

RÉDIGER UN RÉSUMÉ

POURQUOI EST-CE IMPORTANT ?

À la publication d'un rapport, son résumé est généralement beaucoup plus lu que le rapport lui-même. Le résumé constitue une passerelle entre les conclusions et arguments souvent complexes du rapport principal et le public cible, qu'il s'agisse des médias, des décideurs/euses ou professionnel-le-s de l'humanitaire et du développement. Un résumé concis et bien écrit donnera envie aux lecteurs de lire le rapport complet. S'il est efficace, il sera cité dans d'autres publications et utilisé afin de résumer vos conclusions.

Pourtant, bien trop souvent, le résumé est bâclé, rédigé à la va-vite et néglige certaines des informations les plus importantes du rapport principal. Il est dommage de le reléguer au second plan. Pour maximiser la visibilité et l'impact du rapport, ne vous contentez pas d'une demi-heure de rédaction après des mois de dur travail. Consacrez tout le temps et les efforts nécessaires à la rédaction d'un résumé clair.

Nous vous donnerons ici quelques clés pour écrire un résumé de qualité.

QUI DOIT LE RÉDIGER ?

Il peut être utile, si vous le pouvez, de confier la rédaction du résumé à une personne disposant d'expérience dans les secteurs des médias et de la communication (l'auteur-e devra bien sûr réviser le premier jet). Un regard neuf correspondra davantage à l'état d'esprit d'un lecteur éventuel : cette personne repèrera mieux les informations intéressantes dont elle n'avait pas connaissance, elle utilisera moins de jargon et de vocabulaire spécialisé, et elle ne sera pas fatiguée de lire le rapport, contrairement à son auteur-e. Si vous n'avez pas la chance de pouvoir obtenir l'aide d'une autre personne, reposez-vous avant de commencer à rédiger le résumé et, si vous en avez l'opportunité, travaillez une journée sur un autre projet au préalable pour repartir sur de bonnes bases.

QUE DEVEZ-VOUS ÉCRIRE ?

Essayez de ne pas dépasser deux pages (une feuille recto verso). Ne trichez pas en choisissant une police plus petite : au contraire, elle doit être plus grande que celle du rapport principal. Si le résumé fait plus de deux pages, vous risquez de perdre vos lecteurs. Si vous pouvez vous limiter à une seule page (voire à un seul paragraphe, si le rapport comporte une information qui se démarque du reste), c'est encore mieux.

Le premier paragraphe, qui déterminera si le lecteur prolonge sa lecture ou non, doit récapituler le résumé (imaginez un-e journaliste épuisé-e consultant une dizaine de rapports nouvellement publiés, ou une personne parcourant son flux RSS : qu'est-ce qui les encouragerait à poursuivre leur lecture sans passer à une autre publication ?). Le résumé doit donc commencer par parler de ce qui est nouveau ou intéressant dans le rapport, ainsi que des conclusions de celui-ci : c'est cela que les

lecteurs attendent.

Ensuite, expliquez en quoi les informations citées sont légitimes : pourquoi le/la lecteur/trice devrait-il/elle faire confiance à votre organisation et à l'auteur-e à ce sujet ?

Puis, explicitez le problème que le rapport aborde et la méthodologie adoptée.

Identifiez toute [information choc ou graphique particulièrement édifiant](#) du rapport principal et incluez-les au résumé.

Pour finir, ajoutez quelques-unes des recommandations clés, sans toutefois surcharger le résumé.

COMMENT DEVEZ-VOUS ECRIRE ?

Pour vous aider, que répondriez-vous à une personne vous demandant : « Sur quel sujet porte votre dernier rapport ? ». Vous avez toute son attention : vous pouvez maintenant trouver une réponse qui l'inspire et qui reste longtemps dans ses pensées.

Au lieu de faire du copier-coller, écrivez un texte original.

Si vous n'êtes pas l'auteur-e du rapport, commencez par lui poser des questions sur les idées qu'elle/il pense être novatrices ou notables. L'auteur-e connaîtra le rapport et les sources utilisées beaucoup mieux que n'importe qui d'autre dans l'organisation.

Ensuite, commencez par ouvrir le rapport complet (et non les termes de référence (TdR) ou la note conceptuelle d'origine, car le rapport contient les informations les plus à jour). Lisez-le attentivement, en portant votre attention sur les première et dernière phrases de chaque paragraphe. Repérez les mots-clés ou idées importantes (même si vous êtes l'auteur-e, cet exercice peut vous être utile), ainsi que les [informations choc et les graphiques intéressants](#).

En vous basant sur ces informations, articulez votre discours le plus efficacement possible. Si cela vous semble difficile, c'est peut-être parce que le rapport lui-même manque de clarté, dans la présentation des arguments ou dans sa structure. La rédaction du résumé aboutit souvent à l'adaptation du rapport principal, et vous aurez peut-être à aborder le sujet avec l'auteur-e.

Le rapport principal et le résumé peuvent même partager une même structure. Si le rapport dispose de sections bien définies, il peut être judicieux de rédiger une partie du résumé après la rédaction de chaque section. Si, conformément aux recommandations, vous avez conclu chaque section par un bref résumé des points importants, cette mesure n'est pas difficile à mettre en place. Vous pourrez toujours adapter le résumé ultérieurement, lorsque vous disposerez de plus de contexte, à la fin du rapport.

Relisez-vous, testez le résumé et demandez à d'autres personnes de le lire également pour vous dire si quelque chose n'est pas logique. Si vous n'êtes pas la personne qui a rédigé le rapport, demandez à l'auteur-e de vérifier que votre résumé est complet et de vous signaler toute omission importante. Prenez votre temps : il s'agit de la partie la plus importante du rapport.

A EVITER

- Ne mentionnez pas la structure du rapport principal, par exemple : « Dans la section 1, nous

abordons le contexte de X ». Le résumé doit être vu comme un document autonome.

- N'introduisez pas d'idées, de références ou d'arguments qui n'ont pas été abordés ou utilisés dans le rapport.
- Ne soyez pas excessif/ve : si vous employez un ton trop dramatique (avec une accumulation de termes tels que « révolutionnaire », « incroyable », « extraordinaire », « scandaleux ») tout au long du résumé, vos lecteurs pourraient perdre intérêt dans votre publication. Pour susciter l'intérêt, centrez-vous sur le fond : inutile de multiplier les superlatifs.
- Utilisez le moins de jargon et d'acronymes que possible, et, lorsque vous les utilisez pour la première fois, expliquez-en la signification. En particulier, limitez l'utilisation de terminologie du secteur du développement. Pensez aux règles d'écriture de George Orwell.

UN DERNIER POINT

Pour éviter les phrases redondantes, parler de résumé plutôt que de document de synthèse ou de résumé exécutif est un bon début.

RESSOURCES SUPPLEMENTAIRES

Voici quelques exemples de bons et de mauvais résumés [du secteur privé](#).

Dans le secteur universitaire, voici [« le meilleur résumé jamais rédigé »](#) (et probablement le plus court !).

Voir également les [lignes directrices d'Oxfam](#) suivantes : « [Écrire pour avoir de l'impact : enseignements tirés du journalisme](#) », « [Créer des données choc et des graphiques parlants](#) » et « [Intégration du genre dans la planification de la recherche](#) ».

LIENS

Les liens cités ont été consultés pour la dernière fois en mars 2019.

Créer des données choc et des graphiques parlants : <https://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/creating-killer-facts-and-graphics-253013>

Modèle de termes de référence pour la recherche : <https://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/terms-of-reference-for-research-template-253035>

Good and poor examples of executive summaries (UniLearning) : <https://unilearning.uow.edu.au/report/4bi1.html>

Iq Nobel winner writes “best abstract ever” (Improbable Research) : <https://www.improbable.com/2011/10/14/ig-nobel-winner-writes-best-abstract-ever/>

Lignes directrices en matière de recherche d'Oxfam : <https://policy-practice.oxfam.org.uk/our-approach/research/research-guidelines>

Écrire pour avoir de l'impact : enseignements tirés du journalisme : <https://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/writing-for-impact-lessons-from-journalism-253033>

Intégration du genre dans la planification de la recherche : <https://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/integrating-gender-in-research-planning-620621>

Autres sources de cette directive (voir les commentaires sous le billet de blog) :
<https://oxfamblogs.org/fp2p/how-to-write-a-really-good-executive-summary-your-suggestions-please/>

© Oxfam International mars 2019

Cette ligne directrice a été préparée par le réseau Oxfam Research Network (ORN). Elle est destinée aux chercheurs et professionnels du développement, dont le personnel et les partenaires d'Oxfam. Elle a été rédigée par Duncan Green (avec l'aide d'un certain nombre de [bénévoles](#)) et révisée et mise à jour par Martin Walsh. Elle a été publiée pour la première fois en novembre 2015.

Ce document peut être utilisé librement à des fins d'éducation et de recherche moyennant mention complète de la source. Le détenteur des droits demande que toute utilisation lui soit notifiée à des fins d'évaluation. Pour copie dans toute autre circonstance, réutilisation dans d'autres publications, traduction ou adaptation, une autorisation doit être accordée et des frais peuvent être demandés. E-mail : publish@oxfam.org.uk

Oxfam vous invite à lui faire parvenir vos commentaires et impressions sur ses lignes directrices en matière de recherche. Si vous souhaitez discuter de tout aspect de ce document, veuillez contacter research@oxfam.org.uk. Pour obtenir des informations supplémentaires sur les recherches et publications d'Oxfam, rendez-vous sur www.oxfam.org.uk/policyandpractice.

Les informations contenues dans ce document sont exactes à la date de mise sous presse.

Publié par Oxfam GB pour Oxfam International sous l'ISBN 978-1-78748-485-6 en mars 2019.

Oxfam GB, Oxfam House, John Smith Drive, Cowley, Oxford, OX4 2JY, Royaume-Uni. Oxfam est une organisation caritative enregistrée en Angleterre et au Pays de Galles (n° 202918) et en Écosse (SC039042).

Oxfam est une confédération internationale de 20 organisations qui, dans le cadre d'un mouvement mondial pour le changement, travaillent en réseau dans plus de 90 pays à la construction d'un avenir libéré de l'injustice qu'est la pauvreté.

www.oxfam.org