

Comment rendre “accessible” sa communication web lors d'une création ou refonte de site web ?

Valentine Candela – M2 Brand Strategy – ESP Nantes



Présentation

Valentine Candela, chargée de communication-marketing, je finalise actuellement le mastère ***Brand Strategy*** de l'ESP Nantes.

Je travaille en alternance depuis 2 ans pour **Greenspector**, une entreprise axée sur le **numérique responsable** et plus précisément le **calcul, la mesure et la réduction de l'empreinte environnementale** des sites web et des applications mobiles de nos clients.

J'ai rapidement entendu parler d'accessibilité dans mon parcours scolaire et professionnel, cependant, ce terme un peu vague m'a souvent perdue dans un océan d'informations diverses.

Mais comment s'y retrouver ?

Que faire ? Pour qui ?

Dans quelle mesure ? Comment l'implémenter ?

Mes recherches m'ont permis de répondre à ces questions, j'espère que ce guide vous aidera à votre tour !



Sommaire

- 01 > Introduction
- 02 > Partie I : Comprendre l'accessibilité web
- 03 > Partie II : Comment intégrer l'accessibilité dans votre projet web ?
- 04 > Partie III : Comment vérifier son accessibilité sur le long terme ?
- 05 > Conclusion

Introduction

Ce livre blanc s'adresse aux curieux, à ceux qui n'y comprennent rien, mais surtout aux communicants qui font face à un projet de création ou refonte de site web et qui aimeraient être plus “accessibles”.



Un projet de refonte de site web n'est pas un **projet anodin**, il se déroule habituellement en **6 parties**:

- **Sensibiliser** vos équipes au sujet pour en comprendre les tenants et aboutissants.
- **Réaliser un audit de l'existant**, ce qui fonctionne, ne fonctionne pas, est accessible ou non.
- **Intégrer l'accessibilité** dans le projet, avec des objectifs précis.
- Concevoir le site en respectant les **différentes règles d'accessibilité** que je vais vous présenter plus tard.
- Faire du **développement et du test continu**. Cela permet tout au long de votre réalisation de vérifier l'accessibilité de votre développement.
- **Ajuster** le développement pour correspondre aux objectifs que vous vous serez fixés.

Dans ce livre blanc, vous trouverez des affirmations, des informations, des explications et des outils pour mener à bien vos envies d'accessibilité dans la communication web.

De nombreux liens externes vous sont indiqués pour répondre à vos éventuelles questions et s'adapter à vos besoins spécifiques.

Partie 1 : Comprendre l'accessibilité web

Qu'est-ce que l'accessibilité ?

L'accessibilité, sur le web, signifie **rendre les sites internet utilisables par tous**, même par ceux qui ont des **besoins spéciaux** en raison d'un **handicap physique ou cognitif**. Cela implique de concevoir les sites de manière à ce que tout le monde puisse les utiliser facilement, quelle que soit leur situation.

Exemples :



Pour exp rimer ces simulations (et d'autres), allez [sur ce lien](#), créé par l'entreprise Atalan

Quels sont les enjeux de l'accessibilité pour les visiteurs ?

L'accessibilité sur le web est un sujet crucial pour plusieurs raisons :

- 1. Inclusion sociale:** On permet à chacun de participer pleinement à la société et de bénéficier des informations et des services disponibles en ligne.
- 2. Égalité des chances:** Tout le monde devrait avoir la possibilité de naviguer sur le web, de rechercher des emplois, d'accéder à l'éducation, de faire des achats, etc., sans rencontrer d'obstacles liés à des limitations physiques ou cognitives.
- 3. Respect de la législation:** Dans de nombreuses juridictions, il existe des lois et des réglementations qui exigent que les sites web soient accessibles aux personnes en situation de handicap.
- 4. Amélioration de l'expérience utilisateur:** L'accessibilité va de pair avec une meilleure expérience utilisateur pour tous les utilisateurs, pas seulement ceux en situation de handicap. Des sites web bien conçus, faciles à naviguer et présentant un contenu clair et compréhensible bénéficient à tous les visiteurs, ce qui peut se traduire par une fidélisation accrue.



Pourquoi est il essentiel de tenir compte des personnes porteuses de handicap dans la conception d'un site ?

On estime qu'entre **15 et 20%** de la population mondiale est touchée par **un handicap visuel, auditif, physique, moteur ou mental**. Cela représente **plusieurs millions de personnes** rien qu'en France.

Ce qui reviendrait à dire que sur toute la population française (67,9 millions de personnes) vous acceptez de fermer votre site à **plus de 10 millions** de personnes (ce qui représente **5x la population de Paris intramuros**).

Cela représente une perte de 10 millions de visiteurs potentiels, qui seraient par ailleurs victimes de discriminations.



Un site non accessible, que risquez-vous ?

Le non-respect des normes d'accessibilité numérique pour les sites web comporte plusieurs risques :

- 1. Risque d'amende administrative** pouvant aller jusqu'à **20 000 euros** pour les entreprises réalisant au moins 250 millions d'euros de chiffre d'affaires. Cette amende s'applique pour chaque service numérique non conforme, ce qui peut rapidement s'avérer très coûteux.
- 2. Risque d'image et de réputation altérées envers le public**, car le non-respect de l'accessibilité numérique est perçu comme un manque d'engagement sociétal et d'éthique de la part de l'entreprise. Cela peut nuire à sa responsabilité sociale et à sa marque.
- 3. Risque d'exclusion des personnes en situation de handicap** qui ne pourront pas accéder aux services et contenus en ligne de l'entreprise, ce qui va à l'encontre des principes d'inclusion sociale et d'égalité des chances.
- 4. Risque de poursuites judiciaires et de contentieux** de la part d'associations de défense des droits des personnes handicapées si le site n'est pas rendu accessible.

Vous comprendrez donc, qu'il vaut mieux éviter d'en arriver là !



Partie 2 : Comment intégrer l'accessibilité dans votre projet web ?

Audit de l'existant :

Toute bonne stratégie d'attaque commence par un état des lieux de la situation.

De fait, un audit est nécessaire pour savoir quoi améliorer.

Oui, mais comment faire ?

Il n'y a pas de recette miracle, cependant les liens ci-joints vous aideront certainement.

- [liste des outils d'analyse](#) 
- [méthodologie d'analyse](#) 
- [Kit d'audit d'accessibilité](#) 

Avec tout ces outils, faire un audit devient plus simple.



Planification

Globalement, sur la planification, vous êtes autonomes, à vous de fixer et de délimiter votre terrain d'action et vos attentes.

Si vous avez besoin d'un coup de pouce pour la planification, je vous conseille de vous fixer des objectifs SMART. Et comme je suis sympa, voici une ressource pour apprendre à les définir de façon cohérente. 

Conception

On fait attention à quoi concrètement ?

Les points de vigilances se déclinent en quatre catégories :

- Les textes
- Les vidéos
- Les images
- Les fichiers de téléchargement

Existe-t-il déjà une liste précise pour chacune de ces catégories ?



Les recommandations transverses pour la vidéo, les images et le texte

Ces indicateurs ont été extraits de l'excellente [check-list pour produire du contenu responsable dans les sites web](#) de l'entreprise Rose Primaire. 

Dans un premier temps, voici les conseils qui s'appliquent tant pour un support visuel (images, vidéos) que textuel. Ces 2 recommandations permettent déjà de saisir l'état d'esprit dans lequel il faut se positionner pour essayer d'être accessible.

- **Veiller à ce que les couleurs ne soient pas le seul moyen pour véhiculer de l'information**

Voici une ressource qui va vous permettre de comprendre simplement : [Simulation daltonisme Inra](#) 

- **Veillez à ce que les contrastes entre le texte et la couleur d'arrière-plan soient suffisants**

Pourquoi le faire ? [Assurer un contraste suffisant entre les textes et l'arrière-plan](#) 

Comment vérifier ses contrastes ? [Outil d'accessibilité des contrastes](#) (Il faut au moins 4,5/1). 

Le score des contrastes de ce livre blanc :



The screenshot displays the 'Outils d'accessibilité' (Accessibility Tools) interface. It includes a 'Niveau WCAG 2.1' dropdown set to 'AA', an 'Importer des couleurs' button, and color pickers for 'Couleur du texte' (#FF6A0C) and 'Couleur d'arrière-plan' (#001C56). A 'Rapport de contraste' section shows a score of '5,63 / 1' with a green checkmark. On the right, a 'Recommandations' panel lists three suggestions for contrast, each with a 'T' on a color bar and a 'Rapport de contraste' score (7,0/1, 8,0/1, and 9,0/1).

Suggestions de contraste	Rapport de contraste
T (Orange) / (Dark Blue)	7,0/1
T (Light Orange) / (Dark Blue)	8,0/1
T (Light Orange) / (Dark Blue)	9,0/1

Les recommandations textuelles ?

- **Renseigner un titre principal (<title>) unique et précis sur chaque page**

L'objectif est de permettre de comprendre le sujet et le but de la page de façon simplifiée. Besoin de plus de détails sur les (<title>) ? Lire [la Notice AcceDe Web sur les \(<title>\)](#). 

- **Écrire des intitulés de liens explicites**

Cela permet de comprendre la cible du lien, même hors contexte, via la navigation par exemple.

- **Préciser lorsqu'un lien ouvre une nouvelle fenêtre**

Permet de prévenir le changement de contexte.

- **Indiquer les mots dans une autre langue que le français**

Adapter la lecture vocale à la langue ciblée, dans [cet article de l'entreprise Rose Primaire : les précisions](#). 

- **Utiliser les caractères accentués**

Écrire «maïs» au lieu de «mais» ou «mûr» au lieu de «mur», pour faciliter la compréhension.



Les recommandations textuelles?

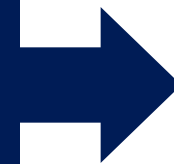
- **Produire des informations faciles à lire et à comprendre**

Faire des phrases simples, limiter les phrases longues, des tournures compliquées, utiliser des mots simples. Il existe par exemple le “langage clair” ou encore la méthode FALC. Lisez l'article suivant pour en apprendre d'avantage :

[Langage clair et FALC : quelle est la différence ?](#) 

Exemple Langage clair :

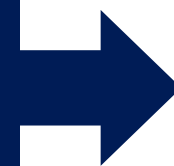
Avant : Nul ne peut faire l'objet d'une discrimination à raison de son origine, notamment éthique ou sociale, de son apparence physique, de ses caractéristiques génétiques, de son orientation sexuelle, de son handicap et de son âge.



Après : La loi interdit de traiter des personnes de façon différente selon leur origine, apparence, gènes, orientation sexuelle, handicap ou âge.

Exemple méthode FALC :

Avant : Nul ne peut faire l'objet d'une discrimination à raison de son origine, notamment éthique ou sociale, de son apparence physique, de ses caractéristiques génétiques, de son orientation sexuelle, de son handicap et de son âge.



Après : Nous avons tous le droit d'être accueillis dans un établissement sans faire de différence.



- **Utiliser les émojis avec parcimonie. Ne pas les utiliser pour remplacer des mots, des chiffres, de la ponctuation.**

Pourquoi cette règle s'applique-t-elle ? Lisez l'article intitulé : [Faux gras, caractères fantaisistes, abus d'émojis : le détournement des caractères Unicode, fléau pour l'accessibilité du web](#) 

Quelles sont les recommandations textuelles ?



- **Le soulignement est réservé aux liens**

C'est historique et ça fait maintenant partie de nos habitudes. Souligner autre chose qu'un lien peut déstabiliser des utilisateurs

- **Utiliser correctement la hiérarchie des titres**

Pour aider à comprendre le contenu, que l'utilisateur ne soit pas perdu, pour aider à la navigation

- **Utiliser correctement les listes à puces et listes numérotées**

De même, pour aider à comprendre le contenu, pour que l'utilisateur sache où il est, pour l'aider à la navigation.

- **Expliciter les sigles**

Pour faciliter la compréhension, si ce n'est pas évident, c'est à expliciter.

- **Ne pas justifier le texte**

La justification modifie l'espace entre les mots ce qui rend la lecture difficile, notamment pour les personnes dyslexiques

- **Ne pas utiliser un tableau pour mettre en forme du texte**

Les tableaux sont utiles pour mettre en forme des données, pas du texte.

Quelles sont les recommandations pour les images et graphiques ?

- **Rédiger un texte de remplacement pour les images informatives**

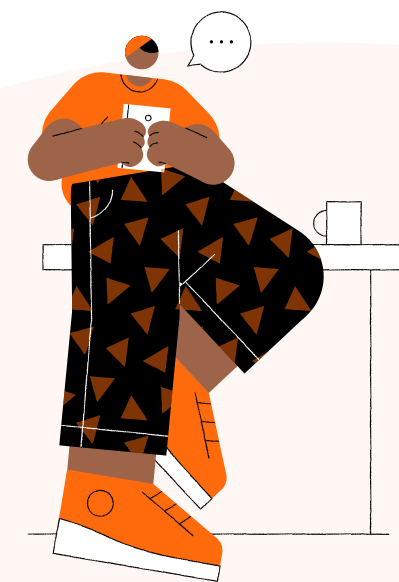
Afin que le contenu de l'image puisse être restitué même si l'image ne se charge pas, ou doit être lue par un lecteur de site pour les personnes non-voyantes.

- **S'assurer que les images décoratives ont une alternative vide**

Une image qui n'est pas porteuse d'information ne doit pas avoir d'alternative pour ne pas « polluer » la restitution du contenu.

- **Rédiger un court texte de remplacement ainsi qu'une description détaillée pour les informations longues ou complexes à décrire (graphiques, infographies...)**

Cela permet à la compréhension. [Comment bien rédiger un texte de remplacement ?](#) 



Quelles sont les recommandations pour les vidéos ?

- **Prévoir une transcription textuelle intégrale**

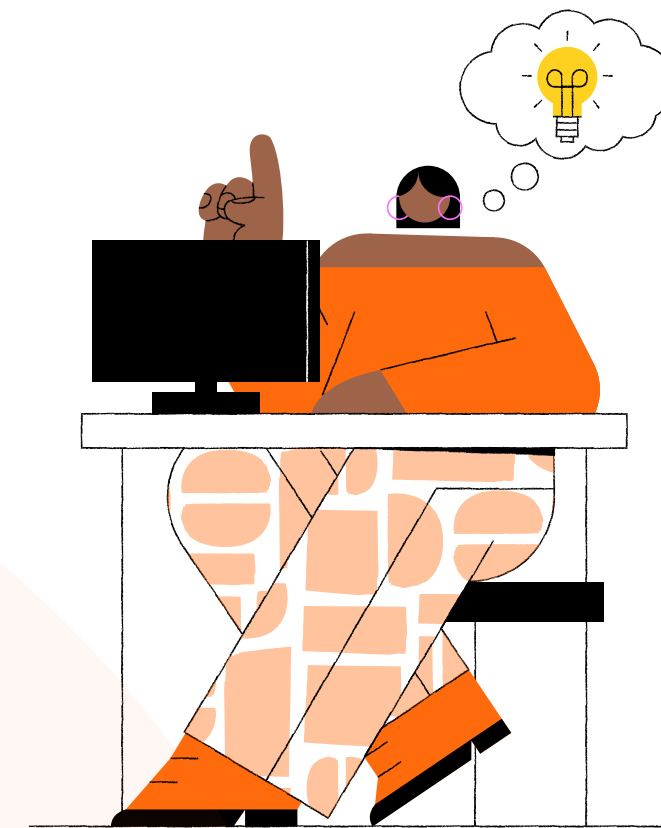
Découvrez dans le lien ci-après [la différence entre transcription textuelle et sous-titrages.](#) 

- **Prévoir des sous-titres**

Certains logiciels de montage proposent la possibilité de créer un sous-titrage automatique (ex : Premiere Pro de la suite Adobe). Il existe d'autres plateformes ayant des offres freemiums comme [Capte](#) ou [Kapwing](#). 

- **Prévoir une audio-description**

Une audio description prend en compte tout ce qui n'est pas vu à l'écran (les dialogues, bruitages, ambiances musicales, etc). [Découvrir les bonnes pratiques en matière d'audio-description.](#) 



Quelles sont les recommandations pour les fichiers de téléchargement ?

- **Indiquer le format, le poids et éventuellement la langue de chaque fichier en téléchargement**

Pour éviter de charger un contenu inutilement (par exemple, si l'utilisateur ne parle pas la langue cible, s'il n'a pas la bonne application pour l'ouvrir...)

- **Faire un arbitrage entre la création d'un document bureautique en téléchargement et la création d'une page web offrant le même service**

Voir s'il est mieux de créer un pdf (ou autre) que de faire une page web

- **Créer des documents bureautiques accessibles**

Par exemple en utilisant [ce lien](#) ou [celui là](#)

- **Créer une alternative aux documents non accessibles**

Prévoir une page web ou un document en plus qui lui est accessible (par exemple, pour une information, prévoir un document pdf qui donne les mêmes informations mais en format textuel)

Partie 3 : Comment vérifier son accessibilité sur le long terme ?

Le recettage est une partie importante de la mise en place de ce genre de projet.

Il est important de vérifier sur le long cours que les mesures d'accessibilité soient respectées.

Pour cela, reprenez les objectifs que vous vous êtes fixés précédemment (Cf : Partie 1).

Depuis quelques années maintenant, il existe 2 référentiels qui permettent de mieux s'immerger dans le sujet.

Précisons que ces 2 référentiels s'adressent à un public averti dans ce domaine.

- **Les Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG) 2**, élaborées par le **W3C** avec des contributions mondiales, visent à créer un **standard international unique** pour l'accessibilité des contenus Web, répondant aux **besoins des individus, des organisations et des gouvernements**.

Pour comprendre avec plus de précision, voici [le WCAG 2 en bref](#). 

A noter que les WCAG 2 **ne sont pas une introduction à l'accessibilité** et ont été approuvées comme norme ISO : ISO/IEC 40500:2012. ISO/IEC 40500.

- **Le RGAA** (référentiel général d'amélioration de l'accessibilité), qui a pour but de faciliter la mise en accessibilité des sites et services numériques. Ce document est structuré en deux parties :

-**Les obligations légales**

-**La méthodologie technique.**

Cette méthodologie regroupe **106 critères**, et bien entendu, ceux déjà présentés en font partie.

Pour savoir si ces critères sont respectés, vous pouvez vous rendre sur cet [article du gouvernement](#) qui regroupe tous les critères et leur méthodologie de tests.

Ce travail est fastidieux mais important. 

Si vous n'avez pas les moyens humains pour réaliser ce genre de tests, il existe de nombreuses entreprises spécialisées dans ce domaine, moyennant finance, ou certaines plateformes qui vous proposent de le faire avec des offres freemium.

Pour y voir un peu plus clair sur la réalisation de vos tests, [ce lien vous aidera](#). 



Conclusion

En vous engageant dans cette démarche, vous rendez votre site accessible à un public plus large, améliorez l'expérience utilisateur pour tous et démontrez votre engagement envers l'inclusion et la responsabilité sociale.

Revoir ou créer votre site web en tenant compte des principes d'accessibilité demande de la rigueur et une bonne planification, mais les bénéfices sont nombreux : meilleure image de marque, conformité aux obligations légales, et surtout, satisfaction de rendre vos services accessibles à tous.



**Merci de votre attention, je me tiens à
votre disposition pour en discuter et
avoir vos retours !**

Me contacter :
valentine.candela.vc@gmail.com
[Mon LinkedIn](#)

