



OSAPS

# Guide de rédaction en langage clair

Services bancaires 11/2025

## Table des matières

<b>1. Exposé.....</b>	<b>4</b>
Exigences légales.....	4
Objectif du guide.....	4
<b>2. Le langage clair : entre spécialisation et simplicité .....</b>	<b>5</b>
<b>3. Principes.....</b>	<b>7</b>
Valeur juridique.....	7
Formats et langues.....	7
Genrer .....	8
Formation des employés.....	10
<b>4. Structure et présentation .....</b>	<b>11</b>
Paramétrages .....	11
Structure.....	12
Fonction.....	12
Exposé .....	13

	2
Mise en page .....	14
Termes et concepts compliqués .....	15
Exemples illustratifs.....	16
Icônes et images.....	16
Tableaux et graphiques .....	17
Références et liens .....	18
<b>5. Contenu.....</b>	<b>19</b>
Exhaustivité et synthèse.....	19
Vocabulaire B1 .....	19
Abréviations .....	20
Langage interculturel .....	22
Une idée par phrase .....	22
Rester précis.....	23
S'adresser au lecteur .....	23
Glossaire.....	24

	3
<b>6. Tests utilisateurs .....</b>	<b>25</b>
<b>7. Exemples de mise en page .....</b>	<b>27</b>
<b>8. Checklist de relecture.....</b>	<b>29</b>
Structure et présentation .....	29
Contenu et langage .....	29
Lisibilité et mise en page .....	29
Aides à la compréhension .....	30
Accessibilité .....	30

## 1. Exposé

### Exigences légales

La loi sur l'accessibilité des services bancaires s'appuie sur une directive européenne. Celle-ci stipule que « la fourniture de services (...) est réalisée (...) en veillant à ce que les informations soient compréhensibles, sans dépasser un niveau de complexité supérieur au niveau B2 (...) ».

💡 B2 est un des 6 niveaux de compétences linguistiques selon la classification du CECRL (Cadre européen commun de référence pour les langues) qui va de A1 (très facile) jusqu'à C2 (très spécialisé) .

### Objectif du guide

Ce guide vise à simplifier des **contenus destinés à un public large**, peu habitué aux documents techniques. Il propose des recommandations pour surmonter les principales difficultés rencontrées : langage complexe (jargon), textes longs et denses, vocabulaire spécialisé, phrases et paragraphes compliqués, manque d'explications claires, et mise en page peu lisible.

Ce guide présente une synthèse des règles linguistiques, visuelles, techniques et sémantiques en vigueur, sans prétendre à l'exhaustivité.

Hormis l'exigence d'un vocabulaire ne dépassant pas le niveau B2, la loi n'impose aucune règle précise en matière de rédaction. Ce document propose donc un **cadre volontaire** pour rédiger en langage clair, équivalant à un niveau B1. Les recommandations et bonnes pratiques qu'il contient **vont au-delà des obligations légales**, dans une double optique :

- **anticiper le renforcement probable** des exigences réglementaires en matière d'accessibilité
- **améliorer durablement la qualité du service** offert aux clients.

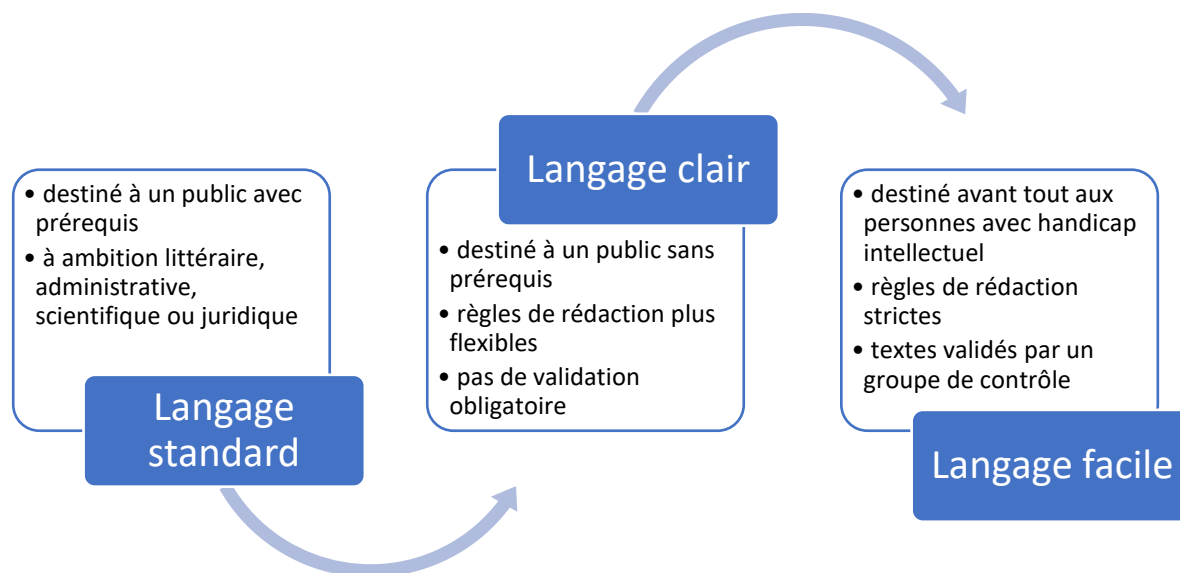
## 2. Le langage clair : entre spécialisation et simplicité

Le langage clair occupe une position intermédiaire : il est plus simple que le langage standard (souvent spécialisé, formel ou institutionnel), mais plus élaboré que le langage très facile.

Il s'agit d'une communication écrite, structurée et présentée de manière à permettre aux lecteurs de :

- trouver rapidement ce qu'ils cherchent,
- comprendre facilement ce qu'ils trouvent, et
- utiliser l'information sans difficulté.

Le **langage clair** améliore la compréhension sans sacrifier les informations essentielles. Il met les lecteurs au centre de la communication : les textes sont pensés pour être utilisés aisément. Leur rédaction et leur présentation suivent une norme internationale qui garantit leur clarté et leur accessibilité. En allemand, on parle de "Einfache Sprache".



Par **langage standard** nous entendons ici le contenu rédigé par des spécialistes du sujet. Ce langage est celui de l'institution, mais pas forcément celui du lecteur ou du destinataire.

Dans ce type de communication, les capacités de compréhension du lecteur sont peu, voire pas du tout, prises en compte. Il est supposé que le lecteur possède un niveau de connaissances équivalent ou proche de celui de l'auteur. Les termes techniques ou spécialisés utilisés sont peu usuels dans le langage courant et sont généralement peu ou pas expliqués.

À l'inverse, le **langage facile** — aussi appelé *FALC* (*Facile à lire et à comprendre*), ou *Leichte Sprache* en allemand — réduit et simplifie le contenu tout en ajoutant des explications. Ce niveau de simplification joue un rôle clé pour favoriser l'inclusion, par exemple en permettant aux personnes ayant des compétences limitées en lecture et en compréhension d'accéder de manière autonome à l'information.

⚠ **Important:** Dans ce guide, par souci de fluidité, les termes au masculin sont utilisés de manière neutre et désignent toute personne, quel que soit son genre.

## 3. Principes

### Valeur juridique

Il est tout à fait possible – et même recommandé – de rédiger un texte à caractère juridique en langage clair, sans nuire à sa valeur juridique.

Dans certains cas, une version en langage clair ne peut pas se suffire à elle-même : elle vient alors en complément du texte original. En cas de divergence, **seule la version originale en langue française fait foi.**

Ce principe doit être clairement indiqué sur le document simplifié. Le contenu en langage clair doit mentionner le texte original et être accompagné de celui-ci. Si ce n'est pas possible, le texte-source doit être accessible par un lien ou un code QR.

✦ *Exemple* : Une banque propose ses conditions générales en langage clair. Une mention précise que seul l'original français a valeur légale. Cette mention figure dès la première page. L'original est joint.

💡 *Bon à savoir* : Les contenus à visée publicitaire ou explicative (brochures, affiches, spots, marketing digital) gagnent à être conçus directement en langage clair. Dans ce cas, une seule version suffit, ce qui évite de devoir gérer plusieurs documents différents.

---

### Formats et langues

Les contenus en langage clair doivent être disponibles **dans les mêmes formats et en autant de langues** que les contenus originaux. Que les documents soient en langage clair ou non, tous les contenus et supports doivent être accessibles au sens de la loi.

Dès qu'un nouveau support est disponible, la clientèle existante doit en être informée.



✦ *Exemple* : Les conditions générales d'une banque existent en français et en allemand, en version imprimée et numérique. La version en langage clair est donc également disponible dans ces deux langues et sous ces deux formats.

⚠ *Important*: Les lecteurs luxembourgeois, ainsi que les personnes à besoins spécifiques, réclament régulièrement des **versions en allemand**. Il est donc recommandé de privilégier cette langue lors des traductions.

---

## Genrer

Les questions de genre influencent la manière dont les lecteurs et lectrices (!) se reconnaissent dans un document. Inclure toutes les personnes concernées, sans alourdir la lecture, est une exigence de clarté autant que d'inclusion.

- Genrer **n'entrave pas la lisibilité** si cela est fait de manière cohérente et modérée.
- La **meilleure façon de genrer** est de ne pas genrer! (voir le tableau)
- Il faut **choisir un système et s'y tenir** dans l'ensemble du document.

Deux approches sont possibles :

- Faire une mention en début de document indiquant que le masculin est utilisé de manière générique.



✦ *Exemple* : « Par souci de fluidité, les termes au masculin sont utilisés de manière neutre et désignent toute personne, quel que soit son genre. »

- Ou utiliser une des ponctuations usuelles : tiret (client-e), étoile (client\*e), point médian (client·e), double point (client:e).

Le double point est préférable au point médian, car plus facile à insérer au moment de la rédaction, mais également plus agréable à écouter. En général, les lecteurs d'écran font juste une courte pause au moment du double point, ce qui correspond le mieux au langage parlé.

Pour plus d'informations sur les usages au Luxembourg, le Centre de l'égalité du traitement (CET) tient à disposition deux brochures, pour la langue française et allemande.

Astuces de rédaction en langage inclusif :

 Astuce	 Exemple
<b>Formulation neutre</b>	« Le client signe... » → « Signer ici » ou « Il faut une signature... »
<b>Périphrase neutre</b>	« Le salarié concerné » → « La personne concernée »
<b>Pluriel générique (annoncé)</b>	« Les clients » (si précisé comme neutre en début de texte)
<b>Participe → Infinitif</b>	« Les clients souhaitant résilier » → « Toute personne qui veut résilier »
<b>Exemples variés</b>	Alternez les prénoms : Julie, Marc, Samira...

 *Bon à savoir* : Genrer n'est pas une obligation systématique. Ce qui compte, c'est d'éviter l'exclusion implicite et de privilégier la clarté du texte.

---

## Formation des employés

La formation est essentielle pour assurer une dissémination cohérente et systématique de l'offre en langage clair. Elle doit couvrir les points suivants :

- **Existence et disponibilité des contenus accessibles**

Les employés doivent savoir quels documents sont disponibles en langage clair, dans quelles langues et sur quels supports.

- **Aspect et spécificités des contenus accessibles**

Ils doivent être capables de reconnaître les caractéristiques des contenus en langage clair et comprendre leur utilité pour les clients.

- **Obligation d'informer systématiquement**

Il est impératif que les employés informent **proactivement** tous les clients potentiels et existants dès la phase précontractuelle de l'existence des documents en langage clair, sans attendre que les clients demandent.

✦ *Exemple* : Lors d'un entretien d'ouverture de compte, le conseiller informe le client de la possibilité de recevoir les documents en langage clair. Il explique brièvement ce que cela signifie et comment y accéder.


💡 *Bon à savoir* : Si la formation est dispensée via un **tutoriel numérique**, celui-ci peut être adapté en version publique pour servir également de vidéo pédagogique à destination des clients.


## 4. Structure et présentation

### Paramétrages

Pour favoriser la lisibilité, la clarté et l'accessibilité dès la mise en forme, paramétrez un modèle (template) dans votre programme d'édition. Sauvegardez-le ensuite comme template (.dotx). Ainsi, vous n'aurez plus à vous en soucier pour vos prochaines éditions.

- **Police** : Utiliser une police sans empattement (sans sérif) comme Arial, Calibri ou Verdana. Désactiver les ligatures dans le texte (les « ti » collants).
- **Formatages** : Eviter le souligné (réservé aux liens) et l'italique (difficile à déchiffrer). Eviter de formater des alinéas complets. Utiliser le gras pour mettre en évidence certains mots et parties de phrase.
- **Taille de police** : Entre 12 pt et 14 pt pour le texte courant. Titres entre 16 et 20 pt.
- **Interligne** : 1,2 à 1,5 pour aérer le texte.
- **Alignement** : Texte aligné à gauche uniquement, sans justification. Cela évite les espaces irréguliers et améliore la lecture.
- **Espacement entre paragraphes** : Ajouter un espace avant ou après chaque paragraphe pour séparer visuellement les blocs d'information.
- **Contraste** : Texte noir sur fond blanc ou très clair. Éviter les fonds de couleur et les images en arrière-plan.
- **Largeur de ligne** : Limiter la largeur de texte à 65–75 caractères par ligne.

 *Bon à savoir*: Utilisez toujours les styles pour formater vos textes, notamment vos titres (headings) et respectez la hiérarchie des titres. Ceci permet d'établir une navigation interne au document et de générer des tables des matières.

 *Important* : Pour assurer la lisibilité du document par un lecteur d'écran, faites un test d'accessibilité avant de le publier. Dans Word, cette fonction s'appelle Check Accessibility et se trouve dans l'onglet Review.

---

## Structure

Lorsqu'un document original existe, la version en langage clair doit reprendre sa structure : les sections et subdivisions restent identiques. Cela **facilite la comparaison et la recherche** entre les deux versions. Les titres peuvent être reformulés pour une meilleure compréhension, sinon expliqués en complément.

✦ *Exemple* : Un contrat de service contient 4 sections, 23 articles et une annexe. La version en langage clair porte le même intitulé et conserve la même structure avec sections, articles et annexe.

💡 *Bon à savoir* : Lorsqu'on rédige un nouveau document ou qu'on révisé un contenu existant, il est utile de concevoir une structure qui serve au mieux les besoins de lecture et de compréhension des utilisateurs.

---

## Fonction

La fonction du document doit toujours être exposée en quelques phrases claires en début de document, pour orienter correctement le lecteur. Expliquez de manière simple et directe :

- **Pourquoi** le document est important pour le lecteur
- **Quelle action** est attendue de sa part (cochement d'une case, paraphage, signature...)
- **Comment** le lecteur doit procéder (respect d'un délai, envoi ou téléchargement...)

✦ *Exemple* : Un contrat de service mentionne : « Ce contrat explique les conditions d'utilisation de votre carte prépayée. Lisez-le attentivement. Si vous acceptez les conditions, signez à la dernière page. Renvoyez le contrat à l'aide de l'enveloppe jointe. Gardez la copie du contrat. »

💡 *Bon à savoir* : Si le document est une simple prise de connaissance et ne demande aucune action ultérieure, il est utile de le préciser clairement pour éviter toute confusion.

---

## Exposé

L'exposé aide le lecteur à se repérer rapidement dans le document:

- **Expliquer la structure** du document : présenter brièvement les grandes parties (par exemple : informations générales, conditions particulières, glossaire) et indiquer ce que le lecteur peut retrouver dans chaque section.
- **Mentionner les langues et formats disponibles** : indiquer dans quelles langues le document existe et si une version en ligne est disponible (utile pour le téléchargement ou les lecteurs d'écran). Insérer un lien ou un code QR vers les autres formats.
- **Expliquer les symboles ou icônes utilisées** dans le document.
- **Communiquer les coordonnées de contact** du conseiller bancaire compétent : les données peuvent être renseignées à la main, par insertion d'une carte de visite ou tout autre moyen permettant au client de joindre son conseiller en cas de besoin.

📌 *Exemple* : « Ce document est structuré en quatre parties : 1) Présentation du service, 2) Conditions générales, 3) Informations complémentaires, 4) Glossaire des termes utilisés. Il est disponible en français et en allemand, en version imprimée et en version numérique accessible. Les icônes suivantes vous guideront dans la lecture : 💡 (astuce ou conseil pratique) 📌 (exemple concret) ⚠️ (information à lire avec attention) »

💡 *Bon à savoir* : Les documents dépassant 6 pages bénéficient d'une table des matières.

---

## Mise en page

Les titres doivent être facilement reconnaissables, grâce à un style distinct du corps du texte (police, taille, couleur différente).

La **hiérarchie des titres** est respectée, aussi bien techniquement (styles de titre dans le fichier) que visuellement (mise en forme progressive des niveaux).

- Le document ne dépasse généralement pas trois niveaux de titre.
- Un quatrième niveau n'est utilisé que lorsqu'une liste à puces ne convient pas.

Les grandes subdivisions du document sont clairement séparées à l'aide d'**éléments graphiques simples**, comme des traits horizontaux ou des espacements renforcés.

Pour améliorer la lisibilité :

- Chaque article, voire alinéa ou paragraphe doit traiter **un seul sujet**.
- Le sujet principal doit être **annoncé par un titre ou une phrase introductive**.

✦ *Exemple* : Texte original **sans titres** :

**2.6.** Le client garantit l'authenticité de toute pièce transmise par ses soins ou ceux de son mandataire.

Il décharge l'établissement de crédit de la responsabilité quant à l'authenticité, la fidélité et la validité des pièces qui lui sont remises.

**2.7.** La ou les personne(s) ayant pouvoir de remettre à l'établissement de crédit des ordres concernant un compte, remettent à celui-ci le spécimen de leur signature. Les clients, et spécialement les personnes morales, sont tenus de notifier à l'établissement de crédit, par écrit, toutes modifications apportées à l'étendue ou à la validité des pouvoirs de signature.

L'établissement de crédit n'assume aucune responsabilité pour les conséquences, dommageables ou non, qui peuvent être causées par ou en relation avec le défaut d'authenticité de signature des ordres qui lui sont donnés.


Texte en langage clair **avec titres** :

## 2.6. Documents valables

Le client garantit que les documents fournis sont vrais. La banque n'est pas responsable si les documents sont faux ou invalides.

## 2.7. Pouvoir de signature

Les personnes qui peuvent donner des ordres à la banque doivent fournir une copie de leur signature. Le client doit prévenir la banque par écrit si ces pouvoirs changent. La banque n'est pas responsable si une signature est fausse.

 *Bon à savoir* : Pour garantir la cohérence logique et visuelle des titres, il est recommandé d'utiliser les **styles prédéfinis** du logiciel d'édition. Cela facilite non seulement l'harmonisation du document, mais permet également de créer automatiquement une table des matières et d'activer la navigation interne.


---

## Termes et concepts compliqués

Exceptionnellement, il peut s'avérer nécessaire de recourir à des termes et des concepts dépassant le niveau de compréhension B1.

Le terme ou le concept nécessite alors une **définition ou explication** :


- soit dans un **alinéa séparé**, mis en évidence par un élément graphique (symbole, icône, surlignage, encadré)
- soit par un **hyperlien** renvoyant à un glossaire ou un FAQ en ligne
- soit dans une **fenêtre actionnée** par un bouton inséré après le terme ou le concept
- soit dans un **glossaire annexé** ou lié, par code QR ou lien, au document


 *Important*: La présentation des définitions ou explications dépend du format du document et des besoins du client. Un glossaire en ligne constitue une solution pérenne et facile à gérer, mais est plus difficile à gérer pour les formats imprimés.



## Exemples illustratifs

Le moyen le plus efficace d'aider le lecteur à comprendre une notion ou une règle, est de l'illustrer par une situation concrète.

- Fournir un exemple **concret**, proche du quotidien du client.
- Choisir des situations réalistes, avec des noms, des montants, des lieux ou des objets familiers.
- Partez du principe que vos clients ont des revenus, des dépenses et des trains de vie modestes.
- Introduire les exemples par une icône (  ) ou une phrase introductive claire.

 *Exemple* : Texte : "Le client peut s'opposer à une opération non autorisée."



Exemple : "Julie découvre dans son relevé un paiement de 50 euros qu'elle n'a pas fait. Elle demande à la banque de le bloquer."

 *Bon à savoir* : L'exemple ne doit jamais ajouter d'informations juridiques. Il illustre uniquement ce qui est dit dans la phrase précédente.

---

## Icônes et images

Des icônes et images doivent exclusivement être utilisées pour guider la lecture, attirer l'attention sur des éléments importants, ou appuyer une explication visuelle. Les images décoratives sont à éviter.

- Utiliser **peu d'icônes différentes** (3 à 5 au maximum dans un document).
- Choisir des icônes simples, explicites et toujours les mêmes pour un même usage.
- Ajouter une **légende textuelle** si l'icône représente une action ou une notion (par exemple :  *Attention*,  *Exemple*).
- Pour chaque **image informative**, il faut fournir une **explication dans le texte** ou un **texte alternatif** pour les lecteurs d'écran.

✦ *Exemple* : Un schéma visualise comment contester une opération. Il est accompagnée de la mention suivante: "Ce schéma montre les 3 étapes pour contester une opération bancaire : 1. Identifier l'opération ; 2. Envoyer une contestation ; 3. Attendre la réponse de la banque."

## Tableaux et graphiques

Certains contenus comme les données, comparaisons et processus gagnent énormément à être présentés de manière visuelle. Il faut juste garder à l'esprit que ces visuels - à l'exception des tableaux très simples, comme ceux utilisés dans ce document - peuvent s'avérer incompréhensibles pour certains publics.

- Toujours **introduire** un tableau ou graphique avec une phrase explicative.
- Ajouter un **résumé en 1-3 phrases** juste après : ce que le lecteur doit retenir.

✦ *Exemple* : "Ce tableau résume les frais annuels pour différents types de comptes."

Type de compte	Frais annuels	Virements gratuits	Carte de débit
Compte jeune	Gratuit	12	gratuite
Compte classique	24 €	12	10 €/an
Compte pro	96 €	100	gratuite

Le compte **jeune** et le compte **classique** sont dédiés aux clients qui en font un usage standard.  
Le compte **pro** convient aux personnes qui ont un volume de transactions élevé.

---

## Références et liens

Les références et liens permettent d'accéder à des documents sources, des compléments d'information ou des démarches en ligne. Mais ils détournent également l'attention et interrompent l'assimilation d'informations. Il faut donc les utiliser avec modération.

Posez-vous la question si l'information référencée est **essentielle**. Si tel est le cas : pourquoi n'est-elle pas directement intégrée au document ?

- Si une information en ligne est essentielle (définition, FAQ, explication), il est préférable d'**intégrer ou résumer** son contenu dans le document.
- Limiter les références liens à **des contenus utiles et bien identifiés** – trop d'information tue l'information.
- Préciser **ce que contient un lien** avant de l'indiquer. Exemple : "Télécharger le formulaire."
- Éviter les URL longues dans les versions imprimées. Utiliser un **code QR** ou une URL courte (*vanity URL*).
- Pour les documents numériques, utiliser des **liens cliquables** avec un texte explicite (pas seulement "cliquez ici", mais "accédez au formulaire de résiliation").

✚ *Exemple* : "Vous pouvez consulter les conditions générales complètes sur notre site Internet : [www.mabanque.lu/CG](http://www.mabanque.lu/CG)"

💡 *Bon à savoir* : Vérifiez régulièrement les liens pour éviter les erreurs de destination ou pages introuvables.

---

## 5. Contenu

### Exhaustivité et synthèse

La version en langage clair doit **rester complète et exacte** par rapport au document original. Aucune information importante ne doit être omise.

Cependant, pour faciliter la lecture, certaines techniques de synthèse peuvent être utilisées :

- **Insérer un résumé** au début de chaque chapitre. Exemple : « *Ce chapitre informe sur...* »
- **Placer les messages essentiels au début du chapitre**, notamment ceux qui concernent le plus grand nombre de lecteurs
- **Isoler les informations secondaires ou spécifiques** dans des encadrés visuellement différenciés (par exemple des infobox)
- **Diviser les longs alinéas** en plusieurs sections, en ajoutant des sous-titres clairs (voir exemple sous « mise en page »)

 *Bon à savoir* Un bon équilibre entre exhaustivité et clarté permet aux lecteurs de trouver plus rapidement l'information dont ils ont besoin.

---

### Vocabulaire B1

Le but d'un document en langage clair est d'**informer efficacement** son lecteur. Le vocabulaire utilisé doit donc être proche de celui de la vie quotidienne.

Pour cela, il convient de :

- **Utiliser des mots simples, précis et courants**, inspirés du langage parlé.

- **Employer un même mot de manière cohérente** tout au long du document.

✦ *Exemples* : litige → conflit ; demander l'annulation → demander l'arrêt

- **Expliquer les termes ou concepts techniques** dès leur première apparition.

✦ *Exemple* : S'opposer / contester = dire qu'on n'est pas d'accord en envoyant un email, un message ou une lettre.

- **Préciser les actions** de manière concrète en ajoutant un complément utile.

✦ *Exemples* : Le client peut s'opposer à la décision. → Le client peut s'opposer à la décision par mail ou par lettre.  
Utilisez un outil pour enfoncer le clou. → Utilisez un marteau pour enfoncer le clou.

- **Favoriser les verbes** au lieu de substantifs pour éviter des phrases lourdes et abstraites.

✦ *Exemple* : sauf obligation légale → seulement si la loi oblige à...

---

## Abréviations

- Écrire les **abréviations en toutes lettres** lors de leur première mention.
- **Expliquer les abréviations** dans le texte et les reprendre dans le glossaire.
- Adopter ensuite une expression abrégée, si nécessaire, pour éviter les lourdeurs.

✦ *Exemple* : FALC (Facile à lire et à comprendre)

---



## Langage interculturel

- Utiliser un langage neutre culturellement ("culturefree") pour être compréhensible par tous.
- Éviter les métaphores culturelles ou comparaisons spécifiques.

✦ *Exemple* : en bon père de famille → raisonnablement

---

## Une idée par phrase

Pour garder les phrases **courtes et digestes** (15 à 20 mots simples maximum par phrase), il est recommandé de limiter chaque phrase à **une seule idée**.

- Favoriser la construction simple : Sujet – Verbe – Complément.
- Favoriser des temps simples comme le présent (vous signez le contrat), le participe passé (vous avez lu le contrat).
- **Éviter de multiplier les propositions** relatives, les exceptions ou les parenthèses au sein d'une même phrase.

✦ *Exemple* : Phrase originale : « Au cas où le client n'aurait pas reçu les documents, extraits de compte ou autres avis se rapportant à une opération déterminée dans les délais normaux d'acheminement du courrier par la poste, le client est tenu d'en aviser immédiatement l'établissement de crédit dès qu'il aura connaissance de ce fait. »

Version en langage clair : « Si le client ne reçoit pas son courrier, il doit en informer la banque tout de suite par email, lettre ou téléphone. »

💡 *Astuce* : Un rappel clair de ce que recouvre "courrier" (extraits de compte, avis, publicités etc.) peut être ajouté dans un encadré.

---

## Rester précis

Pour éviter toute ambiguïté :

- Reformuler les doubles négations.
- Dire clairement ce que le lecteur doit faire, plutôt que ce qu'il ne doit pas faire.

✦ *Exemple* : Aucune modification de l'horaire ne peut être réalisée sans l'accord préalable de la direction. → Il faut avoir l'accord de la direction pour changer l'horaire de travail.

- Utiliser les pronoms avec modération, préférez de mettre le nom / substantif.

✦ *Exemple* : Jean prête son vélo à son frère. Il risque de ne plus le revoir. → Jean risque de ne plus revoir son vélo ou bien son frère ?

---

## S'adresser au lecteur

Un document en langage clair peut s'adresser **directement** au lecteur, surtout si une action est attendue.

- Utiliser des titres sous forme de **questions**.
- Employer le "**vous**" ou le "**je**" si pertinent.

✦ *Exemples* : Ce chapitre vous informe sur l'ordre permanent. Un ordre permanent, c'est quoi ? Voici ce que vous devez savoir. Comment mettre en place un ordre permanent ? Voici les étapes.



## Glossaire

Un glossaire complète le document. Il permet de :

- **Expliquer les abréviations**, les termes techniques ou spécialisés.
- **Proposer des synonymes** usuels issus du langage parlé.

Le glossaire est placé à **la fin du document** et doit être **signalé dans le sommaire**.

Les termes expliqués y figurent **en plus** d'une première explication dès leur apparition dans le texte.

Les explications intégrées sont visuellement repérables grâce à une icône spécifique :

-  , ⓘ ou  .
-

## 6. Tests utilisateurs

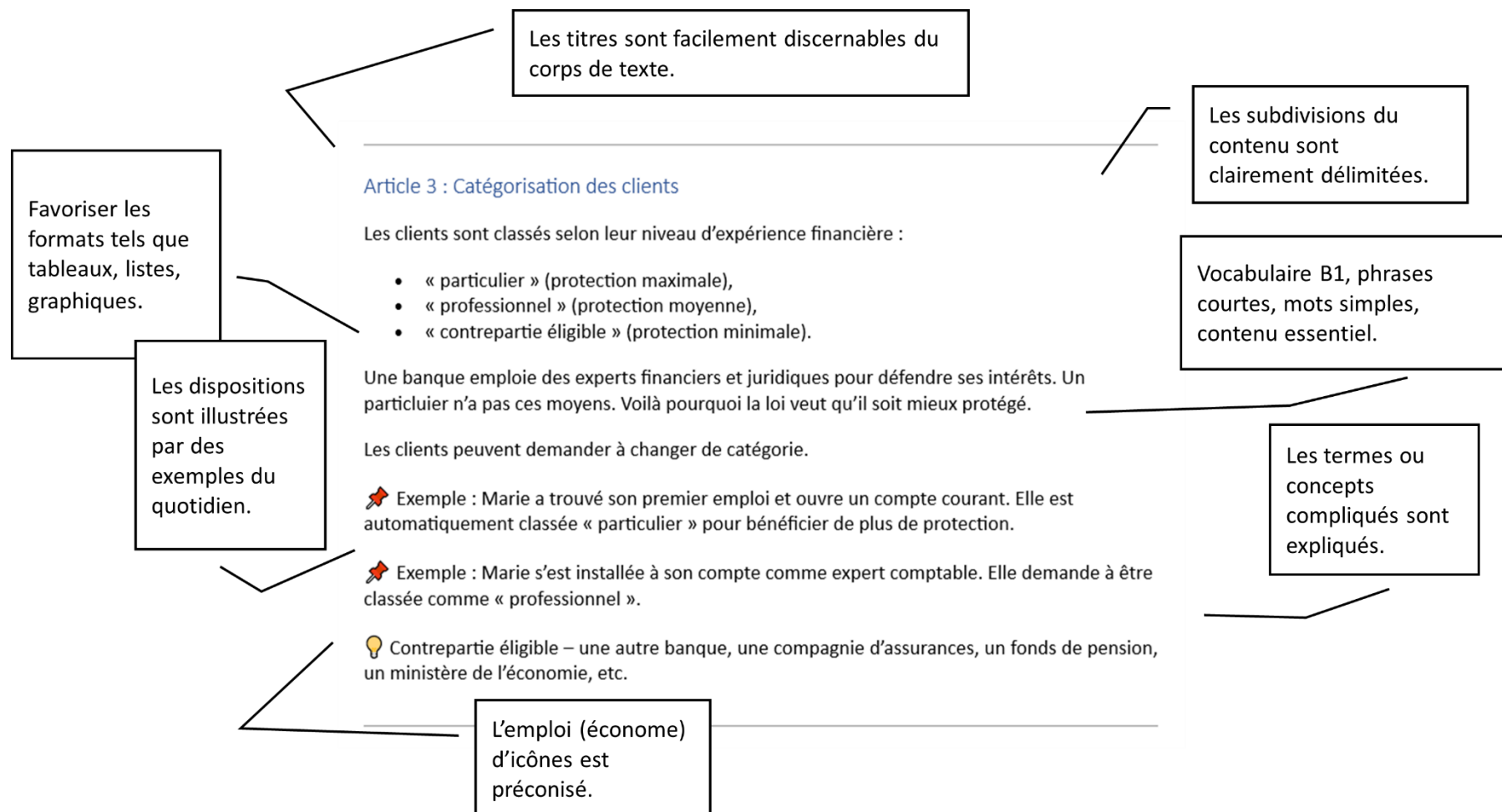
Un document peut paraître clair à son rédacteur, mais rester difficile à comprendre pour d'autres. Faire tester ses contenus par des personnes extérieures est une **étape essentielle** pour vérifier leur lisibilité réelle.

Comment procéder :

- Sélectionnez 2 à 4 personnes représentant le public ciblé (sans littératie financière particulière)
- Donnez-leur le document à lire, sans explication.
- Posez-leur des questions simples d'ordre général, par exemple :
  - Quel est l'objectif du document ?
  - Comment trouvez-vous la présentation du document ?
  - Y a-t-il des mots ou phrases difficiles ?
- Et d'ordre spécifique, par exemple :
  - Expliquez le terme XY.
  - Donnez un exemple pour la clause concernant XY.
  - Où faut-il chercher des informations concernant XY ?
- Observez leurs réactions, sans les guider.
- Notez les points d'incompréhension ou d'hésitation.
- Améliorez le document en conséquence.
- Si nécessaire, refaites le test avec un panel différent.

💡 *Bon à savoir* : Faites le test sur la version finale, *avant* diffusion officielle.

## 7. Exemples de mise en page



Expliquer la version claire et la valeur de la version originale

Explications de mots techniques

Style gras sert de repère visuel

**simplybonne**

## Conditions générales simplifiées




Ces conditions générales ont été adaptées en langage clair pour permettre au plus grand nombre de consommateurs de les comprendre. Elles ne remplacent pas les conditions générales originales. En cas de conflit (litige) entre la banque et le client, ce sont donc les conditions générales originales qui s'appliquent.

### C'est quoi, des conditions générales ?

Les conditions générales sont un **ensemble de règles et d'engagements** qui définissent la relation entre la banque et son client. Le mot court est : conditions.

Les conditions expliquent :

- les droits et devoirs de la banque et du client,
- les services de la banque, les frais éventuels,
- ce que doit faire la banque ou le client en cas de problème.

 **Engagement** : Promettre de faire quelque chose ou de se comporter d'une certaine manière  
**Relation** : ce qui se passe entre la banque et son client

### Quel est le but des conditions ? Les conditions veulent quoi ?

**Informier le client** : Elles expliquent comment fonctionne un service et quelles sont les règles à respecter.

**Protéger la banque et le client** : Elles précisent les responsabilités de la banque et du client pour éviter les malentendus.

**Encadrer les transactions** : Les conditions définissent les frais, les délais, les taux d'intérêt et l'utilisation des services.

**Gérer les conflits (litiges)** : Elles expliquent comment résoudre un conflit ou problème entre la banque et son client.

**Respecter la loi** : Les conditions garantissent que la banque obéit à la loi.

Expliquer le document : objectif, fonction, importance pour le lecteur

Il est possible d'utiliser des questions guidantes pour cette partie explicative et pour s'adresser directement au lecteur

## 8. Checklist de relecture

Avant diffusion d'un document, vérifiez les points suivants :

### Structure et présentation

- ☐ Le document présente-t-il clairement son objectif et sa fonction ?
- ☐ La structure est-elle logique pour le client? Reflète-t-elle le document original ?
- ☐ Les titres sont-ils hiérarchisés et facilement repérables ?

### Contenu et langage

- ☐ Le vocabulaire est-il de niveau B1 ?
- ☐ Les phrases sont-elles courtes (15 à 20 mots max) et simples ?
- ☐ Une seule idée par phrase est-elle respectée ?
- ☐ Les termes techniques sont-ils expliqués ?

### Lisibilité et mise en page

- ☐ La taille de police est-elle lisible (12-14 pt) ?
- ☐ L'interligne est-il suffisant ?

- ☐ L'alignement est-il à gauche uniquement ?
- ☐ Les icônes sont-elles utilisées de manière cohérente et utile ?

### Aides à la compréhension

- ☐ Y a-t-il des exemples concrets et réalistes ?
- ☐ Les tableaux ou graphiques sont-ils bien introduits et expliqués ?
- ☐ Les liens sont-ils explicites, pertinents et fonctionnels ?

### Accessibilité

- ☐ Un test d'accessibilité a-t-il été effectué (ex. Check Accessibility dans Word) ?
- ☐ Le glossaire est-il présent et signalé ?