin de renseigner le bénévole ou l'employé sur les politiques et procédures. Selon les tâches confiées, il pourrait être nécessaire d'assurer une formation.

- Évaluer le travail

Prévoir des rencontres pour donner une rétroaction sur le rendement du travail ; une bonne façon de maintenir la motivation des bénévoles et sa fidélité au sein de l'organisation.

Une formation est organisée une fois par semestre à l'ensemble des membres de la rédaction pour renforcer les pratiques éthiques. Elles peuvent avoir lieu en ligne ou en présentiel.

11-Présence sur les réseaux sociaux

Le média AfrikElles est présent sur les réseaux sociaux.

Les liens de nos productions sont obligatoirement partagés sur ces différentes pages. Les contributeurs sont invités à repartager les liens des articles et à inviter à la lecture.

Les 'call to action' tels que : Cliquer sur le lien, lisez-nous sont autorisés.

Les commentaires sur le site sont approuvés si non injurieux.

Les commentaires sur les réseaux sociaux sont aimés et répondus pour amener plus d'interactions sur les pages du média.

Au-delà des liens des productions, il est recommandé de partager aussi les images et textes de pages promouvant la femme. L'humour est le bienvenu.

Ajoutez des Hashtags aux posts sur les réseaux sociaux.

12-Publicité

L'insertion publicitaire est l'une des sources de revenus du média. AfrikElles, bien qu'étant un média thématique est ouvert à l'insertion de tous bannières publicitaires à condition que celles-ci respectent et préservent la dignité, l'intégrité de la femme et de la jeune fille. L'insertion d'une bannière ou un publi-reportage d'une société,

entreprise n'empêche pas AfrikElles de faire des productions impartiales, neutres sur la structure partenaire. Les articles journalistiques seront toujours traités avec rien que les faits.

Nous portons une attention particulière aux entreprises portées par des femmes en faisant une réduction significative de notre grille tarifaire.

Les publiereportages sont clairement signifiés à la fin de chaque article pour permettre aux lecteurs de faire la différence entre les faits et la promotion de biens et services. Ce genre rédactionnel reçoit l'accord préalable de la Directrice de Publication et de la comptabilité.

13- L'approche SEO : les topics clusters

Les topics clusters

Définition : Un topic cluster est une stratégie SEO qui se focalise sur la création d'un ensemble de pages autour d'une thématique, avec une page pilier en son centre. Vous améliorez ainsi l'architecture de votre site pour permettre à Google (et vos lecteurs) d'aller chercher plus facilement des contenus similaires sur votre blog.

Les topics clusters nous permettent de réunir nos contenus par thématique. Chaque thématique possède une page pilier qui renverra sur nos autres contenus. L'ensemble forme alors un topic cluster.

L'approche

- Une page pilier et des sous-thématiques : **contenus master & contenus snacks** (La page centrale est le principal contenu pour un sujet, à laquelle d'autres « sous contenus » s'ajouteront en lien pour la compléter)

Les intentions de recherche

- Les requêtes 'savoir' – *ex. leadership féminin, les VBG*
- Les requêtes 'savoir basique' – *ex. Quelles sont les formes de VB ?*
- Les requêtes 'faire' – *ex. Comment signaler un cas de VBG au Togo ?*

Des exemples de contenu

- Les femmes qui sont piliers dans un domaine
- Les programmes en faveur des femmes au Togo
- Les incubateurs pour les entreprises féminines
- Les femmes leaders
- Les femmes des zones rurales

14- Analyses & Statistiques

Outils

- Google Analytics : checker les tags/conversions

KPI

- Pages vues
- Interaction (partage, comment)
- Conversion (inscription NL/téléchargement d'un contenu)
- Visiteurs uniques
- Nouveaux vs visiteurs
- Temps/page
- Nb de pages vues par visiteurs
- Taux de rebond
- Organicsearch

15- A PROPOS D'AfrikElles

Depuis trois ans, AfriKElles est un média de référence sur la question de promotion de la femme africaine au Togo. Elle fournit un répertoire des femmes leaders aux autres médias. Plus d'une vingtaine de ses articles ont été publiés par des médias nationaux qu'internationaux. Avec au moins plus de 1 500 lecteurs par semaine, elle a en trois ans, accordé une entrevue à plus de 300 femmes et jeunes filles africaines.

Accessible via les URL : www.afrikelles.tg et www.afrikelles.com, il a aujourd'hui, cinq contributeurs et est lu dans plus de 10 langues.

Au-delà du webmagazine, AfrikElles propose un accompagnement en communication digitale, en campagne de communication, en rédaction de stratégie et de plan de communication, d'activités de sensibilisation, de productions de vidéos et d'images institutionnelles.

