

Ligne éditoriale des publications

Site CV et réseaux de Pascal Ravoninjatovo Vila

Cette ligne éditoriale définit la manière de rendre visible une expérience de direction et de transformation opérationnelle sans exposer publiquement une recherche de poste. Elle s'adresse aux contenus du site CV, de LinkedIn et aux formats dérivés.

Le fil directeur est celui d'un dirigeant de transformation opérationnelle : relier stratégie, opérations, performance, équipes, SI et IA. Le contenu doit être utile à un investisseur, à une entreprise familiale, à une jeune entreprise en passage à l'échelle, à une organisation en restructuration ou à un cabinet de recrutement de dirigeants, même lorsque le lecteur ne connaît pas la démarche personnelle de Pascal.

Stratégie éditoriale

Ce tableau fixe la promesse éditoriale et la frontière de discrétion. Il sert de référence avant de choisir un sujet, un titre ou un appel à l'échange.

Repère	Décision éditoriale	Application
Positionnement	Dirigeant de transformation opérationnelle à l'ère de l'IA	Relier business, opérations, performance, équipes, SI et évolution des métiers ; ne pas réduire le profil à expert IA, DSI, consultant change ou COO générique
Utilité	Aider un décideur à mieux comprendre une situation de croissance, de gouvernance, de delivery, de restructuration ou d'adoption de l'IA	Chaque publication apporte une question, des faits, une méthode et une limite clairement formulée
Preuves	S'appuyer sur les responsabilités et résultats documentés	Exemples possibles : Capgemini 300 personnes et 29 M€, centre de services oui.sncf 70 personnes et P&L 6 M€, Netapsys et environ 100 ingénieurs ; ne rien extrapoler
Discrétion	Faire percevoir une capacité de direction sans annoncer une mobilité	Pas de mention publique de disponibilité, de mandat recherché, de rémunération, de préavis ou de démarche commerciale ; ces informations restent privées

Validation humaine obligatoire

Aucune publication ne part automatiquement. Toute production, y compris une déclinaison rédigée à partir d'un article, reste un brouillon tant qu'une personne n'a pas relu et validé le contenu final.

Objet	Vérifications humaines	Condition de diffusion
Article du site CV	Relire le fond, les faits, les chiffres, le ton, les liens, la confidentialité et le schéma	Validation explicite avant mise en ligne
Texte de partage Facebook	Vérifier qu'il résume l'article sans le copier et qu'il reste adapté à la page professionnelle	Validation explicite avant publication
Message de partage LinkedIn	Vérifier l'angle professionnel, la question proposée et la différence avec Facebook	Validation explicite avant publication
Partage Facebook d'un post LinkedIn	Vérifier la phrase d'introduction, le lien vers le post original et la cohérence du contexte	Validation explicite avant publication
Schéma ou visuel	Vérifier le sens holistique, les icônes, les libellés, le texte alternatif destiné à l'accessibilité et à l'indexation, et l'absence de géométrie rigide	Validation explicite avant publication

Publics et angles de lecture

Un même positionnement peut être lu différemment selon la situation du décideur. L'angle change ; le niveau de preuve et la sobriété restent constants.

Public	Question sous-jacente	Angle de publication
Investisseurs et operating partners	Création de valeur, marge, gouvernance, exécution d'une participation	Montrer la capacité à transformer un plan d'investissement en décisions, indicateurs et équipes alignées
Entreprises familiales et ETI patrimoniales	Croissance, professionnalisation, transmission, diversification ou acquisition	Respecter l'histoire de l'entreprise tout en clarifiant décisions, responsabilités et modèle opérationnel
Jeunes entreprises en passage à l'échelle	Passage de 30 à 100 personnes, delivery sous tension, recrutement de managers	Structurer sans bureaucratiser : rôles, qualité, rituels, management et économie unitaire
Entreprises en restructuration	Baisse de marge, crise de delivery, fusion, changement de modèle ou perte de confiance	Rendre le diagnostic, les arbitrages et les premières preuves d'action lisibles
Cabinets de recrutement de dirigeants	Mandats DG, COO, direction des opérations, BU ou transformation	Présenter des périmètres de responsabilité et des contextes de transformation chiffrés

Piliers éditoriaux

Les piliers empêchent la dispersion. Une publication peut croiser plusieurs thèmes, mais elle doit toujours avoir un axe dominant et un résultat attendu pour le lecteur.

Pilier	Question éditoriale	Matière à traiter
Stratégie vers exécution	Comment une orientation devient des choix, des priorités, des indicateurs et des décisions quotidiennes	Gouvernance, arbitrages, P&L, BFR, ROI, TCO et revue de performance
Passage à l'échelle	Comment croître sans perdre qualité, marge, vitesse de décision ou confiance	Rôles, management intermédiaire, delivery, recrutement, rituels et industrialisation légère
Restructuration et reprise	Comment lire vite une situation tendue et remettre une organisation en capacité d'agir	Diagnostic, cash, risques, séquence des cent premiers jours, mobilisation et preuves
Équipes et transformation	Comment les équipes rendent une transformation durable et praticable	Clarté des responsabilités, adoption, écoute, communication et apprentissage
IA et métiers	Comment relier l'IA aux processus, tâches, rôles, compétences, management, SI et données	Cas d'usage, critères de valeur, risques, adoption et évolution du travail ; ne pas jouer l'expert technique

Ton factuel et posture

Le ton doit inspirer confiance à un décideur qui évalue une capacité de direction. La précision prime sur l'effet rhétorique.

Dimension	Règle	Contrôle
Voix	Factuelle, analytique, calme et concrète	Décrire les faits, les décisions, les effets et les limites ; préférer un verbe précis à un adjectif valorisant
Style de référence	Se rapprocher du style des pages Parcours et Articles de www.pascal-ravoninjatovo.fr	Écrire au « je » quand Pascal parle de son vécu ; partir d'un fait, d'une expérience ou d'une lecture, puis développer l'analyse et la méthode dans un vocabulaire accessible. Conserver une voix personnelle et directe tout en corrigeant la syntaxe et l'orthographe
Point de vue	Assumer une analyse sans la présenter comme une vérité universelle	Employer : « je constate », « je propose », « dans ce contexte », « l'hypothèse est » ; distinguer fait, interprétation et recommandation
Densité	Un problème, une thèse, deux ou trois faits, une méthode, une conclusion	Éviter l'empilement de sujets ; une publication doit pouvoir être résumée en une phrase
Chiffres	Chaque donnée doit avoir une source ou un périmètre	Indiquer période, rôle et contexte ; ne pas arrondir ou généraliser un résultat non documenté
Vocabulaire	Accessible à un dirigeant non spécialiste	Expliquer un terme technique à sa première occurrence ; éviter acronymes, anglicismes et superlatifs non nécessaires

Usage du je

Le « je » rend la parole identifiable lorsqu'elle porte sur le parcours ou l'analyse de Pascal. Il ne doit pas servir à s'attribuer le travail d'une équipe ni à dramatiser le récit.

Situation	Formulation privilégiée	Garde fou
Expérience personnelle	« J'ai dirigé un périmètre de 300 personnes et 29 M€ de chiffre d'affaires. »	Utiliser uniquement si le périmètre et le résultat sont documentés
Observation	« Je constate que la croissance révèle souvent un problème de décision avant un problème d'outil. »	Présenter l'idée comme une lecture professionnelle, pas comme une loi générale
Méthode proposée	« Je propose de commencer par les flux, les décisions et les risques. »	Indiquer ce qui relève de la recommandation et dans quel contexte elle s'applique
Travail collectif	« Nous avons mis en place... » seulement si le collectif et l'action sont établis	Sinon écrire : « l'équipe a », « l'organisation a » ou décrire le dispositif sans s'approprier chaque résultat
À éviter	« On a révolutionné », « nous sommes les meilleurs », « mon équipe a tout réussi »	Supprimer le flou, la surpromesse et l'appropriation induite du travail collectif

Ce qui ne doit pas être publié

Ces interdictions protègent la discrétion, la crédibilité et la confidentialité. Une formulation ambiguë est traitée comme un risque éditorial, même si elle semble anodine.

Risque	À ne pas faire	Alternative éditoriale
Signal de recherche	« Je suis disponible », « je cherche un poste », « ouvert à toute opportunité », annonce de mandat	Parler d'un enjeu de transformation et réserver la mobilité aux échanges privés
Promesse vague	« J'aide les entreprises à réussir leur transformation » sans situation ni preuve	Nommer le contexte, le problème traité et le périmètre de responsabilité
Résultat invérifiable	Statistique sans source, causalité exagérée, chiffre sorti de son périmètre	Préciser la période, le rôle, le périmètre et ce qui reste inconnu
Confidentialité	Nom de client non autorisé, données internes, marge ou difficulté identifiable, capture d'écran	Anonymiser ou obtenir une autorisation explicite ; sinon supprimer
Posture technique réductrice	Se présenter comme expert IA technique ou promettre une automatisation universelle	Relier l'IA aux métiers, processus, rôles, compétences, management, SI et données
Autopromotion	Superlatifs, trophées mis en scène, récit héroïque, attaque d'une entreprise ou d'un dirigeant	Rester sobre, reconnaître le collectif et exposer les limites
Copie du CV	Reproduire une chronologie de postes ou une liste de compétences sans analyse	Transformer l'expérience en cas, décision, résultat documenté et enseignement
Bruit éditorial	Publication quotidienne, hashtags en série, engagement artificiel, commentaire générique ou message de masse	Privilégier une idée utile, des relations choisies et une cadence soutenable
Mise en forme confuse	Longue liste, alinéas successifs, schéma en boîtes ou logigramme pour un concept simple	Limiter les puces et alinéas à trois ; choisir un schéma illustré, organique et légendé

Règles de forme

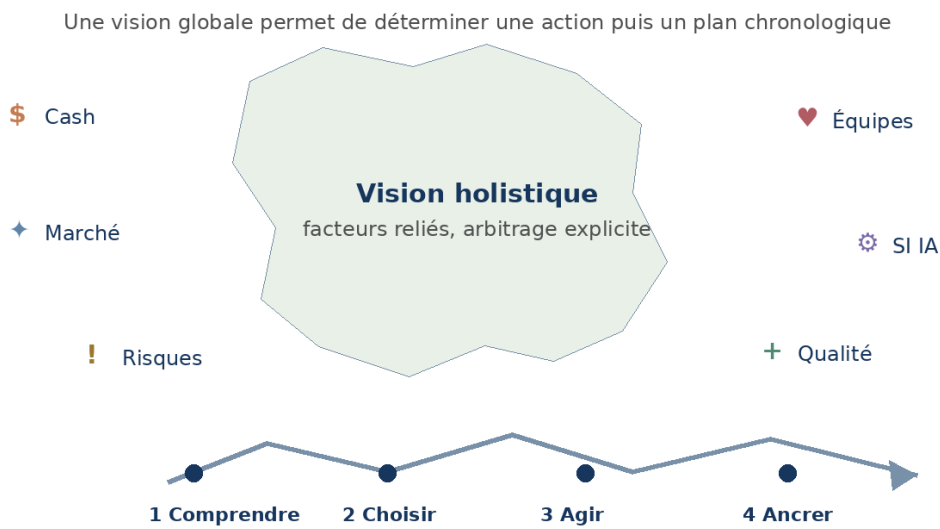
La mise en forme doit aider à comprendre, pas donner l'impression d'un manuel de procédures. Les tableaux servent de repères internes ; dans un article, le texte reste principalement narratif.

Élément	Règle	Exemple d'application
Titres	Titre descriptif ou question de direction, sans slogan ni promesse absolue	« Croître sans désorganiser » ; « Que décident les cent premiers jours »
Paragraphes	Un paragraphe porte une idée et reste court	Privilégier deux à quatre phrases ; ajouter un intertitre avant de changer de question

Élément	Règle	Exemple d'application
Puces et alinéas	Trois éléments maximum dans une série	Au-delà de trois, regrouper en paragraphe ou créer un schéma ; ne pas empiler cinq à dix puces
Citations	Courtes, attribuées et utiles à l'argument	Ne pas utiliser une citation décorative ou une formule hors contexte
Appel à l'échange	Une question simple, jamais une sollicitation commerciale	Inviter à comparer une pratique ou un cas ; ne pas demander publiquement un poste
Liens	Un lien principal vers une preuve ou l'article source	Éviter la page saturée de liens, les redirections opaques et les appels multiples

Schémas illustrés

Un schéma est le résumé d'une vision holistique : il rassemble de nombreux facteurs, rend leurs interactions lisibles et aide à déterminer une action ou un plan d'action chronologique. Il ne remplace pas l'analyse ; il la rend mémorisable.



Exemple de schéma recommandé : vision holistique, facteurs reliés, action et plan chronologique

Choix	Formes conseillées ou interdites	Critère de qualité
Intention	Résumer une vision globale, faire apparaître les facteurs en interaction puis conduire vers une action et une séquence dans le temps	Le lecteur doit comprendre ce qui doit être décidé et dans quel ordre agir
À privilégier	Images métaphoriques, icônes, symboles, paysages, chemins, constellations souples, annotations manuscrites ou assemblages organiques	Une idée centrale, plusieurs facteurs visibles, une légende courte et une source si des données sont utilisées
À interdire	Cercles, rectangles, matrices, triangles, organigrammes, logigrammes ou toute représentation trop géométrique qui enferme le raisonnement	Remplacer par une image, une icône ou un symbole ; expliquer en prose si le visuel devient plus compliqué que le sujet
Règle de lisibilité	Le schéma doit se comprendre sans lire tout l'article et montrer le lien entre vision, décision et chronologie	Un titre, des libellés courts et un contraste suffisant
Accessibilité et indexation	Associer à chaque schéma un texte alternatif descriptif dans le champ prévu par le canal ; ajouter une courte transcription à proximité si le canal ne gère pas ce champ	Décrire l'idée centrale, les facteurs importants, leurs relations et l'action ou la chronologie. Le texte doit être utile à un lecteur qui ne voit pas l'image et contenir les mots clefs nécessaires à l'indexation, sans répéter seulement le titre

Structure type article

Cette structure donne une colonne vertébrale commune aux articles de fond de 800 à 1 200 mots et à leurs dérivés LinkedIn. Elle limite les effets de style et facilite le recyclage sans copier le texte.

Séquence	Contenu	Vigilance
Titre	Question de direction ou tension concrète	Éviter les slogans, l'urgence artificielle et les promesses universelles
Chapo	Deux ou trois phrases qui posent le problème, le public concerné et l'idée défendue	Ne pas commencer par une biographie ou une annonce de disponibilité
Faits et expérience	Deux ou trois faits documentés, avec périmètre et contexte	Dire ce qui est connu et ce qui ne l'est pas ; anonymiser si nécessaire
Illustration par l'expérience	Illustrer chaque partie par une expérience documentée de Pascal issue du site, du CV ou de ses documents ; ne laisser une partie sans illustration qu'en cas d'impossibilité réelle, et de façon minoritaire	Si cette exigence est difficile à satisfaire, demander l'arbitrage humain par chat et par e-mail à me@pascal-vila.fr
Analyse	Relier les faits à un mécanisme de décision, d'organisation ou de performance	Employer le « je » quand Pascal parle de son analyse ou de son expérience
Méthode	Trois étapes ou dimensions au maximum dans le corps du texte	Au-delà de trois, passer par un schéma illustré ou un tableau de référence
Limites	Conditions de réussite, risques, dépendances et cas où la méthode ne suffit pas	Une limite augmente la crédibilité ; elle ne doit pas devenir une clause juridique
Conclusion	Une idée mémorisable et une question d'échange	Un seul appel à l'échange, sans sollicitation de masse

Formats et cadence

La cadence retenue installe une présence régulière sans créer de signal de recherche active. Chaque article du site devient une ressource de conversation, pas un prétexte à publier davantage.

Format	Canal	Règle de production	Rôle
Article de fond	Site CV	800 à 1 200 mots toutes les deux semaines ; un cas, une méthode, une limite et une conclusion	Page de référence à partager en privé ou dans un post
Post d'idée	LinkedIn	Un problème, une conviction, un exemple et une question ; 120 à 220 mots	Faire connaître le sujet sans reproduire l'article
Schéma commenté	LinkedIn et site	Un visuel organique et trois repères maximum ; texte alternatif descriptif pour l'accessibilité et l'indexation	Rendre un concept mémorisable, accessible et trouvable
Commentaire expert	LinkedIn	Trois commentaires substantiels par semaine, ajoutant un exemple ou une nuance	Construire une présence relationnelle sans message de masse
Message privé	Relation ciblée	Deux approches individuelles par semaine, centrées sur un enjeu public et une ressource précise	Demander un échange sur le sujet avant toute question de mobilité
Partage d'un article	Facebook professionnel	Préparer un texte d'introduction distinct de l'article : contexte, utilité et lien vers le site CV	Donner une porte d'entrée accessible à la communauté Facebook
Partage d'un article	LinkedIn	Préparer un message différent de Facebook : angle de direction, enseignement et question aux pairs	Créer une conversation professionnelle sans copier le texte Facebook
Partage d'un post	Facebook professionnel	Partager le post LinkedIn avec une phrase d'introduction qui explique pourquoi il mérite une lecture	Relier les audiences sans dupliquer le commentaire LinkedIn

Contrôle avant publication

Cette vérification tient sur une page et peut être utilisée avant chaque publication. Elle protège à la fois la discrétion et la qualité de la preuve.

	Test	Question à se poser
	Le lecteur cible est identifiable	Le texte parle-t-il à un investisseur, une entreprise familiale, une scale up, une restructuration ou un cabinet ?
	La question est unique	Peut-on résumer le sujet en une phrase sans ajouter un second thème ?
	Les faits sont traçables	Chaque chiffre, nom, résultat ou citation a-t-il un périmètre et une source ?
	Le « je » est juste	Le « je » décrit-il l'expérience ou l'analyse de Pascal, sans s'approprier le collectif ?
	La discrétion est préservée	Le texte révèle-t-il une recherche de poste, une disponibilité ou une donnée confidentielle ?
	La forme reste sobre	Y a-t-il au maximum trois puces ou alinéas dans la série concernée ?
	Le visuel aide vraiment	Un schéma illustré holistique serait-il plus clair qu'une liste, sans géométrie rigide ?
	Le schéma est accessible et indexable	Chaque schéma possède-t-il un texte alternatif qui décrit son idée, ses facteurs, leurs relations et la chronologie éventuelle ?
	La suite est simple	Le lecteur sait-il quelle page consulter ou quelle question poser ensuite ?
	La validation humaine est obtenue	La validation humaine a-t-elle été obtenue ?

Synthèse : écrire dans une voix proche du site, illustrer par l'expérience documentée de Pascal, rendre chaque schéma accessible et indexable, et obtenir une validation humaine avant toute diffusion.