



**PREMIÈRE
MINISTRE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Charte d'accessibilité de la communication de l'État

Édito

Le président de la République et le Gouvernement portent une ambition : bâtir une société inclusive, accessible à toutes et tous.

Pour y parvenir, l'État doit montrer l'exemple.

C'est un enjeu pour notre société, pour la confiance entre les Françaises, les Français et les services publics : personne ne doit être empêché, freiné ou angoissé dans ses démarches parce que l'administration aurait un langage trop complexe ou trop peu inclusif.

Personne ne doit être à l'écart des décisions politiques ou se priver d'une aide parce que sa communication ne lui était pas accessible.

Rendre notre communication gouvernementale et publique adaptée aux personnes en situation de handicap est donc à la fois un impératif d'égalité et un devoir d'exemplarité. C'est aussi une manière de donner l'exemple et d'inciter chaque secteur à suivre ce mouvement.

De nombreuses avancées ont été initiées lors du précédent quinquennat, en particulier durant la crise sanitaire, avec des conférences de presse, des consignes sanitaires et des compte-rendu de Conseils des ministres rendus accessibles en langue des signes.

Il est temps d'aller plus loin. Désormais, la communication de chaque ministère devra être accessible.

Cette charte d'accessibilité de la communication de l'État est donc un outil précieux et utile pour donner des règles et des références communes à tous les ministères et les services publics.

Bien sûr, le chemin vers une société inclusive est encore long. La communication en est un pilier. Nous continuerons à nous battre. Nous continuerons à lever un à un les obstacles sur le chemin de l'égalité pour nos concitoyens en situation de handicap.

Élisabeth Borne
Première ministre

Geneviève Darrieussecq
Ministre déléguée auprès du ministre des Solidarités,
de l'Autonomie et des Personnes handicapées,
chargée des Personnes handicapées

Présentation du document

Cette charte rassemble les standards et bonnes pratiques pour l'accessibilité de la communication.

Elle est destinée à tous ceux qui, en raison de leur fonction, de leur rôle ou de leur position, doivent informer les Français des actions de l'État.

Table des matières

Édito	3
Présentation du document	4
Table des matières	5
Introduction	7
Pourquoi une communication accessible ?	8
a. Les handicaps auditifs	9
b. Les handicaps visuels	10
c. Les handicaps cognitifs	11
d. Les handicaps moteurs	12
1. Les grands principes d'une communication accessible	13
a. Les principes graphiques	14
b. Les principes iconographiques	19
c. Les principes d'écriture	22
d. Les principes structurels	29
e. Les principes oraux	30
2. Les standards d'une communication accessible	31
a. La langue des signes française (LSF)	32
b. Le sous-titrage	33
c. L'information simplifiée	34
d. Le facile à lire et à comprendre (FALC)	34
e. Les PDF accessibles	34
f. Les fichiers texte	34
g. Le texte de remplacement	35
h. L'audiodescription	35
Tableau de synthèse des standards d'une communication accessible	36
3. Fiches pratiques - Respecter les standards d'accessibilité de la communication	37
1. Discours ou conférences de presse	38
2. Publications vidéos pour les réseaux sociaux	39
3. Création vidéo et animation	40
4. Live réseaux sociaux	41
5. Spots de campagne	42
6. Publications Instagram	43
7. Publications Facebook	45
8. Publications sur Twitter	46

9. Dossiers de presse, rapports, guides	48
10. Infographies et affiches	49
11. Articles web	50
12. Graphiques et tableaux	51
13. PDF accessibles	52
14. Facile à lire et à comprendre (FALC)	54
15. Word et PowerPoint	55
16. Contraste de couleurs	57
17. 8 points clés de l'accessibilité	58
4 . Outils	59
Marchés	
Tableau d'auto-contrôle	
Ressources utiles	
Personnes ressources	
Guides de référence	

Introduction

La charte de la communication accessible répond à la nécessité de proposer une information lisible et compréhensible par tous, tenant compte des situations de l'ensemble de la population française.

Ce document rassemble les standards pour une communication accessible, conformément à la législation en vigueur, ainsi qu'en écho à l'article 47 de la loi handicap de 2005 et de son décret d'application actualisé en 2019, aux engagements pris par le Comité interministériel au handicap (CIH) le 16 novembre 2020, rappelés par la Circulaire du Premier ministre n° 6227-SG du 17 novembre 2020 relative à la mobilisation interministérielle pour un État plus inclusif.

La communication publique doit être accessible à tous, en veillant à ce que l'accessibilité des messages soit travaillée **sur l'ensemble des canaux de diffusion**. Les recommandations formulées dans cette charte visent ainsi :

- à répondre aux besoins des personnes en situation de handicap et plus largement à ceux du grand public ;
- à fournir un référentiel commun autour des normes et des applications des communications de l'État dans la sphère interministérielle ;
- à encourager et recommander toutes les améliorations possibles dans la manière de s'adresser aux citoyens. Elle pose ainsi le cadre et le périmètre commun d'une communication accessible, condition essentielle de la participation citoyenne et de l'accès aux droits.

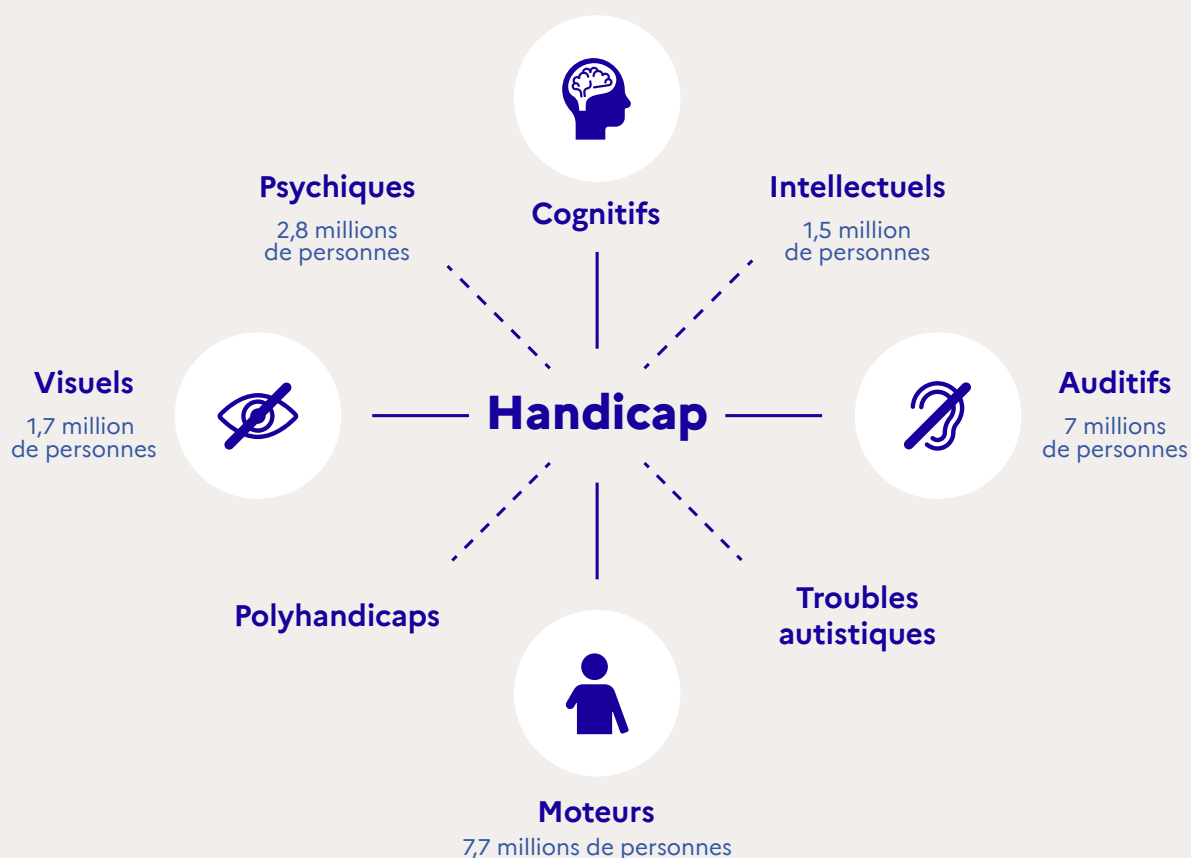
Cette charte s'adresse à tous ceux qui, en raison de leur fonction, de leur rôle ou de leur position, doivent informer les Français des actions de l'État. Elle s'inscrit **dans la continuité de la charte graphique de l'État** et de ses grands principes.

Pourquoi une communication accessible ?

« Constitue un handicap, au sens de la loi, toute limitation d'activité ou restriction de participation à la vie en société subie dans son environnement par une personne en raison d'une altération substantielle, durable ou définitive d'une ou plusieurs fonctions physiques, sensorielles, intellectuelles, cognitives ou psychiques, d'un polyhandicap ou d'un trouble de santé invalidant. »

(Art.2 / Loi du 11 février 2005)

Il existe différents types de handicaps



a. Les handicaps auditifs

Définition

Les handicaps auditifs vont de la malentendance à la surdité. Pour communiquer, les publics concernés peuvent utiliser la langue des signes française (LSF), le langage gestuel (mimes, codes familiaux), la lecture labiale ou la langue française parlée complétée (LfPC).

Difficultés induites

- Difficulté, voire impossibilité, à entendre les informations véhiculées par voie sonore.
- Difficulté de lecture/écriture du français écrit (en fonction de l'âge d'apparition du handicap notamment) pouvant entraîner des difficultés de compréhension.

Moyens de compensation

Pour tout support bénéficiant d'une bande son (vidéos, etc.) :

- Sous-titrage.
- Incrustation d'une fenêtre avec un interprète en LSF.

Pour faciliter la compréhension des supports (panneaux d'affichage, présentations PowerPoint, documents papier, etc.) :

- Pictogrammes.
- Facile à lire et à comprendre (FALC).
- Information simplifiée.

Pour communiquer :

- Service d'interprétation à distance (interprète en LSF, transcripteur en texte, codeur en langue française parlée complétée - LfPC).
- Interprète en LSF, codeur en langue française parlée complétée - LfPC en présentiel.
- Solution de reconnaissance vocale pour transcription de la parole en texte dans certains cas.

Préconisations en termes de design



À NE PAS FAIRE



À FAIRE

Figures de style et expressions idiomatiques	→	Information simplifiée
Contenus uniquement en audio ou en vidéo	→	Sous-titres et transcriptions
Mises en page et menus complexes	→	Mises en page simples et cohérentes
Longs blocs de texte	→	Contenus avec sous-titres, images et vidéos
Téléphone comme unique moyen de contact	→	Différents moyens de contact

b. Les handicaps visuels

Définition

Les handicaps visuels vont de la malvoyance à la cécité.

Difficultés induites

- Vision plus ou moins altérée en fonction de la luminosité ambiante.
- Difficulté, voire impossibilité, de lire tout support (panneau d'affichage, signalétique, document, écran d'ordinateur, tablette, smartphone...).
- Difficulté d'interaction avec tout équipement numérique nécessitant l'usage du tactile, de la souris, etc.
- Difficulté d'appréhension de la structure des pages web, formulaires, etc.

Moyens de compensation

Au niveau numérique :

- Respect du Référentiel général de l'accessibilité (RGAA) pour les sites web, contenus, documents, etc.
- Lecteur d'écran (logiciel qui lit l'écran à la place d'une personne malvoyante ou aveugle et lui en restitue le contenu en braille et/ou via une synthèse vocale).
- Plage braille (pour la lecture braille).
- Bloc-notes braille (pour prise et relecture de notes, etc.).
- Logiciel d'agrandissement de caractères, de modification des couleurs, du contraste, de la luminosité, ou options d'ergonomie Windows.
- Synthèse vocale.
- Loupe électronique.
- Clavier à gros caractères.

Préconisations en termes de design



À NE PAS FAIRE



À FAIRE

Faibles contrastes et petits caractères	→	Contrastes de couleurs et police lisible
Contenu dans des fichiers	→	Contenu dans les pages HTML
Couleur comme seul véhicule l'information	→	Combinaison de couleurs, formes et texte
Contenu éparpillé sur la page	→	Mise en page linéaire, logique
Actions déconnectées du contexte	→	Boutons et liens contextualisés

c. Les handicaps cognitif

Définition

Perturbation des capacités de l'être humain à mémoriser, planifier ses actions, raisonner, maintenir son attention, être capable de traiter des informations sensorielles, de langage, d'espace, s'adapter à son environnement.

Les handicaps cognitifs concernent par exemple les troubles des apprentissages (DYS...), troubles du comportement, autisme.

Difficultés induites

- Difficulté pour lire et écrire (dyslexie, dysorthographe).
- Difficulté pour s'exprimer (dysphasie).
- Difficulté dans la coordination et la planification des gestes (dyspraxie).
- Difficulté de coordination et de conduite du trait donc altération de l'écriture (dysgraphie).
- Difficulté à manipuler des nombres (dyscalculie).
- Difficulté de concentration.
- Difficulté à s'exprimer dans un groupe.

Moyens de compensation

- Facile à lire et à comprendre (FALC).
- Simplifier le nombre et le contenu des informations.
- Adaptation des contenus : utilisation de certaines polices de caractères, grossissement des caractères, espacements, découpages syllabiques...
- Logiciel de dictée vocale et de pilotage à la voix pour PC, smartphone...
- Synthèse vocale.
- Logiciel permettant d'adapter l'interface homme-machine (IHM) (mise en exergue de syllabes par jeu de couleurs, ...)

Préconisations en termes de design



À NE PAS FAIRE



À FAIRE

Couleurs criardes et trop contrastées	→	Couleurs simples
Figures de style et expressions idiomatiques	→	Information simplifiée
Blocs de texte	→	Phrases simples et listes
Boutons et liens vagues	→	Boutons et liens explicites
Mises en page complexes et encombrées	→	Mises en page simples et cohérentes

d. Les handicaps moteurs

Définition

Les handicaps moteurs vont des rhumatismes et arthrose à la tétraplégie.

Il s'agit de l'ensemble des troubles pouvant entraîner une atteinte partielle (paraplégie) ou totale (tétraplégie) de la motricité, notamment des membres supérieurs et/ou inférieurs.

Difficultés induites

- Difficultés pour se déplacer, accéder à un bâtiment, à une salle de réunion, (escalier...), difficulté pour se déplacer dans la salle de réunion (espace, implantation du mobilier...), difficulté pour s'approcher d'une table avec un fauteuil roulant...
- Difficulté à utiliser les dispositifs matériels mis à disposition en hauteur (vidéo-portier, borne...).
- Difficulté pour prendre et manipuler, effectuer certains gestes, tremblements...
- Difficulté, voire impossibilité, à utiliser un clavier, une souris, un dispositif tactile.

Moyens de compensation

Au niveau numérique :

- Logiciel de dictée vocale et de pilotage à la voix pour PC, smartphone, etc.
- Navigation au clavier.
- Options d'ergonomie Windows (réglage de la vitesse de la souris, utilisation du clic droit...).

Préconisations en termes de design



À NE PAS FAIRE



À FAIRE

Zones de clic requises trop précises	→	Boutons et liens assez grands
Formulaires encombrés	→	Champs de formulaires espacés
Contenu dynamique dépendant de la souris	→	Navigation au clavier ou vocale
Sessions trop courtes	→	Contenu optimisé pour mobile et tactile
Trop de saisie et de scrolling	→	Raccourcis pour éviter la saisie

1. Les grands principes d'une communication accessible

Toutes les communications, quels que soient les supports et les formats, doivent être rendues accessibles directement et/ou faire l'objet d'une adaptation spécifique.

a. Les principes graphiques

La lisibilité des communications est primordiale lorsqu'elles sont proposées dans un format écrit. Les informations sont conçues pour être accessibles à tous. Elles peuvent être adaptées pour être accessibles aux personnes les plus en difficulté (le second aspect étant l'aspect réglementé).

Polices d'écriture

Le choix de la police d'écriture d'un document, qu'il soit numérique ou imprimé, est important afin d'assurer la lisibilité du message par toutes et tous.

Utilisez la typographie Marianne.

→ La typographie Marianne a été conçue notamment dans un souci de lisibilité des supports de communication.

Cette typographie sans empattements est facile à reconnaître. De plus, le dessin des chiffres permet une bonne distinction entre les caractères, si le document contient de nombreuses données chiffrées. Elle doit être utilisée pour les titres et documents courts : affiches, brochures, dépliants, brochures, etc..

En complément, utilisez la typographie Spectral.

→ La Spectral est une typographie dont le style vient contraster avec la typographie principale Marianne. Cette police à empattements vient en utilisation complémentaire à la typographie Marianne. Conçue pour les performances à l'écran, la Spectral assure une lisibilité maximale, notamment dans les environnements difficiles.

En communication écrite, limitez l'usage de l'italique.

N'utilisez l'italique que dans trois cas :

- pour souligner un mot,
- pour mettre une phrase ou une citation en exergue,
- lorsqu'un mot est issu d'une langue étrangère. Indiquez si besoin de quelle langue le mot provient et sa traduction littérale en français entre guillemets.

Exemple

Lorsque vous rédigez un texte ou un paragraphe, utilisez la typographie Marianne.

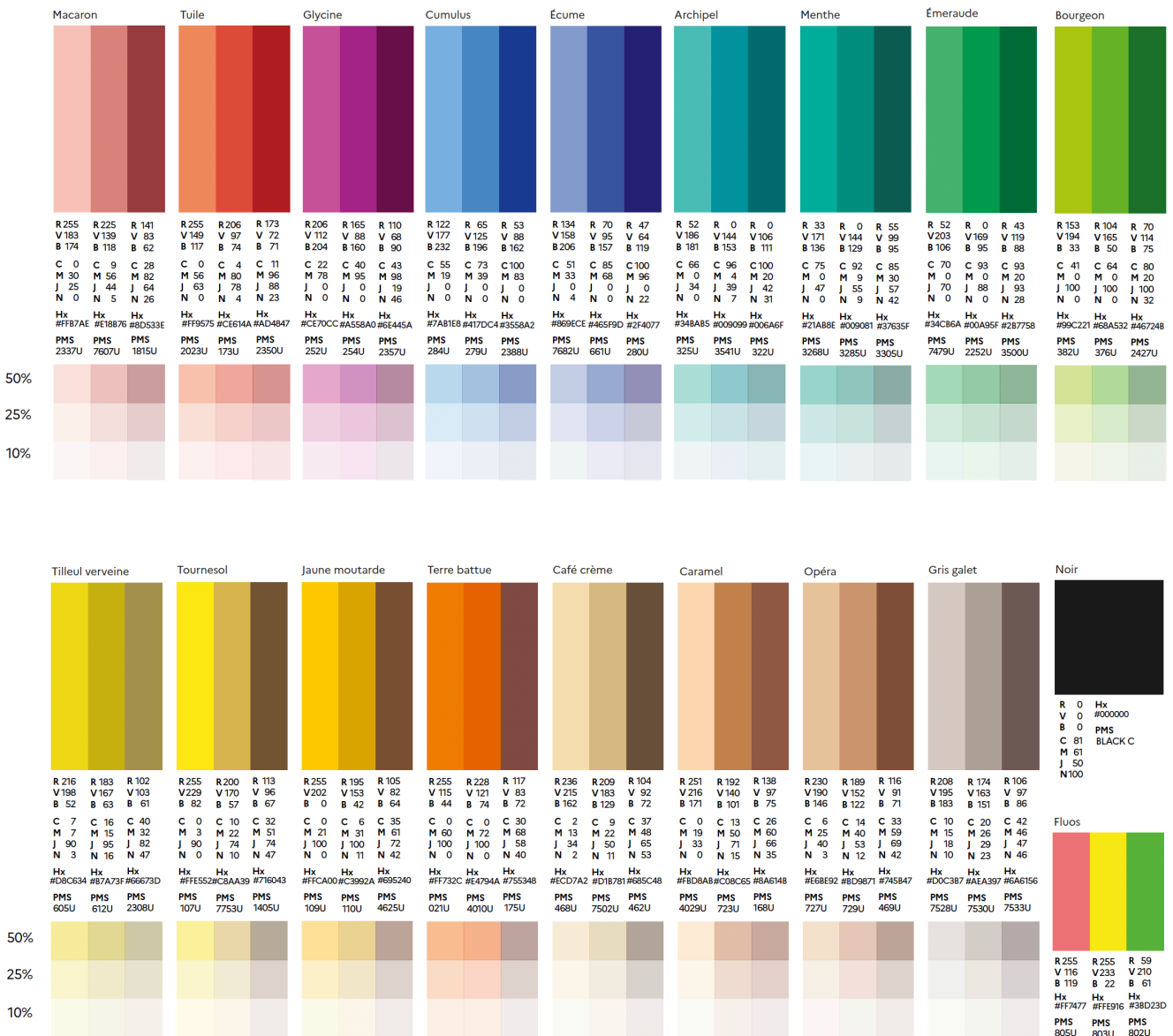
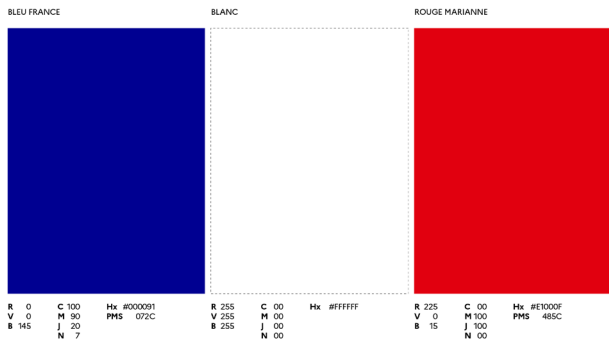
« Vous pouvez mettre en avant une citation avec la typographie Spectral. »

Couleurs

Utilisez les couleurs avec parcimonie.

→ L'utilisation des couleurs permet de rendre votre document attrayant et lisible.
Les couleurs doivent être choisies avec parcimonie pour ne pas dissiper la teneur du message.

Choisissez les couleurs parmi la palette de couleurs suivante, en vous assurant d'avoir des contrastes élevés entre fond et texte :



Utilisez des couleurs réalistes.

→ Les teintes choisies pour des illustrations explicatives doivent être réalistes et reprendre les codes couleurs communément admis (par exemple, le rouge symbolise l'interdiction et le vert l'autorisation). Certaines couleurs doivent être utilisées avec parcimonie pour une meilleure lisibilité (ex : l'usage excessif du rouge peut déranger les personnes présentant des troubles du spectre autistique ou des troubles du neuro-développement).

Privilégiez des contrastes élevés.

→ Des teintes peuvent se superposer selon les cas.

Le contraste entre la couleur du texte et celle de l'arrière-plan doit être suffisamment élevé. La couleur d'un texte non gras inférieur à 18 points doit au minimum atteindre un rapport de contraste de 4,5 par rapport à la couleur de son arrière-plan.

L'outil **Colour Contrast Analyser** (à télécharger) permet par exemple d'évaluer facilement le contraste entre les couleurs de premier plan et les couleurs d'arrière-plan.

Une gamme créée dans la volonté de répondre aux besoins en termes d'accessibilité.

→ Chaque couleur est déclinée en une teinte claire, pour garantir des contrastes suffisants dans des thèmes foncés, et d'une teinte sombre, pour garantir des contrastes suffisants en thème clair. L'accessibilité est complémentaire à la créativité en offrant une palette riche en couleurs, tout en étant accessible.

Exemple

		
Contraste satisfaisant	Contraste satisfaisant	Contraste insuffisant

Tableaux, graphiques

L'utilisation et l'élaboration des graphiques et des tableaux doivent assurer la lisibilité de l'information pour toutes et tous.

Utilisez avec parcimonie les tableaux et graphiques. Privilégiez des mises en forme simples de ces éléments.

→ L'illustration d'éléments par des graphiques et des tableaux doit être limitée.

Plus un document comporte d'éléments et une architecture chargée, plus sa lisibilité est entravée et brouille les informations importantes.

→ Les tableaux doivent être fournis sous forme accessible.

→ Les graphiques doivent être accompagnés d'un texte de remplacement (dans le cas où le graphique ne fait qu'illustrer des informations déjà présentes sous forme textuelle, ce texte de remplacement peut être vide).

Harmonisez les mises en forme des tableaux dans un même document.

→ Si l'utilisation d'un tableau est nécessaire, le même modèle doit être utilisé dans l'ensemble du document pour une lecture harmonisée.

Limitez le nombre de colonnes.

→ Privilégiez l'utilisation de plusieurs petits tableaux, plutôt qu'un grand tableau complexe.

Limitez-vous à une ligne et à une colonne de titres.

Ne fractionnez pas et ne fusionnez pas des cellules.

Regroupez les éléments par catégories globales pour simplifier au maximum la structure des tableaux.

Utilisez des contrastes de couleurs importants pour les différentes colonnes et lignes de votre tableau, ainsi que pour les différentes parties de votre graphique.

→ Maximisez la différenciation des parties du tableau par un code couleur fort pour renforcer la hiérarchisation des informations.

Exemple

Colonne 1	Colonne 2
Ligne 1	La lecture est plus confortable pour l'œil quand le nombre de colonnes est limité
Ligne 2	Un contraste important entre les différentes lignes facilite la compréhension du tableau
Ligne 3	Une mise en forme simple favorise une bonne compréhension du tableau

Mise en page (textes et paragraphes, images, superpositions, etc.) et mise en évidence

L'utilisation et l'élaboration des graphiques et des tableaux doivent assurer la lisibilité de l'information pour toutes et tous.

Un document aéré et aux espaces réguliers est un document plus lisible.

Alignez le texte à gauche pour les textes courts. Si le texte doit être justifié, veillez à la régularité des espaces entre les mots et à l'équilibre général du texte.

→ Le texte justifié entraîne des espacements trop importants et différents entre les mots, susceptibles d'engendrer des difficultés de lecture.

Pour mettre en évidence, privilégiez l'utilisation de caractères gras et d'encadrés.

→ Si une section de texte doit être mise en évidence, la mise en gras est la technique la plus lisible, mais il ne faut pas mettre de phrases entières en gras.

Pour énumérer des éléments, utilisez des listes à puces.

Utilisez des symboles clairs : flèches, points d'exclamation, etc.

→ L'utilisation de signes communément admis et compréhensibles par tous participe à la lisibilité du document.

Exemple



À NE PAS FAIRE



À FAIRE

Un texte où les espaces entre les mots ne sont pas réguliers est plus difficile à lire !



Un texte aligné à gauche, ou justifié uniquement si les espaces entre les mots sont réguliers.

b. Les principes iconographiques

Dans des campagnes, des brochures, guides, ou tout document bureautique, la mise en image doit également faire l'objet d'une attention particulière afin d'en assurer la compréhension par le plus grand nombre. Le choix d'une image constitue pour certains publics l'unique moyen de recevoir l'information.

Elle n'est donc pas seulement décorative et attractive mais permet de soutenir voire de remplacer le message écrit.

Choix des images et des symboles

Dans la conception d'illustrations, plusieurs principes sont à prendre en compte.

Choisissez des illustrations soutenant le message écrit.

→ Attention aux pictogrammes parfois très symboliques ou aux illustrations très générales.

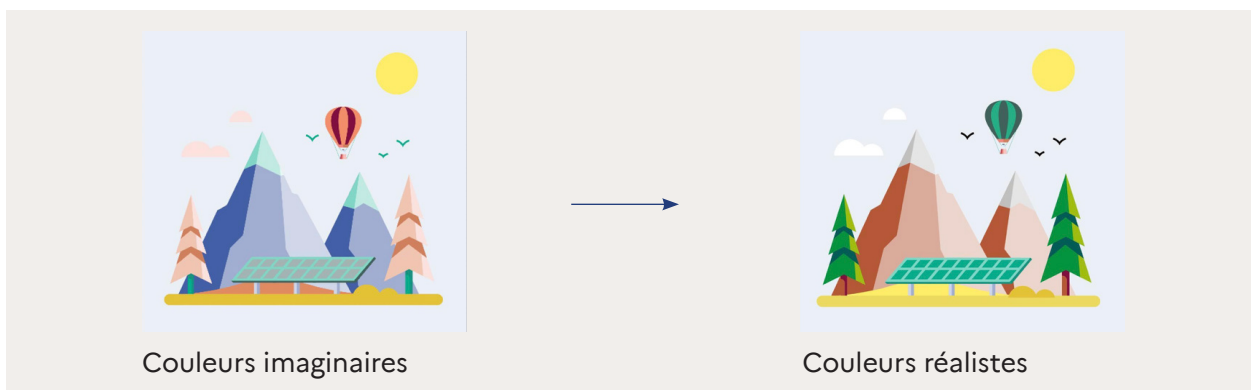
Sélectionnez des couleurs réalistes, harmonieuses et correspondant à la thématique.

→ Le choix de la couleur doit accompagner le sens et la symbolique du sujet afin de permettre la compréhension globale de la communication.

Exemple

 À NE PAS FAIRE

 À FAIRE



Évitez un nombre de teintes trop important, qui complique la conception et la force de l'illustration.

→ La mise en évidence du propos doit être privilégiée par une mise en couleur des éléments les plus importants pour la compréhension. Les différentes teintes doivent être limitées.

Choisissez des teintes contrastées.

→ Les couleurs doivent être suffisamment contrastées pour permettre de différencier les éléments. Pour choisir les illustrations et images de votre document, la lisibilité et la clarté sont de mise.

Choisissez des images simples, dont le contenu est clair et ne laisse pas place à l'interprétation du message.

→ Il ne faut pas que l'illustration contraigne la compréhension globale. Elle doit véritablement illustrer le propos. Ne pas utiliser d'images abstraites.

Privilégiez des images concrètes, liées à la vie quotidienne.

→ Les images illustrant des objets connus du public sont plus compréhensibles.

Évitez les images comportant trop d'informations.

→ La simplicité de l'illustration est importante afin de véhiculer l'idée majeure de la communication.

Utilisez toujours la même illustration pour représenter un objet.

→ Les représentations communes et l'imaginaire collectif permettent de stabiliser une idée partagée. La répétition d'un élément permet d'en ancrer la compréhension.

Diversifiez les représentations des publics représentés (âge, ethnie, genre, image corporelle).

→ Veillez à inclure tout le public dans les représentations utilisées, afin de ne pas véhiculer de rôles stéréotypés.

Emplacement des images

Utilisez toujours des images de qualité optimale, de façon à ce que l'image soit nette et précise.

→ Une image floue ou pixellisée entrave l'accès à l'information qu'elle illustre.

Pensez à accompagner votre illustration d'un texte explicatif : cela facilite sa compréhension par un plus grand nombre.

→ Lorsque l'information est placée exclusivement dans l'image, il est nécessaire de rédiger un texte de remplacement. En revanche, si l'image ne fait qu'illustrer des informations déjà présentes à proximité, le texte de remplacement doit être vide.

Positionnez une légende à proximité de l'image à proximité du texte qui lui est associé.

→ Si la légende suffit à décrire l'image, le texte de remplacement de cette dernière doit être vide.

Si votre document comporte plusieurs images.

- Veillez à utiliser des images différentes les unes des autres dans le cadre d'une explication d'une procédure ou d'un séquençage.
- Positionnez-les dans leur ordre de lecture, de gauche à droite puis de haut en bas.

Exemple



À FAIRE



Un ostréiculteur et son apprenti travaillant dans un parc à huîtres.

c. Les principes d'écriture

Le choix des mots et la construction des phrases sont tout particulièrement importants et peuvent constituer une barrière importante pour le grand public.

Clarté, simplicité, inclusion

Certaines règles sont simples à appliquer pour faciliter la lecture et la compréhension des contenus :

- Priorisez et hiérarchisez les informations selon leur importance.
- Structurez et organisez votre document en regroupant les informations selon les thèmes.
- Évitez le conditionnel.
- Évitez la forme passive.

Exemple



À NE PAS FAIRE



À FAIRE

« L'attestation doit être complétée »



« Complétez l'attestation »

Utilisez dans la mesure du possible des mots du quotidien du grand public.

→ Évitez les termes vagues, subjectifs ou relatifs. Le sens des phrases doit être univoque, le lecteur ne doit pas avoir à interpréter le propos (ou le moins possible).

Évitez les mots étrangers ou d'origine étrangère sauf s'ils sont bien connus de tous.

N'utilisez pas de jargon spécialisé.

→ Si cela est indispensable, expliquez les mots difficiles dès la première utilisation.

Évitez les césures en fin de ligne.

→ Elles compliquent la lisibilité des mots et la compréhension globale d'une phrase ou d'un texte.

Éviter les négations.

→ La communication positive a davantage d'impact et capte plus facilement l'attention que la notion d'exclusion.

Allez à l'essentiel.

→ Les périphrases et les énumérations ont tendance à perdre l'intérêt du lecteur et à diluer l'information principale.

Utilisez toujours le même mot pour dire la même chose.

Évitez les pluriels englobants.

Évitez les dates inutilement précises.

Exemple

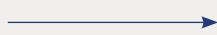


À NE PAS FAIRE



À FAIRE

« les locataires »



« le locataire »

→ Par exemple : « La démarche doit être accomplie depuis le 5 juillet 2002 », sauf si la date est récente (moins d'un an) ou essentielle à la compréhension (« Pour les citoyens nés avant le 3 juillet 1962... »).

Personnalisez la communication.

→ Autant que possible, adressez-vous directement aux citoyens, en utilisant le pronom « vous ». Pour l'émetteur, privilégiez la troisième personne du singulier.

Exemple

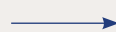


À NE PAS FAIRE



À FAIRE

« Les recommandations des autorités... »



« Il vous est recommandé de... »

Pour communiquer des consignes ou des recommandations, évitez les tournures impersonnelles ou stéréotypées.

Préférez la simplicité et l'immédiateté de l'impératif.

→ Ce mode établit une relation plus personnalisée.

Exemple



À NE PAS FAIRE



À FAIRE

« Vous ferez parvenir votre réclamation
à l'adresse suivante... »

OU

« Il est nécessaire de faire parvenir
votre réclamation à l'adresse suivante... »



« Faites parvenir votre réclamation à
l'adresse suivante... »

Présentez intégralement l'identité des personnes représentées.

→ Accompagner du prénom, nom, ainsi que du métier le cas échéant.

Diversifiez les représentations des publics représentés (âge, ethnie, genre, image corporelle).

→ Il ne faut pas véhiculer de stéréotypes, mais s'adresser à tous.

Incluez tout le monde.

→ Dans le cadre d'une communication publique, les notions de majorité et de minorité n'ont pas de sens. Il s'agit de s'adresser à tous les Français : un public large, dont la diversité doit toujours être prise en considération. Quel que soit le sujet abordé, veillez donc à ce que l'ensemble de la population française puisse se sentir concernée.

Optez pour la neutralité.

→ Les communications publiques s'adressent à l'ensemble des citoyens dans toute leur diversité, toutes opinions confondues. Pour pouvoir s'adresser au plus grand nombre et être compris, il est donc important d'observer une forme de neutralité tant à l'égard des opinions que des intérêts de chacun. Portez une attention particulière aux sources choisies (celles-ci doivent toujours être publiques) et veillez à utiliser un vocabulaire objectif et non connoté.

Choix des mots et des phrases

Adressez-vous aux Français dans un langage qu'ils connaissent.

→ Le vocabulaire et la syntaxe doivent être simples.

Évitez les termes et expressions trop techniques et privilégier un vocabulaire concret.

→ Faites relire votre texte par une personne extérieure au sujet pour vous assurer qu'il est bien compréhensible.

Exemple



NE DITES PAS



DITES PLUTÔT

« Dans le but de »



« Pour »

« Dans la mesure où »



« Si »

« Au sein de »



« Dans »

Exemple



NE DITES PAS



DITES PLUTÔT

« être dans l'obligation de »



« devoir »

« opposer une fin de non-recevoir »



« refuser »

« prendre une décision »



« décider »

Évitez les périphrases, métaphores et paraboles.

Exemple



NE DITES PAS



DITES PLUTÔT

« les forces de l'ordre »



« la police »

« la capitale » ou « la ville-lumière »



« Paris »

Faites court.

→ Évitez les phrases à multiples propositions. D'une longue phrase, faites plusieurs phrases courtes.

Exemple



NE DITES PAS



DITES PLUTÔT

« Face à la réémergence en France de maladies dont les conséquences sur la santé peuvent être très graves, la ministre des Solidarités et de la Santé a décidé de rendre obligatoires 11 vaccins indispensables pour les jeunes enfants, à compter du 1^{er} janvier 2018. »



« Des maladies potentiellement graves réapparaissent en France. Pour y faire face, la ministre des Solidarités et de la Santé a décidé de rendre 11 vaccins obligatoires pour les jeunes enfants, à partir du 1^{er} janvier 2018. »

Privilégiez la forme active.

→ La forme active doit primer sur la forme passive pour rendre plus concrète l'action de l'État aux yeux des citoyens. Plus directe, elle clarifie le sujet de l'action, l'action en elle-même et son objet.

Exemple



NE DITES PAS



DITES PLUTÔT

« Pour faciliter les démarches de justice des citoyens français, un site internet a été mis en place par le ministère de la Justice : justice.fr. »



« Le ministère de la Justice a mis en place justice.fr, un site internet pour faciliter les démarches de justice des citoyens français. »

Ponctuations

Utilisez le point sans réserve.

→ Plus vous l'utilisez, plus vos phrases sont courtes.

Utilisez raisonnablement la virgule.

→ Évitez les phrases trop longues, en apposition, ou les constructions complexes.

N'utilisez que rarement les points de suspension et le point d'exclamation.

→ Ces signes apportent une emphase ou un suspense qui sont rarement utiles ou souhaitables.

Évitez si possible le point-virgule.

→ Préférez des phrases courtes. Son usage est de moins en moins courant et peut avoir une connotation pompeuse.

Les nombres

Écrivez les chiffres en toutes lettres et les nombres avec des chiffres.

→ Toutefois, « millions » et « milliards » s'écrivent en toutes lettres.

Exemple

Un, deux, trois
18 ans, 20 000 participants
66,9 millions de Français, 70 milliards d'euros

Privilégiez l'utilisation d'ordre de grandeur aux pourcentages.

Exemple



NE DITES PAS



DITES PLUTÔT

« 25 % des Français »



« Un Français sur quatre »

Pour les dates, utilisez les chiffres.

→ À part pour les mois qu'il faut écrire en toutes lettres et sans majuscule.

Exemple

17 février 2020

Pour les horaires, utilisez seulement les chiffres et abrégez « heures » en « h ».

Exemple

20h30

d. Les principes structurels

L'architecture de la communication et la hiérarchisation des informations doivent suivre certaines règles afin d'être le plus accessibles possible.

Organisation de l'information

Il est important de prendre en compte dès la rédaction de votre communication plusieurs critères d'accessibilité de votre communication.

Assurez-vous que le contexte et l'objet du texte ont été clairement définis dès l'introduction.

→ Le respect d'un travail de contextualisation et de définition est important afin de créer une ligne conductrice et d'accéder à l'information le plus facilement possible.

Rédigez des textes courts en respectant la règle : une idée = un paragraphe.

→ Les idées principales doivent être évidentes et structurées.

Faites apparaître la structure du texte au moyen de titres, sous-titres et intertitres en utilisant les styles proposés.

→ La mise en forme du document doit être structurée, harmonisée et visible.

Utilisez titres et intertitres et mettez en avant les éléments les plus pertinents.

→ Cela facilite la compréhension immédiate du contexte et du propos.

Généralisez l'utilisation de courts paragraphes « chapô ».

→ Entre le titre éventuel et le corps du texte, encourageant la lecture et résumant le propos qui est développé par la suite.

Exemple

 **NE FAITES PAS**

 **FAITES PLUTÔT**

TITRE

Titre 1

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer vitae lorem tincidunt, efficitur ligula vitae, placerat urna.

Titre 2

Praesent aliquam posuere tincidunt. Proin at fermentum ante. Nam vitae ex elit. Cras pulvinar justo id metus condentum sodales.



TITRE

Titre 1

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer vitae lorem tincidunt, efficitur ligula vitae, placerat urna.

Titre 2

Praesent aliquam posuere tincidunt. Proin at fermentum ante. Nam vitae ex elit. Cras pulvinar justo id metus condentum sodales.

e. Les principes oraux

Les principes de clarté, de simplicité et d'inclusion s'appliquent également à la communication orale. Les principes linguistiques et structurels précédemment présentés sont également à prendre en compte lors d'une communication orale.

Une communication personnalisée

Utilisez la première personne pour parler de vous, utilisez la deuxième personne pour vous adresser à votre public.

Exemple



NE DITES PAS



DITES PLUTÔT

« Ces mesures présentées s'appliquent dès maintenant aux Français. »



« Les mesures que je viens de vous présenter s'appliquent à vous dès maintenant. »

Adaptation à son public

Prenez en compte les spécificités du public adressé : culture, handicap, maîtrise du français, maîtrise du calcul, etc..

→ La personnalisation du propos tenu et des informations délivrées rend sa réception puis compréhension plus facile.

Renforcez le message par des supports : films, tableaux, illustrations, photos, images, etc.

→ L'illustration du propos par un visuel ou un élément graphique permet de mieux s'appropriier le message. Ces éléments soutiennent le message écrit.

2. Les standards d'une communication accessible

Lors des allocutions, des points presse et des interviews, les membres du Gouvernement sont invités systématiquement à veiller à l'accessibilité de leurs interventions. Tous les citoyens, en situation de handicap, mais aussi les personnes maîtrisant mal le français ou dont la langue maternelle n'est pas le français, doivent accéder intégralement et en temps réel aux messages adressés à la Nation, qu'il s'agisse de consignes d'alertes, de recommandations ou d'informations.

Il en va de même pour les contenus diffusés par les institutions et les administrations publiques sur l'ensemble de leurs supports.

a. La langue des signes française

Les personnes sourdes s'exprimant en langue des signes française accèdent aux messages lorsqu'ils sont disponibles en LSF. L'interprétation en langue des signes française complète le sous-titrage. Ce dernier n'est pas suffisant pour toutes les personnes sourdes.

Exemple : les allocutions du président de la République et les points presse Direction générale de la santé sont traduits par un interprète diplômé pour que la traduction soit impérativement reprise dans l'image captée et diffusée :

- par les médias,
- sur les comptes de réseaux sociaux des ministres et de leur ministère.

Les recommandations concernant l'utilisation de la langue des signes française sont celles de la charte de qualité pour l'usage de la langue des signes française dans les programmes télévisés (voir « Outils et ressources »).

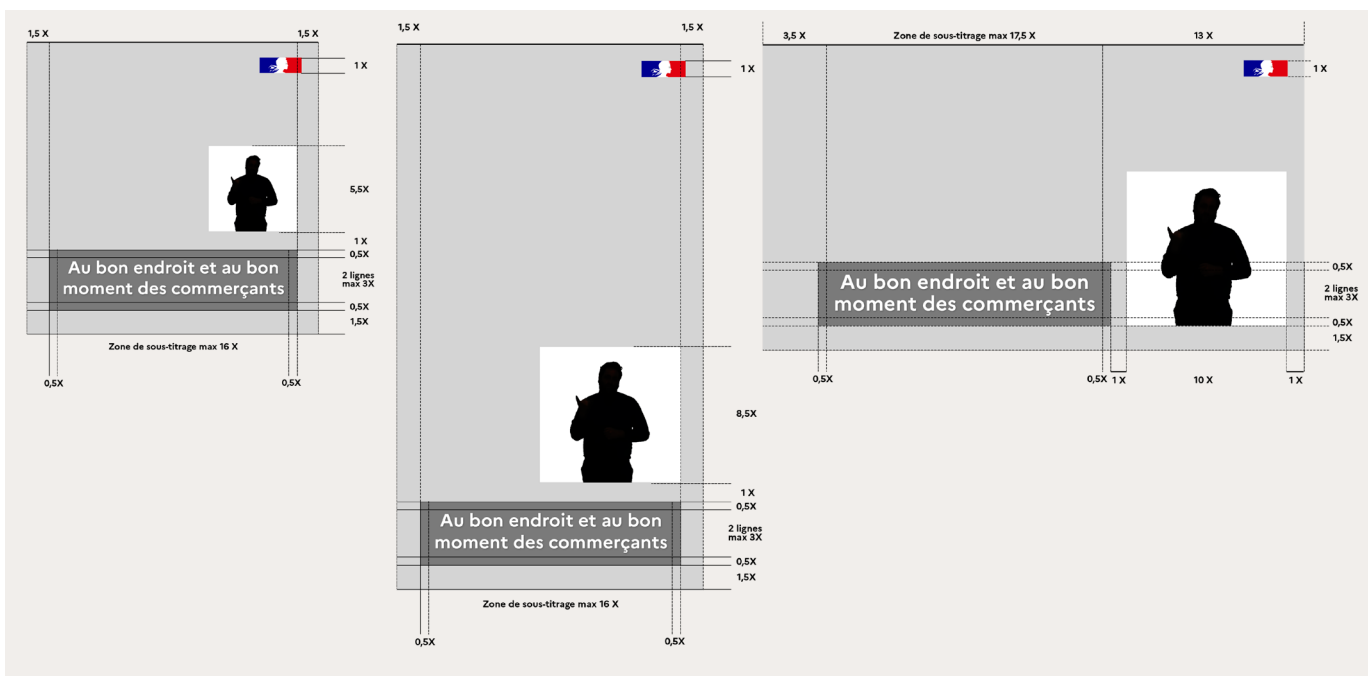
La vignette LSF doit être mise en forme de la façon suivante :

- privilégier la vignette LSF en bas à droite plutôt que l'insertion de médaillon LSF rond en haut à droite,
- il est recommandé de consacrer un tiers de l'écran au traducteur LSF.

Format carré

Format portrait

Format paysage



b. Le sous-titrage

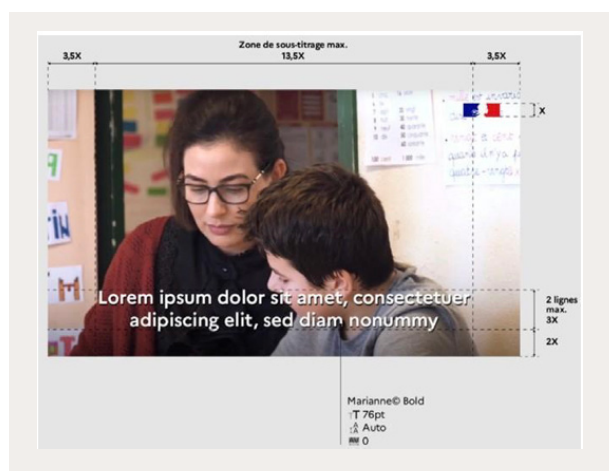
Pour l'ensemble des personnes sourdes ou malentendantes, ainsi que les Français qui accèdent aux contenus sans activer le son, le sous-titrage des interventions est nécessaire avec :

- **une transcription écrite simultanée** de préférence si les équipements le permettent.
Il existe plusieurs techniques : vélotypie (mobilisée par la présidence de la République), claviers professionnels de reconnaissance vocale et correction, sténotypie (prise de note par logiciel qui garantit la bonne transmission en langue française) ;
- à défaut, la diffusion, dès le début de l'intervention ou immédiatement après, du texte du discours, sur tous les supports utilisés pour diffuser l'intervention ;
- l'intégration du sous-titrage dans les vidéos non diffusées en direct ou après leur diffusion initiale.

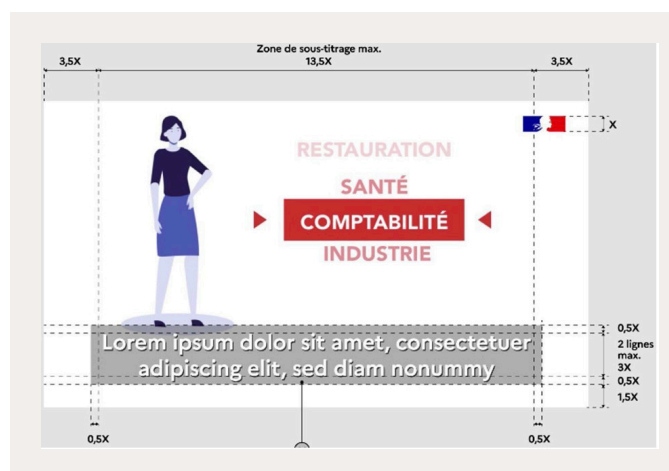
Les sous-titres doivent être mis en forme de la façon suivante :

- ils doivent être facilement visibles par tous : veillez à la taille, la police et aux contrastes ;
- les bandeaux permettent de s'assurer d'une bonne visibilité lorsque le fond n'est pas uni.

Gestion sur fond foncé



Gestion sur fond clair



Pour plus de lisibilité du sous-titrage, il est recommandé d'ajouter systématiquement un cadre, quelle que soit la couleur du fond, sauf si celui-ci est unanimement foncé. En effet, un fond clair, même partiel, et les couleurs mouvantes, rendent le texte moins lisible.

c. L'information simplifiée

Le souci de la précision des informations, notamment à caractère scientifique, se conjugue avec celui de la simplicité des messages pour que tous les citoyens, quels que soient leur niveau de maîtrise de la langue et leur niveau de littératie, et quelle que soit leur capacité réelle de compréhension, accèdent aux messages (oraux ou écrits).

Dans l'urgence et dans un souci d'accessibilité immédiate, privilégier les termes les plus simples et les formulations qui peuvent être comprises par n'importe qui sans ambiguïté (voir le Guide de SPF dans « Outils et ressources », la partie « Principes linguistiques » de la présente charte, ainsi que le Guide de l'information simplifiée).

d. Le facile à lire et à comprendre (FALC)

Pour aller plus loin, des prestataires peuvent reformuler les contenus en facile à lire et à comprendre (FALC).

Le FALC a été conçu par un groupe d'associations européennes représentant les personnes concernées par un handicap intellectuel. Les informations conçues en FALC sont ainsi simplifiées pour des personnes en difficulté pour accéder à l'information.

Ces prestations sont actuellement essentiellement assurées par les établissements et services d'aide par le travail (Esat). Un marché est disponible pour faciliter cette démarche.

Voir fiche pratique ci-après.

e. Les PDF accessibles

Tout document doit respecter une structuration et une présentation de l'information à l'aide de feuilles de styles et être enregistré dans un format accessible (type PDF accessible).

Voir fiche pratique ci-après.

f. Les fichiers texte

S'assurer que les documents qui sont diffusés en PDF accessibles soient également disponibles simultanément dans un format bureautique accessible ou au format HTML et que le chemin d'accès à ces ressources soit visible.

Joindre systématiquement une version accessible, visible sous le lecteur de la vidéo ou d'un tableau.

g. Le texte de remplacement

Un texte de remplacement (ou alternative textuelle ou texte alternatif), est un texte caché, décrivant une image ou un élément graphique et permettant à une personne malvoyante ou aveugle de prendre connaissance de son contenu à l'aide d'un logiciel de « lecteur d'écran ».

Pour les images purement décoratives, le texte de remplacement peut être saisi de deux façons :

- le texte de remplacement peut être vide afin qu'il soit ignoré par les technologies d'assistance,
- le texte de remplacement peut être complété par « image décorative ».

h. L'audiodescription

L'audiodescription (AD) consiste à décrire oralement les éléments visuels d'une œuvre à un public de personnes aveugles et malvoyantes, en vue de lui fournir les clés essentielles à sa compréhension.

L'AD rend accessibles et compréhensibles des contenus audiovisuels. Entre les dialogues ou les éléments sonores signifiants, le texte décrit les éléments visuels de l'œuvre (films, spots de campagne, etc.) : actions, mouvements, expressions, décors, costumes, etc..

L'AD transmet non seulement les informations contenues dans les éléments visuels, mais aussi leur puissance émotionnelle, leur esthétique et leur poésie.

L'activation et la désactivation de l'audiodescription au clavier et à la souris sur le lecteur doivent être possibles.

Tableau de synthèse des standards d'une communication accessible

Vous trouverez ci-dessous les standards obligatoires de la mise en accessibilité des contenus de communication en vigueur.

Pour l'ensemble des productions, veillez à respecter les pratiques suivantes :

- clarté ;
- lisibilité ;
- respect des contrastes couleurs.

Approche par type de document

PRISE DE PAROLE	Discours et conférence de presse des membres du Gouvernement (événements organisés au sein d'un ministère ou d'une administration publique)	LSF
		Sous-titrage
		Fichier texte
VIDÉOS	Vidéo RS (motion, reportage, clip...)	Sous-titrage
	Live Réseaux sociaux	Sous-titrage
	Spots de campagne (la version du spot avec la bulle LSF doit être diffusée a minima sur un canal de diffusion ; TV, RS, site...)	LSF
		Sous-titrage
		Texte de remplacement
IMAGES / PHOTOS	Image, infographie, vignette (publication RS et diffusion web)	Texte de remplacement
DOCUMENTS	Dossiers de presse/ rapports/ guides (supports créés dans le cadre de campagne bénéficiant d'achat média ; ou réalisé dans le cadre d'une priorité gouvernementale)	PDF accessible ou html
		Synthèse en FALC
	Graphique et tableau (diffusion web /PDF)	Texte de remplacement
AFFICHES	(diffusion web)	Texte de remplacement

3. Fiches pratiques - Respecter les standards d'accessibilité de la communication

1. Discours ou conférences de presse	38
2. Publications vidéos pour les réseaux sociaux	39
3. Création vidéo et animation	40
4. Live réseaux sociaux	41
5. Spots de campagne	42
6. Publications Instagram	43
7. Publications Facebook	45
8. Publications sur Twitter	46
9. Dossiers de presse, rapports, guides	48
10. Infographies et affiches	49
11. Articles web	50
12. Graphiques et tableaux	51
13. PDF accessibles	52
14. Facile à lire et à comprendre (FALC)	54
15. Word et PowerPoint	55
16. Contraste de couleurs	57
17. 8 points clés de l'accessibilité	58

Discours ou conférences de presse

- Qu'est-ce que c'est ?
- Comment les rendre accessibles ?
- Comment procéder ?
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Tous les discours et conférences de presse organisés par les services des ministères doivent être accessibles aux personnes sourdes, malentendantes, ou qui ne peuvent pas activer le son.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Interprétation en langue des signes française

Les allocutions du président de la République, des ministres et secrétaires d'État sont traduites par un **interprète diplômé**.

La traduction est intégrée dans la vidéo diffusée par les médias et sur les réseaux sociaux des ministres et de leur ministère.



LE PALAIS DE L'ÉLYSÉE

Compte rendu du Conseil des ministres du 14 juin 2022.

Sous-titrage

- Activer les solutions de sous-titrage automatique en direct proposées par les plateformes.

En rediffusion, ajouter un document de sous-titrage en .srt.

→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

- Ces discours doivent être **sous-titrés**.
- Une **retranscription texte** doit être mise à disposition.
- L'**interprétation en langue des signes française (LSF)** rend les informations accessibles aux personnes sourdes dont la LSF est la langue de communication

Retranscription texte

- Dès le début de l'intervention ou immédiatement après le prononcé, **le texte du discours ou de la conférence de presse doit être publié sur tous les supports** utilisés pour diffuser l'intervention, et **visible sous le lecteur des vidéos**.
- Formats : PDF accessible et/ou format bureautique accessible et/ou texte en HTML.



Élections législatives 2022

Déclaration d'Élisabeth Borne à l'occasion du second tour des élections législatives

Afficher la transcription

Madame et Messieurs, mes chers compatriotes,

Ce soir la situation est inédite. Jamais l'Assemblée nationale n'a connu une telle configuration sous la Ve République. Cette situation constitue

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubrique « Langue des signes française » de la charte d'accessibilité.
- Rubrique « Sous-titrage » de la charte d'accessibilité.

Publications vidéos pour les réseaux sociaux

- Qu'est-ce que c'est ?
- Comment les rendre accessibles ?
- Comment procéder ?
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Toutes les vidéos (ou animations vidéo, clips, spots) sur les réseaux sociaux doivent être accessibles, dans leur conception comme dans leur présentation dans le fil du réseau social.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Intitulés clairs

Un **texte d'introduction clair** facilitera la navigation des personnes qui utilisent un lecteur d'écran ou qui éprouvent des difficultés de compréhension.

- Reprendre les messages essentiels dans le texte accompagnant la vidéo.



→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

- Pour la conception de la vidéo, voir la fiche « Vidéos, animations vidéo, spots ».
- **Intituler clairement** votre vidéo pour faciliter la navigation de tous.
- Utiliser les solutions de **sous-titrage** proposées par les réseaux sociaux : intégrer un document texte ou un sous-titrage automatique.

Sous-titres

- Intégrer le texte à la conception de la vidéo ou **ajouter un document de sous-titrage** en .srt.
- YouTube permet de générer automatiquement des sous-titres. Vous pouvez télécharger le document .srt via YouTube.
- Pour les réseaux sociaux ne générant pas de sous-titres automatiques, il existe des outils comme MixCaptions (disponible sur l'AppStore : <https://apps.apple.com/us/app/mixcaptions-video-captions/id952426779>) ou AutoCap (disponible sur GooglePlay : https://play.google.com/store/apps/details?id=com.laika.kineticypovid&hl=en_US&gl=US)

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Voir la fiche « Publications Instagram », la fiche « Publications Facebook », la fiche « Publications Twitter » et la fiche « Live réseaux sociaux ».

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Toutes les vidéos et animations vidéo (dont des clips, spots, etc.) doivent être accessibles aux personnes sourdes ou malentendantes, aveugles ou malvoyantes. Le message doit être clair et compréhensible par tous.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Sous-titrage

Intégrer le texte à la conception de la vidéo ou ajouter un document de sous-titrage en .srt.

- Restituer l'ensemble des contenus véhiculés par la bande son de la vidéo.
- Associer le son de la vidéo à un fichier texte indépendant (souvent un fichier.srt)



Journée internationale de la sécurité sanitaire des aliments - 07 juin 2022

90 vues 8 juin 2022 Journée internationale de la sécurité sanitaire des aliments - 07 juin 2022.

→ Quels sont les bons gestes pour une bonne conservation des aliments ?

Retranscription ou alternative textuelle

- Publier le texte de la vidéo **sur tous les supports utilisés** pour diffuser l'intervention, de manière **visible sous le lecteur des vidéos**. Cette pratique permet notamment aux personnes malvoyantes ou aveugles d'utiliser leur lecteur d'écran ou une plage braille.
- Formats : PDF accessible et/ou format bureautique accessible et/ou texte en HTML.

→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

- Ces vidéos doivent être **sous-titrées** et associées à une **retranscription texte**.
- **Un titre et/ou un résumé** doit décrire clairement le contenu.
- **Les images**, dans le cas d'une animation vidéo, doivent contribuer à la compréhension du message, être faciles à comprendre et avoir des couleurs suffisamment contrastées entre l'arrière-plan et le premier plan.

Titre et/ou résumé

- Insérer un titre qui donne une idée claire du contenu et du contexte de la vidéo (par exemple, l'événement lié).

Information simple et facile à comprendre

- **Employer un langage courant, simple**, et des phrases courtes, adaptées à votre auditoire.

Conseil : faire relire par une personne non experte du sujet pour vérifier le niveau de compréhension.

Images lisibles et contrastées

- Dans le cas d'une animation vidéo, les images doivent être claires, faciles à comprendre et en lien avec le texte.
 - Le contraste de couleurs entre l'arrière-plan et le premier plan doit être supérieur à 4.5.
- Voir fiche « Contraste de couleurs ».

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubriques « Sous-titrage », « Principes graphiques » et « Principes d'écriture » de la charte d'accessibilité.

Comment rendre accessible ?

Live réseaux sociaux

- Qu'est-ce que c'est ?
- Comment les rendre accessibles ?
- Comment procéder ?
- Bonnes pratiques
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les « live » (vidéo en direct) permettent de diffuser des événements sur les réseaux sociaux, et/ou d'organiser des sessions de questions/réponses avec une personnalité publique.

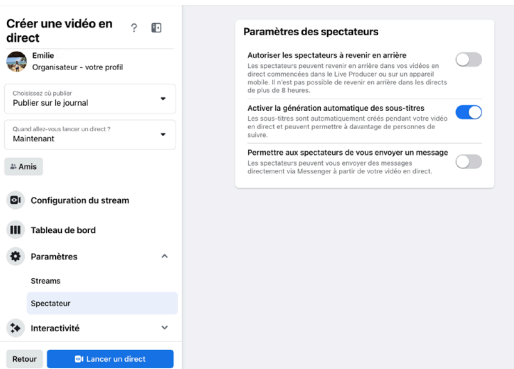
→ COMMENT PROCÉDER ?

Sur Facebook, YouTube

- Activer les solutions de sous-titrage automatique en direct proposées par les plateformes

Sur Facebook

- Dans l'outil de création de vidéo en direct, sélectionner « Paramètres » puis « Spectateur ».
- Cocher « Activer la génération automatique de sous-titres ».

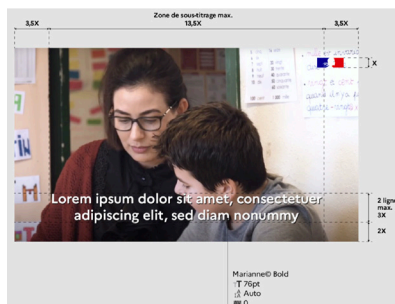


Sur YouTube

- Dans l'outil Diffusion en streaming, sélectionner Paramètres de flux.
- Choisir l'option « Sous-titres automatiques ».
- Choisir la langue française.

→ BONNES PRATIQUES

Les sous-titres doivent être facilement lisibles par tous : dans votre logiciel de montage vidéo, **veillez à la taille, la police et aux contrastes**. Si le fond n'est pas uni ou trop clair, ajoutez un bandeau.



→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

- Ces vidéos en direct doivent être sous-titrées. Cela permet aux personnes sourdes ou malentendantes d'accéder aux informations. Les personnes entendant, par confort ou dans certaines situations, peuvent également privilégier les sous-titres plutôt que d'activer le son.

- En rediffusion, ajouter un document de sous-titrage en .srt.

Sur Youtube : voir tutoriel complet : <https://www.youtube.com/watch?v=H9WcDqHnTDO>

Sur Facebook : voir tutoriel complet : <https://www.facebook.com/help/261764017354370>

Sur Instagram

- Après avoir pris ou téléchargé la vidéo, sélectionner « Paramètres avancés ».
- Activer « Sous-titres générés automatiquement ».

Sur Twitter, LinkedIn, Dailymotion

Ces plateformes n'ont pas intégré de systèmes de sous-titres automatiques.

- Créer le sous-titrage en même temps que la vidéo, dans votre outil de montage vidéo ou via un outil de sous-titrage automatique comme MixCaptions (AppStore) ou AutoCap (GooglePlay).

- En rediffusion, ajouter un document de sous-titrage en .srt.

Sur Twitter, le Média Studio permet d'ajouter des sous-titres. Voir la page d'aide : <https://help.twitter.com/fr/using-twitter/media-studio>

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubrique « Sous-titrage » de la charte d'accessibilité.

- Qu'est-ce que c'est ?
- Bonnes pratiques
- Comment procéder ?
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les spots de campagne TV et réseaux sociaux doivent s'adresser à tous les citoyens, y compris aux 12 millions de Français en situation de handicap.

Ils doivent être obligatoirement mis en accessibilité avec une bulle LSF – si le spot comporte du texte – pour une diffusion sur au minima un canal de diffusion (TV, web, chaîne Youtube, etc.)

→ COMMENT PROCÉDER ?

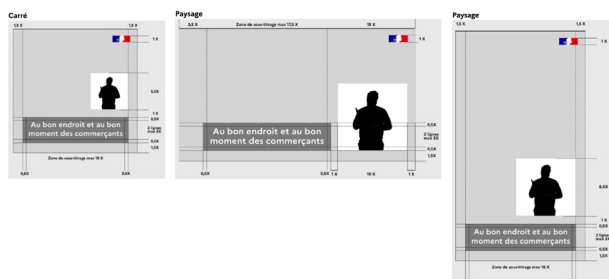
Traduction en LSF



Les spots de campagne sont traduits en langue des signes française par un interprète diplômé.

La vidéo de la traduction est ensuite encapsulée, en général dans le coin inférieur droit de la vidéo.

Voir dimensions adéquates ci-dessous :



→ BONNES PRATIQUES

• Concevoir la vidéo avec des phrases simples et claires et des images qui portent le message principal. Inclure des sous-titres et une retranscription (voir la fiche « Vidéos, animations vidéo, spots »).

• Diffuser sur au moins un média (par exemple, la playlist dédiée de gouvernement.fr sur YouTube : https://youtube.com/playlist?list=PLCm-8ROSSc7D24zD_RMqXRyADyloLLv_K) :

- Une version en langue des signes française (LSF)
- Une version en audiodescription quand la vidéo le nécessite.
- Une version textuelle visible sous le lecteur des vidéos. Cette pratique permet notamment aux personnes malvoyantes ou aveugles d'utiliser leur lecteur d'écran ou plage braille.

- Veiller à la bonne visibilité de l'interprète : incrustation qui couvre au moins 1/3 de l'écran, lumière diffuse, tenue vestimentaire contrastant avec le fond. Pour plus de détails, voir le Guide de mise en images LSF de l'Arcom sur <https://www.arcom.fr/>.

Audiodescription

Créer une piste audio supplémentaire, où la description de ce qu'on voit à l'image s'ajoute aux dialogues quand c'est nécessaire à la compréhension des personnes malvoyantes ou aveugles. Cette piste peut être activée dans les options des téléviseurs, ou diffusée telle quelle.

Retranscription ou alternative textuelle

• Publier le texte de la vidéo sur tous les supports utilisés pour diffuser l'intervention, de manière visible sous le lecteur des vidéos. Cette pratique permet notamment aux personnes malvoyantes ou aveugles d'utiliser leur lecteur d'écran ou une page braille.

- Formats : PDF accessible et/ou format bureautique accessible et/ou texte en HTML.

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubriques « LSF » et « Audiodescription » de la charte d'accessibilité.

- Qu'est-ce que c'est ?
- Comment les rendre accessibles ?
- Comment procéder ?
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les publications (« posts ») sur Instagram permettent de diffuser les actualités auprès d'un large public, le plus souvent sur smartphone. Elles doivent être accessibles à tous.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Texte

- **Écrire clairement**, avec des phrases courtes et un style direct.
 - **Conserver l'accentuation sur les majuscules** (exemple : É ou Ç). Sur un mobile, il suffit de maintenir le doigt sur la lettre à accentuer.
 - **#Hashtags** : mettre une majuscule au début de chaque mot pour aider à distinguer les différents mots, notamment pour les lecteurs d'écran.
- Par exemple, #TousAntiCovid est plus lisible que #TOUSANTICOVID.

Placer les hashtags à la fin des posts/tweets.



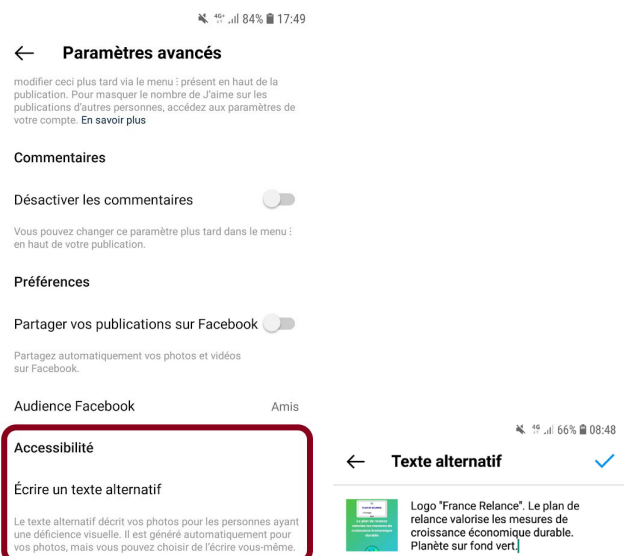
270 J'aime
justice_gouv La justice
1ère demande de changement de nom à la Mairie du 15e arrondissement de Paris à l'occasion de l'entrée en vigueur de la loi du 2 mars 2022 relative au choix du nom issu de la filiation.
Une procédure désormais très allégée et simple. Plus besoin d'une décision du ministère de la justice ni de motiver son choix. Nicole attendait cela depuis longtemps.
#1erjuillet #ChangementDeNom
Voir les 8 commentaires

→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

- **Le texte doit être clair** et lisible, adapté en particulier à une petite taille d'écran.
- **Les couleurs** des images doivent être suffisamment **contrastées**.
- **Un texte de remplacement** doit décrire les éléments visuels de l'image pour les personnes malvoyantes ou aveugles équipées d'un lecteur d'écran ou plage braille.
- Les vidéos doivent être **sous-titrées**.

Images

- **Vignette** : vérifier que le contraste des couleurs est suffisant entre le premier plan et l'arrière-plan (par exemple à l'aide de l'outil Color Contrast Analyser, ou du site Contrast Finder).
Voir fiche « Contraste de couleurs »).
- **Insérer un texte alternatif**.
Instagram génère un texte alternatif de remplacement automatique que vous pouvez modifier. Prendre une photo ou télécharger une photo existante sur Instagram.



- Modifier l'image selon le besoin, puis appuyer sur la flèche bleue.
- Sélectionner « Paramètres avancés ».
- Appuyer sur « Écrire un texte alternatif » sous l'entête « Accessibilité ».
- Écrire le texte dans la zone et appuyer sur la coche bleue.



Emojis

Chaque émoji a une description unique qui est transcrite de manière vocale par un lecteur d'écran.

- Utiliser les émojis à la fin des posts, avec parcimonie, et ne pas les répéter.
- S'assurer de leur signification exacte sur le site Emojipedia.org pour éviter les contresens.

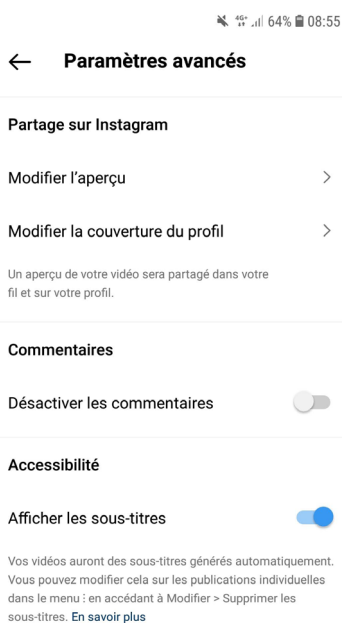
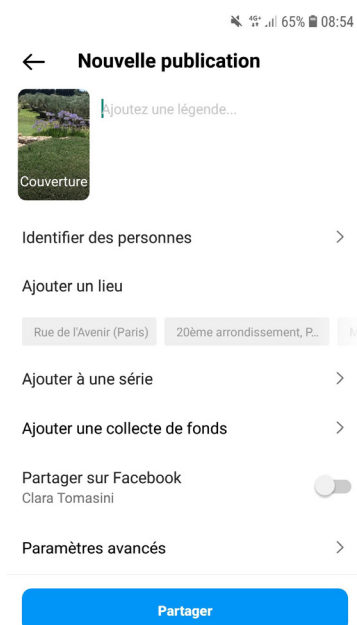
Stories

- Les stories Instagram ne sont pas encore très accessibles. Pour communiquer des informations importantes, il est nécessaire de les reporter sur le mur personnel.

Vidéo

Activer le sous-titrage automatique en direct. Instagram sous-titre automatiquement les vidéos.

- Charger ou enregistrer la vidéo, puis appuyer sur la flèche bleue et sur « Suivant ».
- Sélectionner « Paramètres avancés » et vérifier que « Afficher les sous-titres » est bien coché. Décocher cette option si la vidéo comporte déjà des sous-titres.



POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubriques « Principes d'écriture » et « Sous-titrage » de la charte d'accessibilité.
- [Page d'aide accessibilité d'Instagram.](#)

- Qu'est-ce que c'est ?
- Comment les rendre accessibles ?
- Comment procéder ?
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les publications (« posts ») sur Facebook permettent de diffuser l'actualité des ministères auprès d'un large public. Elles doivent être accessibles à tous.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Texte

- **Écrire clairement**, avec des phrases courtes et un style direct. Accentuer les majuscules.

- **Intituler les liens** et ajouter [IMAGE], [VIDÉO] ou [AUDIO] au début de l'intitulé.

Exemple : plutôt que « Cliquez ici », indiquer « Les règles sanitaires en détail » ou « [VIDÉO] La campagne de France relance »

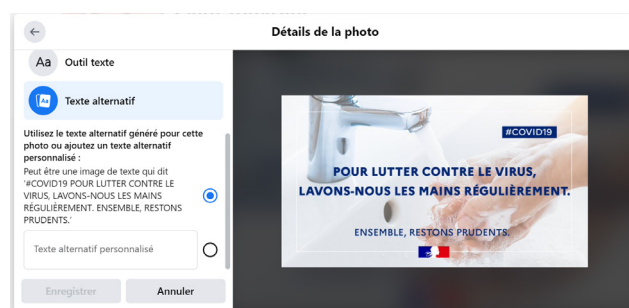
- **#Hashtags** : avec une majuscule, toujours après le texte.

Images

- **Vignette** : vérifier que le contraste des couleurs est supérieur à 4.5 (par exemple à l'aide de l'outil Color Contrast Analyser, à télécharger en ligne).

→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

- **Le texte doit être clair** et facilement lisible.
- Les images doivent être suffisamment **contrastées** et accompagnées d'un **texte de remplacement** afin de fonctionner avec les lecteurs d'écran ou plage braille des personnes malvoyantes ou aveugles.
- **Les vidéos** doivent être **sous-titrées** et une retranscription doit être proposée.



Insérer un texte de remplacement

- Au moment d'enregistrer la photo, cliquer sur « Modifier ».
- Valider le texte proposé ou en rédiger un autre (1 700 signes maximum).
- Un badge ALT (« texte alternatif ») s'affiche dans le coin de l'image.

Vidéo

Activer le sous-titrage automatique en direct.

- Dans l'outil de création de vidéo en direct, sélectionner « Paramètres » puis « Spectateur ».
- Cocher « Activer la génération automatique de sous-titres ».

- **En rediffusion**, ajouter un document de sous-titrage en .srt. Voir le tutoriel complet : <https://www.facebook.com/help/261764017354370>

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubriques « Principes d'écriture » et « Sous-titrage » de la charte d'accessibilité.
- Fiche « Contraste de couleurs ».

- Qu'est-ce que c'est ?
- Bonnes pratiques
- Comment procéder ?
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les publications sur Twitter (« tweets ») permettent de diffuser l'actualité auprès d'un large public. Les tweets sont rediffusés et commentés

→ COMMENT PROCÉDER ?



• Insérer un texte alternatif

- Au moment d'enregistrer l'image :
 - sur ordinateur, cliquer sur « Ajouter description » sous la photo ;
 - sur téléphone portable, appuyer sur le bouton rond + ALT en bas à droite de l'écran et rédiger un court texte (1 000 signes maximum) décrivant l'image et son message-clé.

Ne pas commencer la description par « image de » car l'image est détectée comme telle par les aides techniques.

Cliquer sur « Enregistrer » puis « Tweeter ».



→ BONNES PRATIQUES

- **Le texte doit être clair** et lisible, adapté en particulier à une petite taille d'écran.
- **Les couleurs** des images doivent être suffisamment **contrastées**.
- **Un texte de remplacement** doit décrire les éléments visuels de l'image pour les personnes malvoyantes ou aveugle équipées d'un lecteur d'écran ou d'une plage braille.
- Les vidéos doivent être **sous-titrées**.

Texte

- **Écrire clairement**, avec des phrases courtes et un style direct.
- **Conserver l'accentuation sur les majuscules** (exemple : É ou Ç). Sur un mobile, il suffit de maintenir le doigt sur la lettre à accentuer.
- **#Hashtags** : Mettre une majuscule au début de chaque mot pour aider à distinguer les différents mots, notamment pour les lecteurs d'écran.

Par exemple, #TousAntiCovid est plus lisible que #TOUSANTICOVID.

Placer les hashtags à la fin des posts/tweets.



Images

- **Vignette** : vérifier que le contraste des couleurs est suffisant entre le premier plan et l'arrière-plan (par exemple à l'aide de l'outil Color Contrast Analyser, ou du site Contrast Finder, voir fiche Contraste de couleurs).



Emojis

Chaque émoji a une description unique qui est transcrite de manière vocale par un lecteur d'écran.

- Utiliser les émojis à la fin des posts, avec parcimonie, et ne pas les répéter.
- S'assurer de leur signification exacte sur le site [Emojipedia.org](https://emojipedia.org) pour éviter les contresens.

Vidéo

Si la vidéo n'a pas déjà des sous-titres, 2 solutions :

- Inclure un document de sous-titres au format .srt. Au moment de charger la vidéo (sur ordinateur seulement), cliquer sur « Télécharger le fichier de sous-titres », charger un document au format .SRT et cliquer sur « Terminé. ».
- Ou ajouter des sous titres via l'outil Media Studio de Twitter.



POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubriques « Principes d'écriture » et « Sous-titrage » de la charte d'accessibilité.
- [Aide accessibilité de Twitter.](#)

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les documents doivent présenter un style et une structure compréhensible par tous et des alternatives aux formats qui peuvent gêner la lecture des personnes en situation de handicap.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Clarté

- **Adopter un langage courant** et faire des phrases courtes.
- **Rythmer le texte** par des paragraphes (90 mots maximum).
- **Expliciter les abréviations** et les acronymes.
- **Utiliser des images et pictos** pour aider à comprendre le texte.

Lisibilité

- Utiliser la police Marianne.
- **Ne pas justifier le texte pour faciliter l'utilisation des lecteurs d'écran.**
- **Marquer les listes** par des puces ou des numéros.

Structure

- **Hiérarchiser le document** par des titres et des sous-titres parlants.
 - **Associer des styles** à ces titres.
- Conseil : la suite Office propose des styles standardisés, qu'il n'est pas nécessaire de modifier. (voir Fiche pratique « Word » et « PowerPoint »).

→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

- Sur le fond, **utiliser un langage courant** et accessible.
- Sur la forme, **veiller à la lisibilité** du texte et des images.
- **Structurer** le document avec des titres hiérarchisés, associés à des styles existants.
- Fournir une fiche synthétique en **Facile à lire et à comprendre (FALC)**.

PDF accessible

Activer le Vérificateur d'accessibilité d'InDesign ou AcrobatPro avant de publier le document au format PDF (voir « Fiche pratique PDF accessible »).

FALC

Associer au document **une fiche synthétique** avec les principaux messages grand public, rédigée en « facile à lire et à comprendre » (FALC). Voir fiche facile à lire et à comprendre.

- Guide méthodologique de l'information simplifiée.
- Grille des 10 critères prioritaires pour rédiger en langage simplifié.

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubrique « Principes d'écriture » et « FALC » de la charte d'accessibilité.

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les infographies présentent des sujets importants et/ou complexes en mêlant texte et images. Pour certains publics, malvoyants ou qui éprouvent des difficultés de lecture, l'image peut constituer l'unique moyen de recevoir l'information.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Des images claires

- **Choisir des images simples et claires**, qui reflètent concrètement le contenu du message et renvoient à la vie quotidienne.
- **Utiliser toujours le même symbole** pour représenter la même chose.



Contraste

- **Vérifier le contraste des couleurs** entre l'avant et l'arrière-plan, et entre le texte et le fond. Il doit être supérieur à 4.5.

Outils : Colour Contrast Analyser ou le site <https://app.contrast-finder.org>

Voir Fiche pratique « Contraste de couleurs »..

→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

- **Choisir des images claires, concrètes** et faciles à comprendre, représentatives de la diversité du peuple français.
- **Veiller au contraste des couleurs** afin d'être lisible par tous.
- **Insérer un texte de remplacement** pour que les personnes malvoyantes puissent recevoir le message.

Texte de remplacement

- **Rédiger un texte de remplacement** qui décrit l'image, si celle-ci apporte une information et, si applicable, le lien vers lequel il renvoie. Ce texte ne sera pas visible par tous mais il pourra être lu par les lecteurs d'écran (synthèses vocales et plages braille).

Astuce : se demander si l'absence de l'image altérerait la compréhension du contenu. Si oui, renseigner le texte de remplacement.

- **Sur Word**, faire un clic droit sur l'image et choisir l'option « Modifier le texte de remplacement ».
- **Sur les logiciels Adobe (InDesign, Acrobat)**
 - Ouvrir le panneau Objet > Options d'exportation d'objet.
 - Sous l'onglet « Texte alt » écrire un texte de remplacement.
- **En ligne** : utiliser l'option « Texte de remplacement » dans l'édition de l'image proposée par la plupart des gestionnaires de site, ainsi que les réseaux sociaux (en général sous « Modifier » ou « Éditer »).

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubriques « Principes iconographiques » de la charte d'accessibilité.

- Qu'est-ce que c'est ?
- Comment les rendre accessibles ?
- Comment procéder ?
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les articles en ligne doivent être compréhensibles par tous, et leur mise en forme doit permettre l'accès des personnes aveugles et malvoyantes via un lecteur d'écran ou une plage braille.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Clarté

- Adopter un langage courant et faire des phrases courtes.
- Rythmer le texte par des paragraphes (90 mots maximum).
- Expliciter les abréviations et les acronymes.
- Utiliser images et pictos pour aider à comprendre le texte.

Lisibilité

- Ne pas justifier le texte pour restituer à la voix les contenus affichés à l'écran à l'aide d'un lecteur d'écran ou d'une plage braille.
- Marquer les listes par des puces ou des numéros.

Structure

- Hiérarchiser le document par des titres et des sous-titres aux titres parlants et dans un ordre logique.
- Associer des styles aux titres. En effet, pour qu'un titre soit interprété comme tel, notamment par les synthèses vocales, il ne suffit pas de modifier son apparence.

Outils de vérification de la structure

Headings Map

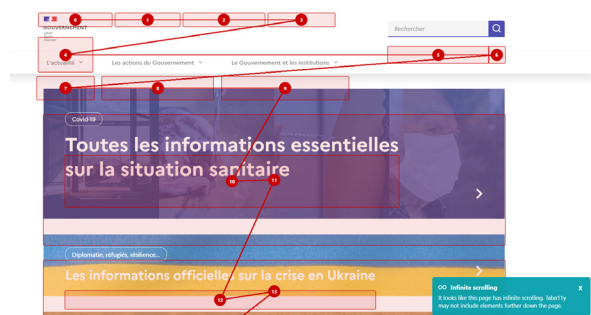


→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

- Sur le fond, utiliser un langage courant
- Structurer le document avec des titres hiérarchisés, associés à des styles et des tabulations, pour qu'il soit analysable par les lecteurs d'écran.
- Associer un texte de remplacement aux images et aux graphiques.

- Via le navigateur Chrome, aller sur la page Headings Map : <https://chrome.google.com/webstore/detail/headingsmap/flbjommegcjonpdmenkdiocclhjacmbi?hl=fr>. Cliquer sur « Ajouter à Chrome ».

- L'extension ouvre un volet dans votre navigateur et présente la structure de la page et les éventuelles erreurs à corriger.



Tab11y

- Via le navigateur Chrome, aller sur la page Tab11y : <https://chrome.google.com/webstore/detail/headingsmap/flbjommegcjonpdmenkdiocclhjacmbi?hl=fr>. Cliquer sur « Ajouter à Chrome ».

- L'extension (en anglais) présente le parcours que suivra le lecteur d'écran pour analyser la page et signale les erreurs éventuelles.

Images

- Utiliser des images cohérentes et concrètes, issues de la vie quotidienne.
- Associer un texte de remplacement aux images porteuses d'information.
- Voir fiche pratique « Images et infographies »

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubrique « Principes graphiques » de la charte d'accessibilité

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les graphiques et les tableaux permettent de résumer des informations et des données. Leur format doit être clair pour les personnes qui éprouvent des difficultés de lecture, et accessible aux lecteurs d'écran et plages brailles des personnes aveugles et malvoyantes.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Présentation

- **Limiter l'utilisation** des tableaux et graphiques pour simplifier la structure du document.
- **Utiliser le même modèle** dans l'ensemble du document.
- Préférer **plusieurs tableaux simples** (une ligne et une colonne) à un grand tableau complexe. Ne pas fractionner ou fusionner les cellules.
- **Renseigner les lignes d'en-tête** du tableau.
- **Ferrer le texte à gauche** ou, s'il est justifié, veiller à la répartition des espaces.
- **Utiliser les solutions prévues** par Indesign pour dessiner des tableaux de données.

Message

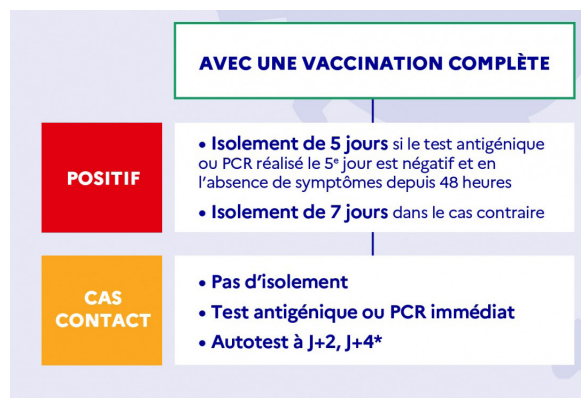
- **Donner un titre** à chaque tableau ou graphique pour faciliter la navigation.
- **Associer un texte de remplacement** à chaque graphique.
- **Sur Word** : faire un clic droit sur l'image et choisir l'option « Modifier le texte de remplacement ».
- **Sur les logiciels Adobe (InDesign, Acrobat)** : ouvrir le panneau Objet > Options d'exportation d'objet. Écrire le texte sous l'onglet « Texte alt ».

→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

- Choisir **des mises en formes simples et harmonisées** pour gagner en lisibilité.
- Toujours insérer **un titre et un texte de remplacement** pour que le contenu soit correctement interprété par les lecteurs d'écran.
- **La couleur ne doit pas être le seul moyen de passer le message** : expliciter le message par le texte autant que par l'image.

Couleurs

- **Différencier les parties du tableau** par un code couleur fort. Veiller à un contraste suffisant entre texte et fond.
- **La couleur ne doit pas être le seul véhicule de l'information**. Si la couleur passe un message (le rouge pour « non », par exemple), faire également figurer le message dans le texte.



POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubrique « Principes graphiques » de la charte d'accessibilité.

Comment rendre accessible ?

PDF accessibles

- Qu'est-ce que c'est ?
- Comment les rendre accessibles ?
- Comment procéder ?
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les PDF accessibles sont une obligation légale : le Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité (RGAA) impose de rendre accessible le document dans le format proposé en téléchargement.

Dans un PDF accessible, la structure du document permet aux lecteurs d'écran ou plage braille utilisés par les personnes aveugles et malvoyantes de restituer l'intégralité du contenu.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Balisage du texte

Les logiciels Adobe contiennent des outils intégrés pour vous accompagner dans la mise en accessibilité de vos PDF.

- Dans Acrobat Pro, sélectionner Outils > Assistant d'action > Accessibilité.

Contraste

- **Vérifier le contraste des couleurs** entre l'avant et l'arrière-plan, et entre le texte et le fond. Il doit être supérieur à 4.5.
- Outils : Colour Contrast Analyser (téléchargeable gratuitement) ou le site Contrast Finder : <https://app.contrast-finder.org>

Texte de remplacement

- **Associer à chaque image un texte de remplacement** qui décrit l'image, son message clé et, si applicable, le lien vers lequel il renvoie.
- Dans les logiciels Adobe (Acrobat, InDesign), utiliser le panneau Balises pour ajouter des textes de remplacement aux illustrations.

→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

- **Baliser le texte** afin de permettre l'utilisation de lecteurs d'écran et la navigation via tabulation pour les personnes avec un handicap moteur.
- **Veiller aux contrastes de couleurs.**
- **Associer des textes de remplacement** aux images.
- **Vérifier l'accessibilité globale** via le logiciel Adobe.
- **Renseigner le titre dans les informations du document** : un titre pertinent doit être renseigné et doit être représentatif du contenu du fichier PDF.

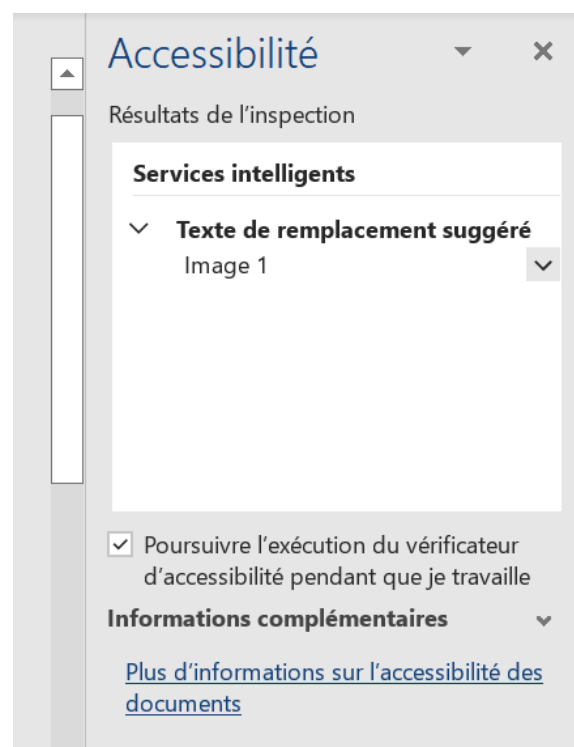
Vérifier l'accessibilité

Sous Adobe Indesign ou Acrobat Pro

Activer le Vérificateur d'accessibilité avant de finaliser le document.

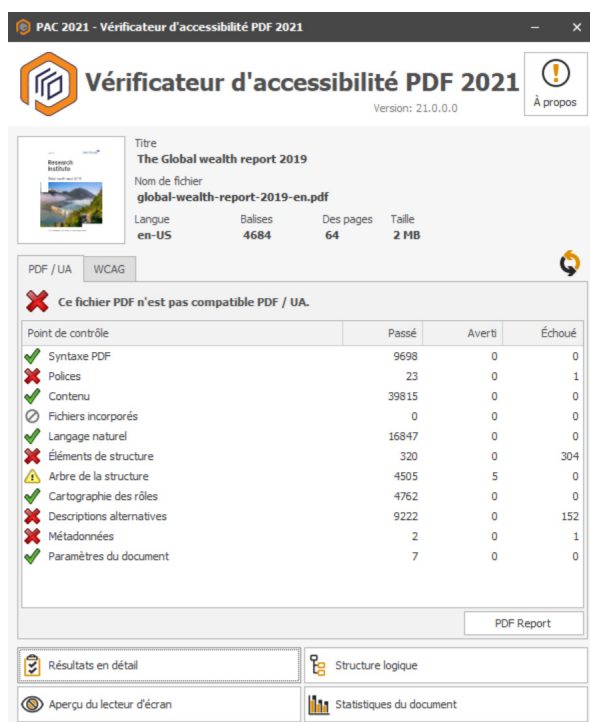
Un mode d'emploi complet est disponible dans l'aide Adobe : <https://adobe.ly/3Rb0zG3>

- **Sous Word**
 - Utiliser le vérificateur intégré d'accessibilité dans le Menu Révisions.
 - Corriger les problèmes détectés à l'aide des solutions proposées.
 - Cocher « Poursuivre l'exécution du vérificateur pendant que je travaille ».



- Avec le logiciel PDF Accessibility Checker

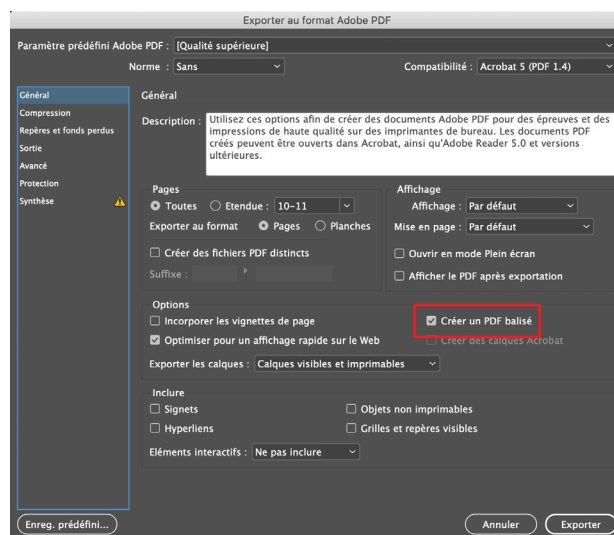
- Télécharger et installer le logiciel (libre et gratuit) sur <https://pdfua.foundation/en/pdf-accessibility-checker-pac>
- Cliquer sur le document pour importer le PDF à vérifier.
- Appliquer les recommandations.



- Exporter en PDF accessible

- Sous Indesign

- Fichier > Exporter et choisir PDF interactif (web) ou impression.
- Cocher « Créer un PDF balisé »
- Cliquer sur « Exporter ».



POUR EN SAVOIR PLUS :

- Module 6 de la formation « L'accessibilité numérique selon votre métier » sous Mentor.
- Manuel de l'association AcceDe : <https://www.pdf-accessible.com/>

Comment rendre accessible ?

Facile à lire et à comprendre (FALC)

- Qu'est-ce que c'est ?
- Comment les rendre accessibles ?
- Comment procéder ?
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Pour rédiger des textes simples et clairs pour le plus grand nombre de citoyens, il est utile de suivre les règles éditées pour les textes Facile à lire et à comprendre (FALC).

Les règles complètes du référentiel européen du Facile à lire et à comprendre, sont disponibles ici : https://unapei.org/ftp/liste_verification_falc_imprimable_v2020-01-14.pdf

→ COMMENT PROCÉDER ?

Il est possible de s'appuyer sur un prestataire ou solliciter un **établissement ou service d'aide par le travail (ESAT) du réseau UNAPEI**.

Cette dernière rassemble des associations dont un grand nombre d'établissements et services médico-sociaux.

→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

Pour élaborer ou synthétiser un document ou guide présentant toutes les informations nécessaires, il est nécessaire de respecter les principes suivants :

- **Organisation du document** : rédiger dans un ordre logique de présentation des informations (par exemple, chronologique).
- **Niveau de langage utilisé** : utiliser un niveau de langage simple pour un lecteur sans expertise sur le sujet, peu familier du langage administratif.
- **Illustrations du document** : les images ou pictogrammes doivent améliorer la compréhension du texte.
- **Typographie** : utilisez une police claire et sans empâtement.
- **L'implication des personnes concernées** : il est également obligatoire de faire relire le document par au moins une personne en situation de handicap intellectuel, pour s'assurer que le document a été compris.

C'est cette démarche d'implication de personnes en situation de handicap intellectuel qui permet d'**apposer le logo FALC** sur vos publications.



Logo FALC

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubrique « Principes d'écriture » de la charte d'accessibilité.
- Grille des 10 critères prioritaires pour rédiger en langage simplifié.
- Guide UNAPEI : N'écrivez pas pour nous sans nous !, disponible sur <https://www.unapei.org/publication/necrivez-pas-pour-nous-sans-nous/>

Word et PowerPoint

- Qu'est-ce que c'est ?
- Comment les rendre accessibles ?
- Comment procéder ?
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Les documents Word et PowerPoint doivent respecter quelques bonnes pratiques de rédaction, de mise en page et d'utilisation des fonctionnalités de Word ou de PowerPoint pour être « lus » par les personnes aveugles, malvoyantes, dyslexiques.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Clarté

- **Adopter un langage courant** et faire des phrases courtes.
- **Rythmer le texte** par des paragraphes (90 mots maximum).
- **Expliciter les abréviations** et les acronymes.
- **Utiliser des images et pictos** pour aider à comprendre le texte.

Lisibilité

- **Veiller au contraste entre la couleur du texte et du fond** (minimum 4.5 points : voir la fiche « Contraste de couleurs »).

Images

- **Veiller au contraste entre la couleur du texte et du fond** (minimum 4.5 points : voir la fiche « Contraste de couleurs »)

→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

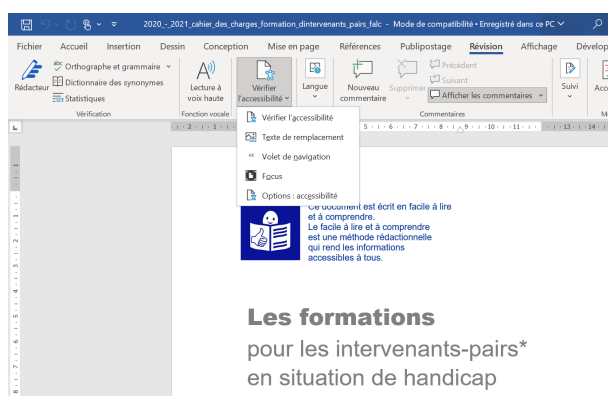
- Sur le fond, **utiliser un langage courant** et accessible.
- Sur la forme, **veiller à la lisibilité** du texte et des images.
- **Structurer** le document avec des titres hiérarchisés, associés à des styles existants.
- **Activer le vérificateur d'accessibilité** pour garantir l'accès aux personnes aveugles et malvoyantes.

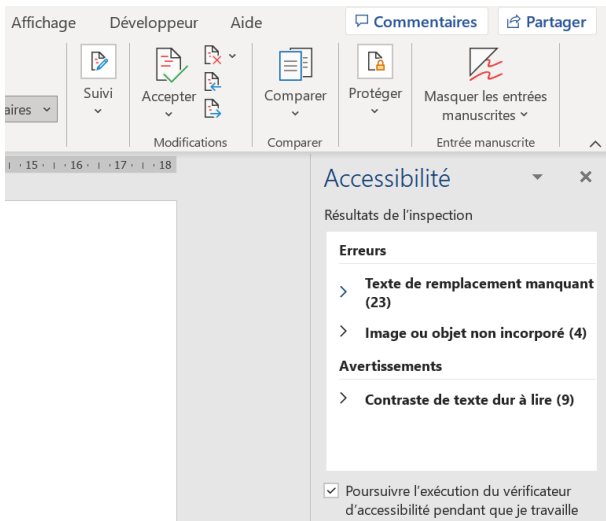
Structure

- **Hiérarchiser le document** par des titres et des sous-titres aux titres parlants. Pour PowerPoint, définir l'ordre des blocs de contenu.
 - **Associer des styles** à ces titres.
- Conseil : la suite Office propose des styles standardisés, qu'il n'est pas nécessaire de modifier.

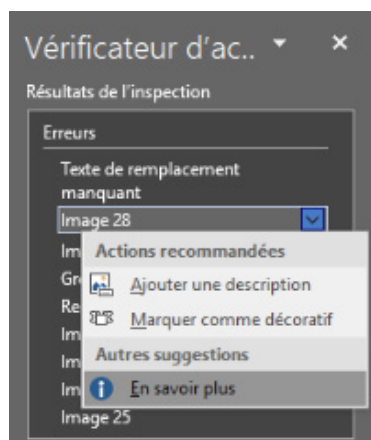
Vérification du document

- Toute la suite Office (Word, Excel, PowerPoint...) propose un outil de vérification d'accessibilité.
- Sous l'onglet Révision, cliquer sur « Vérifier l'accessibilité ».





- Cocher la case « Poursuivre l'exécution du vérificateur d'accessibilité pendant que je travaille ».



- Un volet s'ouvre à droite du document et signale les erreurs (éléments non-accessibles) et les Avertissements (éléments nécessitant une vérification manuelle).
- Sous l'onglet « Images », le vérificateur propose d'ajouter un texte alternatif ou de marquer le contenu comme décoratif.

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubrique « Principes d'écriture » de la charte d'accessibilité.
- Grille des 10 critères prioritaires pour rédiger en langage simplifié.

- Qu'est-ce que c'est ?
- Comment les rendre accessibles ?
- Comment procéder ?
- Pour en savoir plus

→ QU'EST-CE QUE C'EST ?

Dans toutes les images et documents visuels (illustrations, infographies, vignettes, etc.) un contraste de couleur suffisamment élevé permettra aux personnes malvoyantes ou souffrant de troubles cognitifs de recevoir correctement le message.

→ COMMENT PROCÉDER ?

Charte graphique de l'État

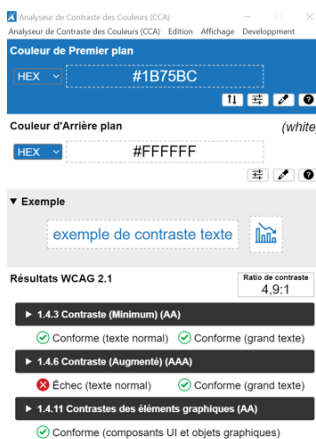
La charte graphique de l'État propose une palette principale (bleu France, blanc et rouge Marianne) et une palette de couleurs complémentaires, afin de garantir un contraste suffisant en thème clair et thème foncé.

- Choisir des couleurs contrastées sur ces palettes, disponibles sur le [site www.gouvernement.fr](http://www.gouvernement.fr)

Colour Contrast Analyser

- Télécharger le logiciel libre Colour Contrast Analyser : <https://colour-contrast-analyser.software.informer.com/2.4/>

- Prélever les couleurs avec la pipette pour chacune des deux couleurs à analyser.
- Si le contraste est supérieur à 4,5, le logiciel valide vos choix par des coches vertes, ou signale le manque de contraste par une croix rouge.



→ COMMENT LES RENDRE ACCESSIBLES ?

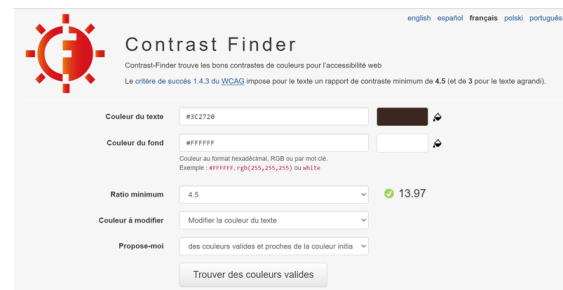
- La couleur d'un texte non gras inférieur à 18 points doit au minimum atteindre **un rapport de contraste de 4,5** par rapport à la couleur de son arrière-plan.
- **Les couleurs d'une image** doivent également être assez contrastées pour bien distinguer les différents éléments.
- **Dans un tableau**, le contraste peut permettre de bien différencier les parties et de hiérarchiser les informations.

Contrast Finder

- Aller sur le site de Contrast Finder : <https://app.contrast-finder.org/?lang=fr>
- Renseigner le code de la couleur sous format HEX (#123456), ou l'identifier à l'aide de la pipette pour chacune des deux couleurs à analyser.
- Le site vous donne le ratio de contraste, validé s'il est supérieur à 4,5.



Contraste insuffisant



Contraste suffisant

- Si le contraste est insuffisant, cliquer sur « Trouver des couleurs valides » pour que le site propose des alternatives.

POUR EN SAVOIR PLUS :

- Rubriques « Principes graphiques » de la charte d'accessibilité.
- [Charte graphique de l'État](#)

8 points clés à respecter pour rendre un document accessible

Le texte

- Utiliser une police simple et lisible de type « Spectral » ou « Marianne »
- Ne pas justifier le texte
- Conserver l'accentuation sur les majuscules
- 💡 Menu Insertion > Symbole ou utiliser les raccourcis clavier

La vérification

- Utiliser le vérificateur d'accessibilité disponible sur Word et Powerpoint
- 💡 Clic dans « révision » puis dans « vérification de l'accessibilité »

La forme

- Indiquer et hiérarchiser les titres et sous-titres
- Utiliser les listes à puces et/ou numérotées

Titre 1

Titre 2

1. Lorem ipsum dolor sit amet,
 - consectetur adipiscing elit,
 - sed do eiusmod tempor incididunt
 - ut labore et dolore magna.

Les images

- Expliquer l'image via un texte adjacent ou un texte de remplacement
- Clic droit sur l'image puis format de l'image puis texte de remplacement



Le message

- Utiliser un langage courant en évitant le jargon et les langues étrangères
- Expliquer les abréviations et acronymes
- Recommandation : 90 mots par paragraphe

Les vidéos

- S'assurer de la présence de sous-titres
- Vérifier la présence de l'icône qui permet l'activation des sous-titres

Les tableaux

- Donner un titre au tableau
- Utiliser des en-têtes de lignes et/ou de colonnes

SUIVI BUDGÉTAIRE

	JUILLET 2019	JUILLET 2020	JUILLET 2021
Achat d'espace	2 713 200	2 656 000	2 725 800
Études	104 900	105 300	96 000
Marché accessibilité	72 800	56 500	56 200
Formation	165 6000	148 700	147 600
Fourniture de bureau	24 600	28 900	27 700



Les couleurs

- La couleur ne doit pas être utilisée comme seule vecteur de communication
- Choisir un contraste de couleur suffisant
- 💡 Ajouter un changement de style ou bien un texte
- 💡 Outil pour aider à choisir les contrastes : Colour Contrast Analyser

4. Outils

Marchés interministériels activables

- **Contact SIG** : sig-marches@pm.gouv.fr

Tableau d'auto-contrôle

			STATUT : CONFORME / NON CONFORME
PRISE DE PAROLE	Discours et conférence de presse des membres du Gouvernement (événements organisés au sein d'un ministère ou d'une administration publique)	LSF	
		Sous-titrage	
		Fichier texte	
VIDÉOS	Vidéo RS (motion, reportage, clip...)	Sous-titrage	
	Live Réseaux sociaux	Sous-titrage	
	Spots de campagne (la version du spot avec la bulle LSF doit être diffusée a minima sur un canal de diffusion ; TV, RS, site...)	LSF	
		Sous-titrage	
		Texte de remplacement	
IMAGES / PHOTOS	Image, infographie, vignette (publication RS et diffusion web)	Texte de remplacement	
DOCUMENTS	Dossiers de presse/ rapports/ guides (supports créés dans le cadre de campagne bénéficiant d'achat média ; ou réalisé dans le cadre d'une priorité gouvernementale)	PDF accessible ou html	
		Synthèse en FALC	
	Graphique et tableau (diffusion web /PDF)	Texte de remplacement	
AFFICHES	(diffusion web)	Texte de remplacement	

Ressources utiles

- Circulaire du Premier ministre n° 6227-SG du 17 novembre 2020 relative à la mobilisation interministérielle pour un État plus inclusif.
- Manifeste pour un État inclusif : les 10 engagements, 2 décembre 2019.
- Référentiel de simplification et banque de pictos, 2022.
- L'essentiel de l'accessibilité de la communication sur mentor.gouv.fr :
 - Accessibilité numérique selon votre métier : <https://mentor.gouv.fr/catalog/314>
 - L'essentiel de l'accessibilité de la communication de l'État (3 modules) : <https://mentor.gouv.fr/catalog/262>

Personnes ressources

- **Conseil national consultatif des personnes handicapées (CNCPH)** et le réseau des membres du CNCPH : cncph@pm.gouv.fr
- **Secrétariat général du Comité interministériel du handicap (SG-CIH)** : cih.secr@pm.gouv.fr
- **Contact SIG** : accessibilite.sig@pm.gouv.fr

Guides de référence

- Guide Santé publique France & CNSA :

<https://www.santepubliquefrance.fr/presse/2018/communiquer-pour-tous-guide-pour-une-information-accessible-le-nouveau-referentiel-de-sante-publique-france>

- Guide information pour tous FALC – N'écrivez pas pour nous sans nous (Association Nous Aussi et UNAPEI)

<https://www.unapei.org/publication/necrivez-pas-pour-nous-sans-nous/>

- Informer les personnes aveugles ou malvoyantes. Partage d'expériences

<http://guide-malvoyance.inpes.fr/>

- Quand la malvoyance s'installe - Guide pratique à l'usage des adultes et de leur entourage

<http://guide-malvoyance.inpes.fr/>

- Charte de qualité pour l'usage de la langue des signes française dans les programmes télévisés

<https://www.csa.fr/Reguler/Espace-juridique/Les-relations-du-CSA-avec-les-editeurs/Chartes/>

Baromètres

- Baromètre santé sourds et malentendants (BSSM) 2011/2012

<https://www.santepubliquefrance.fr/docs/barometre-sante-sourds-et-malentendants-bssm-2011-2012>

- Baromètre CNSA des maisons départementales des personnes handicapées

<https://handicap.gouv.fr/grands-dossiers/mdph-feuille-de-route-2022/article/barometre-cnsa-des-maisons-departementales-des-personnes-handicapees>

Ressources pour le numérique

- Référentiel RGAA

<https://www.numerique.gouv.fr/publications/rgaa-accessibilite/>

**Service d'information
du Gouvernement**

20, avenue de Ségur TSA 80724
75334 Paris Cedex 1