

Vous souhaitez soumettre une tribune à Maddyness ?

Vous êtes nombreux et nombreuses à nous proposer chaque jour des tribunes et des retours d'expérience. Pour vous aiguiller sur le chemin de votre prise de parole sur Maddyness, voici quelques tips de la rédaction.

Vous avez une idée, une opinion, un retour d'expérience que vous aimeriez partager ? On est tout ouïe !

Que cherchons-nous ?

Des conseils

Ce que nos lecteurs et lectrices aiment lire par dessus tout, ce sont les articles d'expert·e·s, d'entrepreneurs et entrepreneures qui ont essuyé des galères et qui font part de leur expérience pour faire gagner du temps aux autres. Des retours d'expérience et des conseils que l'on se repasse sous le manteau « tiens, tu devrais lire ça ».

Des points de vue

Nous ne sommes pas là pour faire la communication des acteurs et actrices de la French Tech. Nous sommes là pour créer le débat, pour soulever les questions qui méritent de l'être et pour vous inciter à échanger et à confronter vos points de vue.

Nous cherchons des idées et des angles étonnants, détonants même, et qui n'auraient pas déjà été exprimés dans 152 articles avant. Ne nous proposez pas un article des 10 tips pour instiller une culture startup chez un grand groupe. On en a petite-déjeuné, déjeuné et soupé, on a compris le topo :-).

Un style

L'humour ? On adore. Un poil grinçant, un chouilla dérangeant ou même franchement tordant. À vous de choisir. Ce que l'on veut sentir, c'est la personnalité de l'auteur·e (et non celle de votre chargé·e de com'). Montrez-nous qui vous êtes, emmenez-nous avec vous sur le chemin de l'histoire que vous allez raconter. N'adoptez pas de vocabulaire trop formel et n'ayez pas peur d'utiliser vos propres mots, dans la limite de la décence et du raisonnable. Nous cherchons des articles qui ont du nerf, que l'on lit jusqu'au bout sans décrocher.

Des infos, des infos, des infos

Nous avons beau être renseigné·e·s et grenouiller dans l'écosystème depuis quelques années, nous n'aurons jamais la prétention de mieux le connaître ni de mieux l'appréhender que vous, entrepreneur·e·s, investisseurs et investisseuses, acteurs et actrices au coeur de la machine.

Pour autant, lorsque vous affirmez quelque chose, n'hésitez pas à citer vos sources, à trouver des études, des anecdotes et de la donnée qui renforcent votre point de vue. N'hésitez pas à citer d'autres personnes ou à renvoyer vers des articles (de Maddyness de préférence ;-). En somme : donnez votre point de vue et élargissez le nôtre et celui de nos lecteurs et lectrices.

Que fuyons-nous ?

Ce qui est hors de notre ligne éditoriale

On se dit toujours que les personnes qui nous proposent des sujets nous lisent et nous comprennent. On a tort. Quand on voit le nombre de mails à propos de cette startup russe, de la foire à la saucisse de Bourg en Bresse ou de la transformation digitale de telle entreprise belge, on se dit qu'il y a encore un peu de chemin pour expliquer notre LIGNE ÉDITORIALE. Ce qui nous intéresse : l'entrepreneuriat français, et innovant si possible. Pour qu'une startup entre dans notre scope, elle doit avoir son siège en France.

Vous êtes étranger et vous souhaitez prendre la parole ? Aucun problème ! Vous êtes français et avez une boîte à l'étranger et vous aimeriez raconter les défis auxquels vous faites face ? Aucun problème ! Pour les articles d'opinion, nous aimons prendre de la hauteur mais lorsqu'il s'agit d'actu chaude, mieux vaut que vous payiez vos impôts dans le dernier pays qui a gagné la coupe du monde si vous souhaitez que l'on parle de vous.

L'auto-promo

On ne le répétera jamais assez. Mieux vaut écrire quelque chose de percutant et permettre aux lecteurs et lectrices de vous retrouver et de se renseigner sur ce que vous faites plutôt que de faire votre promo en gras, en couleurs et en lettres de feu.

Cher·e·s entrepreneur·e·s, on vous voit venir. On sait que votre produit est le plus merveilleux, que votre service est une révolution pour votre marché, mais il vaut mieux le prouver que de tenter de nous convaincre avec un article dénué de tout sens critique. Ça n'intéressera pas plus nos lecteurs et lectrices que nous.

Vous avez un regard aiguisé sur votre marché ? Très bien, c'est ce que l'on veut voir. Mais prenez du recul !

Les articles de présentation pré-écrits

Un communiqué de presse a un rôle précis : faire passer une information sur votre startup à la rédaction de Maddyness (et toutes les autres, nous ne sommes pas naïfs). Ce sont nous, qui, ensuite, décidons, si l'info le mérite, de prendre en main le sujet et d'écrire notre propre article. Un article pré-écrit ne laisse aucune place à notre filtre de journaliste et nous donne juste le sentiment d'être un porte-voix sans valeur ajoutée. Ne nous faites pas ressentir, par pitié.

Le bullshit bingo

Allez droit au but. Ne vous perdez pas dans les circonvolutions, ni dans le jargon de votre marché. Il faut savoir écrire pour toutes et tous, tout en apportant son expertise. C'est un défi, on le sait bien, mais c'est toujours gratifiant d'avoir su sortir de l'entre-soi pour expliquer une notion compliquée, vous verrez ! Et oubliez les mots anglais quand une version française, et tout aussi sensée, existe !

Notre liste de courses

Des photos

Envoyez-nous des photos en haute résolution. Pour les articles sur une startup, nous voulons voir l'équipe, ou au minimum l'équipe fondatrice. Pour les tribunes, nous avons un template d'illustration qui requiert votre portrait, en buste, et en HD là aussi. Oubliez les vignettes de 300 pixels par 250 !

Un calibrage

Nous sommes sur le web, on pourrait se dire que tout est permis. Et bien non. Au-delà de 5-6 paragraphes, notre attention décroît drastiquement. Une tribune fait donc idéalement entre 600 et 900 mots (1000 si vraiment vous écrivez superbement bien)

Une plume

On ne cherche pas le gagnant du prochain Pulitzer mais on ne cherche pas non plus un diamant brut qui nous demanderait des heures de correction/réécriture. Si votre style n'est pas le plus affuté, nous pouvons vous aider, en revanche, une orthographe irréprochable est un vrai plus.

De l'humilité

Écrire s'apprend dès la maternelle. A priori, on sait tous et toutes le faire ! Mais écrire pour être lu·e ce n'est pas aussi accessible que ça et ça ne se gagne pas dans un paquet de Bonux. Nous savons qui nous lit et nous savons -la plupart du temps, soyons humbles- comment nous adresser à notre audience.

Acceptez donc nos retours et nos conseils si jamais nous ressentons le besoin de vous en formuler. Et si nous vous proposons une version réécrite, ce n'est pas CONTRE vous, mais c'est POUR nos lecteurs et lectrices.

Un pitch à nous envoyer ?

Il suffit d'écrire à tribune@maddyness.com pour espérer voir votre chef d'oeuvre en ligne prochainement !

Article écrit par ANAIS RICHARDIN