



**PREMIER
MINISTRE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Charte d'accessibilité de la communication de l'État

Service
d'information
du Gouvernement

Mars 2021

ÉDITO
CHARTRE COMMUNICATION
GOUVERNEMENTALE ACCESSIBLE

L'action publique doit être comprise de tous les Français ; c'est le gage de son efficacité et la garantie d'une vie citoyenne épanouie. Cette condition nécessaire à la démocratie devient une nécessité vitale dans la crise sanitaire que nous affrontons depuis un an.

L'engagement que nous prenons, c'est de rendre accessible la communication gouvernementale et publique à tous les citoyens, en l'adaptant aux besoins particuliers des personnes handicapées.

L'engagement que nous prenons, c'est de permettre à chaque Français, quelle que soit sa situation, de pouvoir se saisir de ses droits.

Notre engagement, enfin, c'est d'orienter toute la société française vers un modèle inclusif, où chaque individu a les mêmes chances de s'épanouir dans sa vie personnelle, professionnelle et sociale. C'est à cette seule condition que chacun prendra sa part au projet collectif qui fait de nous une Nation.

Notre objectif est une mise en œuvre résolue de cette accessibilité.

Loin de nous détourner de notre objectif, la crise sanitaire nous en a rapprochés. Conférences de presse, consignes sanitaires, compte-rendu des conseils des ministres : l'accessibilité a progressé, que ce soit par la langue des signes ou le langage simplifié.

Pour autant, nous devons aller plus loin en généralisant ces pratiques à l'ensemble des champs ministériels, et en faisant de la mise en accessibilité un objectif inscrit dans l'action de tous les services de l'État, et notamment des services de communication.

Pour concrétiser cette démarche, le Gouvernement déploie des moyens exceptionnels.

La présente charte d'accessibilité de la communication de l'État entend fournir un socle de références et de règles communes à tous les ministères et services publics.

Dès 2021, il s'agit de franchir un palier dans l'amélioration des modalités de diffusion de l'information. Le Service d'information du Gouvernement accompagnera cette transformation inédite.

Cet engagement, c'est celui du Gouvernement, mais c'est aussi celui de l'ensemble du service public. Cet engagement, il est inscrit au cœur du projet présidentiel d'Emmanuel Macron. Cet engagement, il est force de progrès pour la société toute entière.

Ensemble, nous saurons nous montrer à la hauteur de ce défi pour que, non pas demain, mais dès maintenant, le handicap ne soit plus un frein à la vie citoyenne.

Jean Castex
Premier ministre

Sophie Cluzel
Secrétaire d'État auprès du Premier ministre en charge
des personnes handicapées

PRÉSENTATION DU DOCUMENT

Cette charte propose de réunir l'ensemble des règles et des bonnes pratiques en termes d'accessibilité de la communication. Destinée à la sphère interministérielle, elle a pour ambition de systématiser l'application de l'ensemble des pratiques d'amélioration de l'accessibilité d'ores et déjà actionnables.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	8
LEXIQUE DES PRINCIPALES ADAPTATIONS DE L'ACCESSIBILITÉ	10
1. LES GRANDS PRINCIPES D'UNE COMMUNICATION ACCESSIBLE	15
a. Principes graphiques	15
○ Police d'écriture	15
○ Couleurs	16
○ Tableaux, graphiques	17
○ Mise en page (textes et paragraphes, images, superpositions, etc.) et mise en évidence	18
b. Principes iconographiques	19
○ Choix des images et des symboles	19
○ Emplacement des images	20
c. Principes linguistiques	21
○ Clarté, simplicité, inclusion	21
○ Choix des mots et des phrases	23
○ Ponctuation	24
○ Les nombres	25
d. Principes structurels	26
○ Organisation de l'information	26
○ Le choix de l'information	27
○ L'explication de l'information	27
e. Principes oraux	28
○ Une communication personnalisée	28
○ Adaptation à son public	28
2. LES APPLICATIONS	31
a. Prises de parole – Premier ministre, ministres et secrétariats d'État	31
b. Contenu visuel et textuel - Ministères	34
c. Campagnes officielles	37
3. OUTILS & RESSOURCES	41
a. Marchés	41
b. Ressources utiles	41
c. Ressources	41
SYNTHÈSE - LISTE DES ADAPTATIONS ACCESSIBLES	45

INTRODUCTION

La Charte de la communication accessible répond à la nécessité de proposer une information lisible et compréhensible par tous, tenant compte des situations et besoins de l'ensemble de la population française et s'inscrivant dans la démarche du manifeste pour un État inclusif adopté lors du Comité interministériel du handicap de 2019.

C'est donc 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 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, que ce document rassemble quelques bonnes pratiques. 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. Ces recommandations doivent permettre de répondre aux besoins des personnes en situation de handicap (références citées) mais plus largement à ceux du grand public.

La volonté autour de ce document est de créer un référentiel commun autour des normes et des applications des communications de l'État dans la sphère interministérielle.

La présente charte vise ainsi à encourager et recommander toutes les améliorations possibles dans la manière de s'adresser aux citoyens, sachant que des engagements minimaux devront être tenus sur l'année 2021. 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.

Enfin, cette charte s'inscrit dans la continuité de la charte graphique de l'État et de ses grands principes.

Le guide écrit par Santé Publique France est la source d'inspiration majeure de ce document, notamment s'agissant des grands principes qu'il pose. C'est par ailleurs le document de référence en termes de communication accessible dans le milieu de la santé publique.

**LEXIQUE
DES PRINCIPALES ADAPTATIONS
DE L'ACCESSIBILITÉ**

○ La littératie :

La littératie est définie par l'OCDE comme « la capacité de comprendre, d'évaluer, d'utiliser et de s'engager dans des textes écrits pour participer à la société, accomplir ses objectifs et développer ses connaissances et son potentiel ».

○ Langue des signes française (LSF) :

Les personnes sourdes s'exprimant en Langue des signes française accèdent aux messages lorsqu'ils sont disponibles en LSF. Une partie des personnes sourdes peut avoir des difficultés pour accéder à l'information écrite, et pour ces personnes le sous-titrage ne suffit pas.

Ex : allocutions du Président de la République et des points presse DGS : traduits par un interprète diplômé pour que la traduction soit impérativement reprise dans l'image captée et diffusée :

- par les médias
- sur les réseaux sociaux sur les comptes 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 (cf. documents annexes).

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.

○ Sous-titrage :

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

- De préférence, si les équipements le permettent, l'incrustation d'une transcription écrite simultanée. Plusieurs techniques : vélotypie, claviers professionnels : reconnaissance vocale et correction, sténotypie (prise de note par logiciel qui garantit la bonne transmission en langue française). Exemple de la vélotypie mobilisée par la Présidence de la République, par exemple pour les allocutions du Président de la République ;
- A défaut, la diffusion, dès le début de l'intervention ou immédiatement à la fin du prononcé, 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 :

- Les sous-titrages doivent être facilement visibles par tous, veillez à la taille, la police et les 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 : dans cet exemple un texte noir peut aussi convenir (attention dans l'exemple le contraste bandeau/texte semble insuffisant)



- 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.

○ Contenu simple :

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. Cf Guide de SPF ou la présente charte.
- Pour aller plus loin, des prestataires peuvent reformuler les contenus en Facile À Lire et à Comprendre (FALC), à noter que des délais sont parfois nécessaires (et les mesures actuelles de sécurité peuvent compromettre le processus recommandé) ;
Le FALC a été conçu par un groupe d'associations européennes représentant les personnes concernées par une déficience intellectuelle. Les informations conçues en FALC sont ainsi particulièrement 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).

○ Supports écrits et visuels :

Pour que les personnes avec un handicap visuel puissent utiliser leurs équipements et applications dédiés :

- S'assurer que les documents qui sont diffusés en PDF soient également disponibles simultanément en .docx et en .txt ou format HTML ou ePub accessible et que le chemin d'accès à ces ressources soit visible.
- Décrire les informations essentielles transmises par l'image, par exemple sur les réseaux sociaux, et renseigner systématiquement le « texte alternatif », notamment sur Facebook et Twitter.
- S'assurer que les spots TV diffusent toujours une information audio.
- Joindre systématiquement une version en .docx ou en .txt, visible sous le player de la vidéo ou d'un tableau.

1.

LES GRANDS PRINCIPES D'UNE COMMUNICATION ACCESSIBLE

1. LES GRANDS PRINCIPES D'UNE COMMUNICATION ACCESSIBLE

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

a. 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, et elles peuvent être adaptées pour être accessibles aux personnes les plus en difficulté (le second aspect étant l'aspect réglementé).

○ Police 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 dessinée 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, flyers, 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 empattement 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,
- 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.

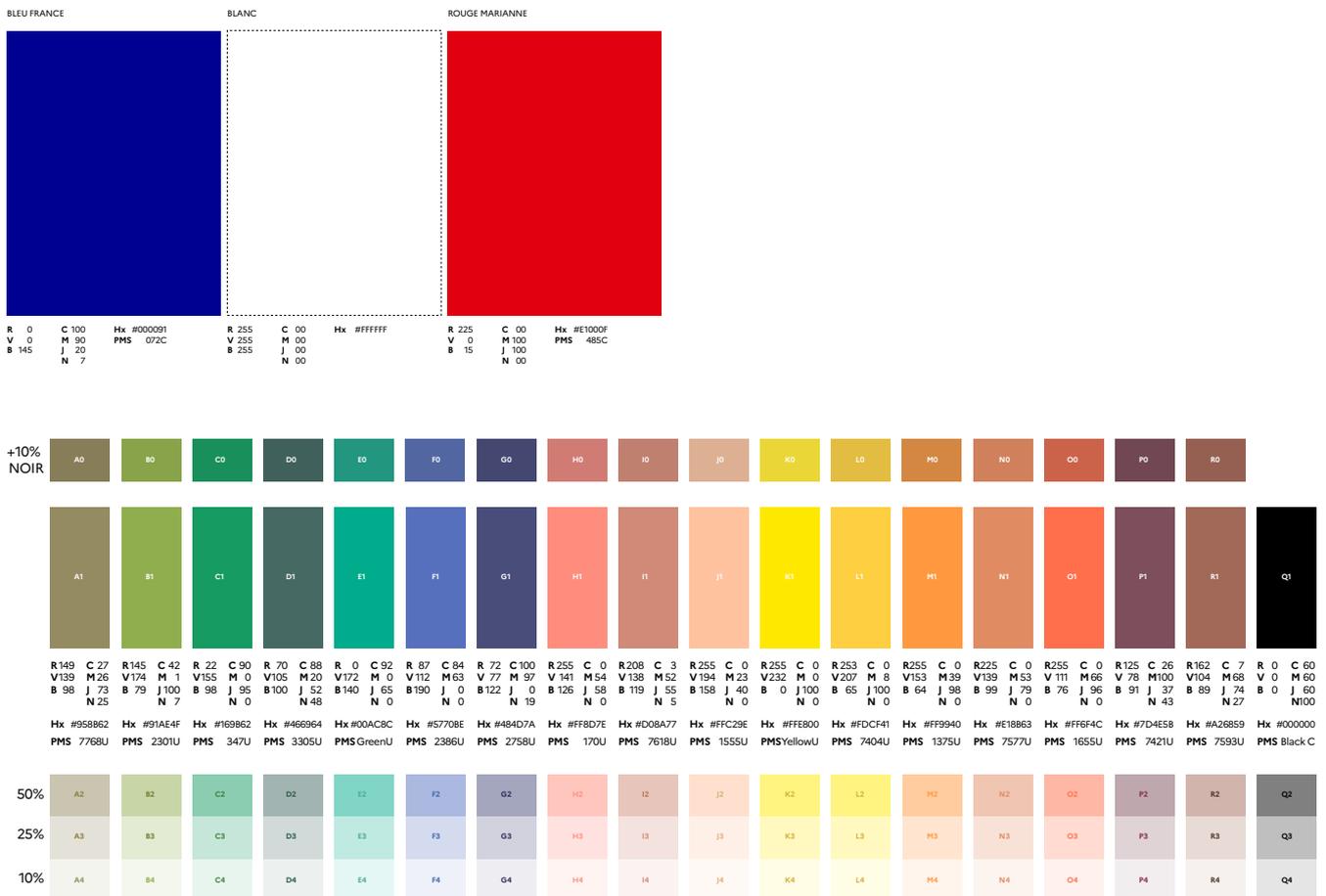
« Vous pouvez mettre en avant une citation avec la typographie Spectral »

○ Couleurs

- Choisissez 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 couleur suivante en s'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. Dans le cas d'une communication basée sur le texte, des teintes claires sont utilisées en fond et des couleurs fortes pour la typographie, favorisant une bonne lisibilité.

Un usage de la couleur dans la typographie, dans le cas d'une communication sur fond photo, est possible dans la limite de la lisibilité : la valeur de contraste entre la typographie et son fond doit être d'au moins 70%.

Exemple



○ Tableaux, graphiques

L'utilisation et l'élaboration des graphiques et des tableaux doit être faite en assurant la lisibilité de l'information par toutes et tous.

- Utilisez avec parcimonie les tableaux et graphiques. Privilégier 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.
Si le tableau ne peut être évité, le compléter avec une version accessible en .docx ou .txt.
- Harmonisez les mises en forme des tableaux dans un même document.
Si l'utilisation d'un tableau est nécessaire à l'éditorialisation d'un document, le même modèle doit être utilisé pour une uniformisation du document et une lecture harmonisée.
- Limitez le nombre de colonnes. Privilégiez l'utilisation de plusieurs petits tableaux, plutôt qu'un grand tableau complexe.
En regroupant les éléments par catégories globales cela permet de simplifier au maximum la structure des tableaux.
- Utilisez des contrastes de couleur important 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 permet de renforcer la hiérarchisation des informations.

Exemple

Colonne 1	Colonne 2
Ligne 1	La lecture est plus confortable pour l'œil quand le nombre de colonne 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

Pour mettre en page votre document, plusieurs principes sont à prendre en compte. 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 important et différents entre les mots, susceptibles d'engendrer des difficultés de lecture.
- **Utilisez des marges d'au moins 2,5 cm.**
L'agrandissement des marges permet l'allègement du document et participe à une lecture plus confortable et plus simple.
- **Utilisez des espaces avant et après les titres, et entre les paragraphes.**
Cela permet d'aérer le texte et d'en faciliter la 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 phrase en gras entières.
- **Pour énumérer des éléments, utilisez des listes à puces verticales.**
Elles permettent de lister des énumérations.
- **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

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

À FAIRE :

Alignez le texte à gauche, ou justifiez le texte seulement si les espaces entre les mots sont réguliers.

b. Principes iconographiques

Dans des campagnes, des documents illustrés ou encore des flyers, 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 le message écrit.

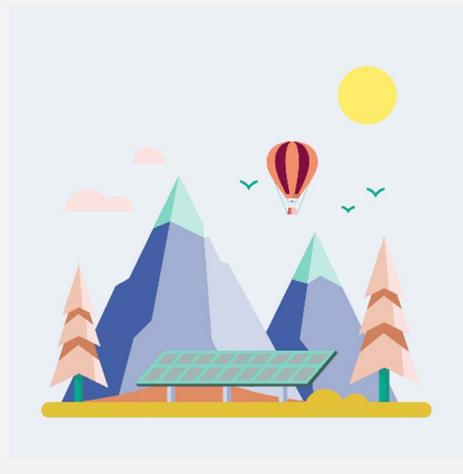
○ Choix des images et des symboles

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

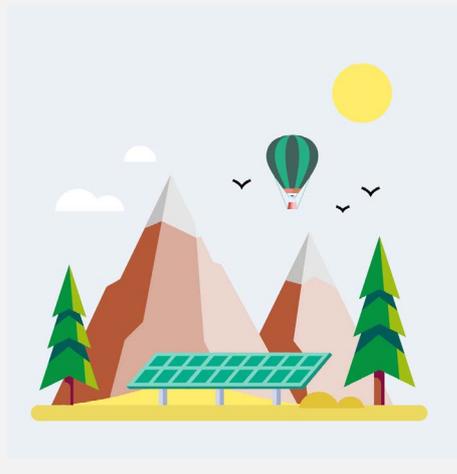
- **Choisissez des illustrations soutenant le message écrit.**
Attention aux pictogrammes parfois très symboliques ou aux illustrations très générales.
- **Sélectionnez des couleurs harmonieuses et correspondant à la thématique.**
Le choix de la couleur doit accompagner le sens et la symbolique du sujet afin de permettre la compréhension globale de la communication.
- **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 et les différentes teintes doivent être limitées.
- **Choisissez des teintes contrastées.**
Les couleurs doivent être suffisamment contrastées pour permettre de différencier les éléments.

Exemple

À NE PAS FAIRE



À FAIRE :



Pour choisir les illustrations et images de votre document, la lisibilité et la clarté doivent être 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 et elle doit véritablement illustrer le propos. Il ne faut 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 une 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).**
Veiller 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 pixélisée constitue une entrave à l'accès à l'information qu'elle illustre.
- **Pensez à accompagner votre illustration d'un texte explicatif : cela permet de faciliter sa compréhension par un plus grand nombre.**
Lorsque l'information est placée dans l'image il est nécessaire de rédiger un texte d'accompagnement. En revanche, si l'image est située à côté d'un contexte, en accompagnement, il n'est pas nécessaire : aucune information ne serait perdue.
- **Positionnez l'image à proximité du texte qui lui est associé.**
Son positionnement en tant que texte de remplacement doit être évident.

Exemple

À FAIRE :



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

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.

c. Principes linguistiques

Le choix des mots et la construction des phrases sont tout particulièrement importants et peuvent constituer une barrière importante tant symbolique que pratique.

○ Clarté, simplicité, inclusion

Clarté. La première exigence que doit s'imposer tout rédacteur de la sphère publique est la clarté. Plus la communication est claire, plus le sens du message parvient de façon immédiate aux citoyens. Pour plus de clarté, une expression directe, sans détour, est à privilégier.

Certaines règles sont simples à appliquer :

- Évitez le conditionnel.
- Évitez la forme passive.

Exemple

NE DITES PAS...

« L'attestation doit être complétée »

DITES PLUTÔT :

« Complétez l'attestation »

- N'utilisez pas de phrases ambiguës, dont la signification est équivoque. 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).
Il faut privilégier le sens premier dans le vocabulaire choisi afin de guider le lecteur au maximum vers l'information dont il doit prendre connaissance.
- N'utilisez pas de jargon spécialisé, les mots étrangers ou d'origine étrangère sauf s'ils sont bien connus.
Privilégier un vocabulaire communément admis afin de ne pas porter à confusion.
- Ne commencez pas une phrase par des termes imprécis.
Cela entraîne une perte d'intérêt pour l'information.
- Évitez les césures en fin de ligne.
Elles compliquent la lisibilité des mots et entrave la compréhension globale d'une phrase ou d'un texte.
- Ne pas mentionner d'exclusion dans un titre.
La communication positive a davantage d'impact et capte plus facilement l'attention que la notion d'exclusion.
Simplicité. L'exigence d'exactitude et l'ambition d'exhaustivité des acteurs de la vie publique peuvent parfois complexifier le propos. Or, la simplicité doit toujours être recherchée, même si cela peut impliquer de renoncer à certains détails.
- Allez à l'essentiel.
Les périphrases et les énumérations ont tendance à perdre l'intérêt du lecteur et à disperser l'information principale.

- Ne multipliez pas l'emploi des synonymes, qui peuvent donner l'impression que vous parlez de choses différentes.
Il faut privilégier le principe d'un mot pour une information. S'il y a besoin de revenir sur le terme, réutiliser le même mot afin qu'il agisse comme un repère.
- Évitez les pluriels englobants.

Exemple

NE DITES PAS...

« les locataires »

DITES PLUTÔT :

« le locataire »

- Évitez les dates inutilement précises
(par exemple : « La démarche doit être faite 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, ... »).
- Évitez les digressions qui font perdre le fil de lecture et affaiblissent le propos.
Inclusion. Les communications issues de la sphère publique s'adressent à tous les Français. Chacun doit donc se sentir concerné. Les rédacteurs doivent rechercher la proximité avec les lecteurs, en évitant les styles impersonnel, symbolique ou métaphorique, ainsi que les tons autoritaires, menaçant, moralisateur et accusateur.
- 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

NE DITES PAS...

« il est recommandé de... »

DITES PLUTÔT :

« Nous vous recommandons de... »

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

Exemple

NE DITES PAS...

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

DITES PLUTÔT :

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

ou

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

- Préférez la simplicité et l'immédiateté de l'impératif.
Ce mode établit une relation plus personnalisée.

- **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 et 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.

Pour plus d'information sur une communication inclusive, le Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes (HCE) a établi en 2016 une liste de recommandations pour une communication publique sans stéréotype de sexe.

○ Choix des mots et des phrases

- **Adressez-vous aux Français dans un langage qu'ils connaissent.**
Le vocabulaire et la syntaxe doivent être simples.
- **Éviter les termes et expressions trop techniques et privilégier un vocabulaire concret.**
Entre deux formulations, **choisissez donc toujours la plus simple**. Entre deux mots de vocabulaire, **choisissez toujours le plus courant**, sans tomber dans un registre familier.

Exemple

NE DITES PAS...

« Dans le but de »

« Dans la mesure où »

« Au sein de »

DITES PLUTÔT :

« Pour »

« Si »

« Dans »

Bien souvent, **un seul verbe suffit** :

Exemple

NE DITES PAS...

« être dans l'obligation de »

« opposer une fin de non-recevoir »

« prendre une décision »

DITES PLUTÔT :

« devoir »

« refuser »

« décider »

- Évitez les périphrases, métaphores et paraboles.

Exemple

NE DITES PAS...

« les forces de l'ordre »

« la capitale » ou « la ville-lumière »

DITES PLUTÔT :

« la police »

« Paris »

- **Faites court.**

Pour faire simple et pour gagner en efficacité, faites court. Évitez les phrases à multiples propositions. D'une longue phrase, faites plusieurs courtes phrases.

Exemple

NE DITES PAS...

« 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 1er janvier 2018. »

DITES PLUTÔT :

« 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 permet de clarifier le sujet de l'action, l'action en elle-même et son objet.

Exemple

NE DITES PAS...

« 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. »

DITES PLUTÔT :

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

○ Ponctuation

- **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.

- **N'utilisez pas le point-virgule.**

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...

« 25% des Français »

DITES PLUTÔT :

« 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. Principes structurels

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

○ Organisation de l'information

Il est important de prendre en compte dès la rédaction de votre communication plusieurs critères permettant de garantir à tous l'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 pour accéder à l'information le plus facilement possible.
- **Rédigez des textes moins denses en respectant la règle : une idée = un paragraphe.**
Les idées principales doivent être évidentes et structurées.
- **Faites apparaitre la structure du texte au moyen de titres, sous-titres et intertitres.**
La mise en forme du document doit être structurée, harmonisée et visible.
- **Facilitez la compréhension immédiate.**
Il est important de privilégier une mise en information fluide et rapide.
- **Utilisez titres et intertitres et mettez en avant les éléments les plus pertinents**
pour la compréhension immédiate du contexte et du propos.
Le lecteur doit pouvoir saisir immédiatement l'idée générale d'un texte, avant de se plonger dans une lecture détaillée.
- **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...

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 condimentum sodales.

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 condimentum sodales.

○ Le choix de l'information

Le choix de l'information doit être fait par une approche compréhensive du citoyen.

Il s'agit bien sûr de tenir compte des attentes des citoyens, de leurs questionnements et de leurs connaissances du sujet abordé : il faut alors s'assurer que les contenus proposés répondent réellement à leurs attentes et à leurs questionnements.

- **Tenez compte de la pluralité des destinataires**

Dans le cadre d'une prise de parole publique, les destinataires sont la plupart du temps très nombreux. Tous n'ont pas la même connaissance du contexte ou du sujet abordé, ni les mêmes clés de compréhension.

- **Soyez synthétique et concis, en ne présentant que les détails qui seront utiles à la compréhension du message.**

Il n'est pas nécessaire d'agrémenter un contenu par des éléments périphériques.

- **Donnez une information concrète et explicite.**

Pour cela, il convient de se poser les bonnes questions :

- Se poser la question des destinataires, avant d'écrire. À qui vous adressez-vous exactement : à tout le monde, ou à une partie de la population seulement ?
- Gardez toujours en tête les spécificités des destinataires pendant la rédaction. Quand c'est possible, prenez en compte les attentes qui ont été identifiées, répondez aux inquiétudes qui ont été exprimées.
- Privilégiez les sujets qui concernent directement les citoyens.

○ L'explication de l'information.

Enfin, toute information transmise doit être expliquée, pour que le message transmis soit sans équivoque.

- **Explicitiez l'objectif du document / de la communication.**

La mise en contexte et la raison d'être d'une communication doit être rappelée afin de l'introduire.

- **Ajoutez un contexte aux nouvelles informations et aux nouveaux concepts.**

Si un élément exogène est introduit, une mise en contexte doit être faite pour intégrer ces éléments au contexte global.

Avant de publier votre contenu, demandez-vous s'il est correctement contextualisé. Le lecteur peut-il facilement identifier le type de contenus qu'il consulte (informations pratiques, présentation d'un nouveau dispositif, etc.) ? Avez-vous utilisé une temporalité précise qui permet de dater le contenu ?

- **Apportez toute précision permettant de comprendre le propos ou des notions difficiles (« évitez la double négative »).**

Entre parenthèses ou en note de bas de page, selon le volume et l'impact sur le confort de lecture.

e. 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 soi, utilisez la deuxième personne pour s'adresser à son public.

Exemple

NE DITES PAS...

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

DITES PLUTÔT :

« Les mesure que je viens de vous présenter s'appliquent pour vous dès maintenant. »

○ Adaptation à son public

- Prenez en compte les spécificités du public adressé : sa culture, littératie, numératie.
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'approprier le message. Ces éléments permettent de soutenir le message écrit.

2.

LES APPLICATIONS

2. LES APPLICATIONS

Lors des allocutions, des points presse et des interviews, les membres du Gouvernement sont invités systématiquement à veiller à l'accessibilité de leurs interventions, pour que les citoyens en situation de handicap, mais aussi les personnes dont les compétences en littératie sont faibles, accèdent 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 qui doivent s'adresser à l'ensemble des citoyens. Les campagnes de communications

a. Prises de parole – Premier ministre, ministres et secrétaires d'État

Les personnes sourdes s'exprimant en Langue des signes française accèdent aux messages lorsqu'ils sont disponibles en LSF. Les allocutions du Président de la République et des points presse « Covid » sont traduits par un interprète diplômé pour que l'interprétation soit impérativement reprise dans l'image captée et diffusée par les médias et les réseaux sociaux sur les comptes des ministres et de leur ministère.

Pour l'ensemble des personnes sourdes ou malentendantes, ainsi que les Français qui accèdent aux contenus sans (pouvoir) mettre le son, le sous-titrage des interventions est nécessaire.

La vélotypie mobilisée par la Présidence de la République, par exemple pour les allocutions du Président est également un moyen à mobiliser, ou la diffusion, dès le début de l'intervention ou immédiatement à la fin du prononcé, du texte du discours, sur tous les supports utilisés pour diffuser l'intervention. Enfin, l'intégration du sous-titrage dans les vidéos non diffusées en direct ou après leur diffusion doit être opérée.

○ **Discours, conférence de presse Premier ministre, ministres et secrétaires d'État – à domicile (organisé par les services des ministères)**

LSF (pour direct et rediffusion)	Règle	En direct – Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation en simultané retransmise en direct. En différé - Recourez à une interprétation LSF dans les plus brefs délais, mais sans intervention sur place.
Sous-titrage (pour direct et rediffusion)	Règle	Sous-titrez les propos du ministre en direct (en transcription simultanée) et en rediffusion.
Fichier texte (a posteriori)	Règle	Mettez à disposition le texte du discours, sous un format compatible avec les dispositifs pour les personnes aveugles et malvoyantes (document nativement accessible : .doc ou .docx ou HTML ou .pdf accessible)

○ **Discours, conférence de presse Premier ministre, ministres et secrétaires d'État, en déplacement (organisé par les services déconcentrés ou des tiers à l'État)**

LSF (pour rediffusion)	Règle	En différé - Recourez à une interprétation LSF dans les plus brefs délais, si l'intervention sur place n'a pas pu s'organiser.
Sous-titrage (en rediffusion)	Règle	Sous-titrez les propos du ministre en rediffusion.
Fichier texte (<i>a posteriori</i>)	Recommandation	Mettez à disposition le texte du discours, sous un format compatible avec les dispositifs pour les personnes aveugles et malvoyantes (document nativement accessible : .doc ou .docx ou HTML ou .pdf accessible)
Transcription simultanée	Recommandation	Sous-titrez les propos du ministre en temps réel.
LSF (pour direct)	Recommandation	En direct – Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation en simultané retransmise en direct.

○ **Vidéo Premier ministre, ministres et secrétaires d'État**

Sous-titrage	Règle	Sous-titrez les propos du ministre en rediffusion.
Texte de remplacement (description)	Règle	Renseignez un texte de remplacement décrivant le contenu du spot vidéo.
LSF (pour direct et rediffusion)	Recommandation	En direct – Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation en simultané retransmise en direct. En différé - Recourez à une interprétation LSF dans les plus brefs délais, mais sans intervention sur place.
Transcription simultanée	Recommandation	Sous-titrez les propos du ministre en temps réel.

○ **Story vidéo**

Sous-titrage	Règle	Pour les fichiers édités, ajoutez les sous-titres.
LSF (pour direct et rediffusion)	Recommandation	En direct – Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation en simultané retransmise en direct. En différé - Recourez à une interprétation LSF dans les plus brefs délais, mais sans intervention sur place.

○ **Live sur les réseaux sociaux**

Sous-titrage (solutions automatiques des plateformes en direct)	Règle	Activez les solutions de sous-titrage automatique en direct proposées par les plateformes et les réseaux sociaux.
Sous-titrage (en rediffusion)	Règle	Sous-titrez les propos du ministre en rediffusion.
LSF (pour direct et rediffusion)	Recommandation	En direct – Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation en simultané retransmise en direct. En différé - Recourez à une interprétation LSF dans les plus brefs délais, mais sans intervention sur place.
Fichier texte (<i>a posteriori</i>)	Recommandation	Mettez à disposition le texte du discours, sous un format compatible avec les dispositifs pour les personnes aveugles et malvoyantes (document nativement accessible : .doc ou .docx ou HTML ou .pdf accessible)

b. Contenu visuel et textuel - Ministères

Le handicap visuel de nombreux Français les empêche de consulter les visuels (infographies en jpeg) et les documents dans des formats PDF s'ils ne sont accessibles. Pour qu'ils puissent utiliser leurs équipements et applis dédiés il est nécessaire de proposer une adaptation de formats.

Les documents diffusés en PDF doivent également être disponibles simultanément en .docx et en .txt et HTML et le chemin d'accès à ces ressources doit être visible.

Il est nécessaire de décrire les informations essentielles des visuels, par exemple sur les réseaux sociaux, et renseigner systématiquement le « texte alternatif », notamment sur Facebook et Twitter.

○ Article

Version nativement accessible	Règle	Mettez à disposition le dossier de presse dans une version nativement accessible : document nativement accessible (.doc ou .docx ou HTML ou .pdf accessible)
Texte FALC	Recommandation	Mettez à disposition un document reprenant les principaux éléments du document d'origine en français Facile à Lire et à Comprendre (FALC).

○ Infographies

Texte de remplacement (description)	Règle	Renseignez un texte de remplacement pour tout objet : une forme, une image, un graphique, etc.
Texte FALC	Recommandation	Mettez à disposition un document reprenant les principaux éléments du document d'origine en français Facile à Lire et à Comprendre (FALC).

○ Vignettes

Texte de remplacement (description)	Règle	Renseignez un texte de remplacement pour tout objet : une forme, une image, un graphique, etc.
Texte FALC	Recommandation	Mettez à disposition un document reprenant les principaux éléments du document d'origine en français Facile à Lire et à Comprendre (FALC).

○ **Dossier de presse**

Fiche synthétique en FALC	Règle	Mettez à disposition une fiche synthétique reprenant les principaux éléments du document d'origine en français Facile à Lire et à Comprendre (FALC).
Version nativement accessible	Règle	Mettez à disposition le dossier de presse dans une version nativement accessible : document nativement accessible (.doc ou .docx ou HTML ou .pdf accessible)

○ **Graphique / Tableau**

Texte de remplacement (description)	Règle	Renseignez un texte de remplacement pour tout objet : une forme, une image, un graphique, etc.
Texte FALC	Recommandation	Mettez à disposition un document reprenant les principaux éléments du document d'origine en français Facile à Lire et à Comprendre (FALC).

○ **Image**

Texte de remplacement (description)	Règle	Renseignez un texte de remplacement pour tout objet : une forme, une image, un graphique, etc.
-------------------------------------	-------	--

○ **Vidéos (motion, clip, etc.) sur le web et les réseaux sociaux**

Sous-titrage	Règle	Pour les fichiers édités, ajoutez les sous-titres.
LSF	Recommandation	Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation du contenu de la vidéo.
Texte FALC	Recommandation	Mettez à disposition un document reprenant les principaux éléments de la vidéo d'origine en français Facile à Lire et à Comprendre (FALC).
Texte de remplacement (description)	Recommandation	Renseignez un texte de remplacement décrivant le contenu du spot vidéo.

○ **Story vidéo**

Sous-titrage	Règle	Pour les fichiers édités, ajoutez les sous-titres.
LSF (pour direct et rediffusion)	Recommandation	En direct - Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation en simultané retransmise en direct. En différé - Recourez à une interprétation LSF dans les plus brefs délais, mais sans intervention sur place.

○ **Live sur les réseaux sociaux**

Sous-titrage (solutions automatiques des plateformes en direct)	Règle	Activez les solutions de sous-titrage automatique en direct proposées par les plateformes et les réseaux sociaux.
Sous-titrage (en rediffusion)	Règle	Sous-titrez les propos du ministre en rediffusion.
LSF (pour direct et rediffusion)	Recommandation	En direct – Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation en simultané retransmise en direct. En différé - Recourez à une interprétation LSF dans les plus brefs délais, mais sans intervention sur place.
Fichier texte (a posteriori)	Recommandation	Mettez à disposition le texte du discours, sous un format compatible avec les dispositifs pour les personnes aveugles et malvoyantes (document nativement accessible : .doc ou .docx ou HTML ou .pdf accessible)

c. Campagnes officielles

Le souci de la précision des informations, notamment à caractère scientifique, se conjugue avec celui de la simplicité des messages pour que tous les Français, et personnes non francophones, accèdent aux messages (oraux ou écrits), quelle que soit leur capacité réelle de compréhension :

- des prestataires peuvent reformuler les contenus en Facile À Lire et à Comprendre (FALC). Attention aux délais parfois nécessaires (et les mesures actuelles de sécurité peuvent compromettre le processus recommandé) ;
- dans l'urgence et dans un souci d'accessibilité immédiate : il faut privilégier les termes les plus simples et les formulations qui peuvent être comprises par n'importe qui sans ambiguïté.

○ **Dispositif display et numérique (DOOH, bannières web, etc.)**

Conformité au RGAA	Règle	Assurez-vous de la conformité du dispositif au RGAA
--------------------	-------	---

○ **Affiche (diffusion web)**

Texte de remplacement (description)	Règle	Renseignez un texte de remplacement pour tout objet : une forme, une image, un graphique, etc.
-------------------------------------	-------	--

○ **Infographies**

Texte de remplacement (description)	Règle	Renseignez un texte de remplacement pour tout objet : une forme, une image, un graphique, etc.
Texte FALC	Recommandation	Mettez à disposition un document reprenant les principaux éléments du document d'origine en français Facile à Lire et à Comprendre (FALC).

○ **Vignettes**

Texte de remplacement (description)	Règle	Renseignez un texte de remplacement pour tout objet : une forme, une image, un graphique, etc.
Texte FALC	Recommandation	Mettez à disposition un document reprenant les principaux éléments du document d'origine en français Facile à Lire et à Comprendre (FALC).

○ **Dossier de presse**

Fiche synthétique en FALC	Règle	Mettez à disposition une fiche synthétique reprenant les principaux éléments du document d'origine en français Facile à Lire et à Comprendre (FALC).
Version nativement accessible	Règle	Mettez à disposition le dossier de presse dans une version nativement accessible : document nativement accessible (.doc ou .docx ou HTML ou .pdf accessible)

○ **Clip de campagne (TV)**

Sous-titrage	Règle	Pour les fichiers édités, ajoutez les sous-titres.
LSF	Règle	Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation du contenu de la vidéo.
Audiodescription	Recommandation	Renseignez un texte en voix off décrivant les éléments visuels du clip.

○ **Vidéos (motion, clip, etc.) sur le web et les réseaux sociaux**

Sous-titrage	Règle	Pour les fichiers édités, ajoutez les sous-titres.
Texte de remplacement (description)	Règle	Renseignez un texte de remplacement décrivant le contenu du spot vidéo.
LSF	Recommandation	Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation du contenu de la vidéo.
Texte FALC	Recommandation	Mettez à disposition un document reprenant les principaux éléments de la vidéo d'origine en français Facile à Lire et à Comprendre (FALC).

○ **Story vidéo**

Sous-titrage	Règle	Pour les fichiers édités, ajoutez les sous-titres.
LSF (pour direct et rediffusion)	Recommandation	En direct - Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation en simultané retransmise en direct. En différé - Recourez à une interprétation LSF dans les plus brefs délais, mais sans intervention sur place.

○ **Live sur les réseaux sociaux**

Sous-titrage (solutions automatiques des plateformes en direct)	Règle	Activez les solutions de sous-titrage automatique en direct proposées par les plateformes et les réseaux sociaux.
Sous-titrage (en rediffusion)	Règle	Sous-titrez les propos du ministre en rediffusion.
LSF (pour direct et rediffusion)	Recommandation	En direct - Recourez aux services d'un interprète LSF pour une interprétation en simultané retransmise en direct. En différé - Recourez à une interprétation LSF dans les plus brefs délais, mais sans intervention sur place.
Fichier texte (<i>a posteriori</i>)	Recommandation	Mettez à disposition le texte du discours, sous un format compatible avec les dispositifs pour les personnes aveugles et malvoyantes (document nativement accessible : .doc ou .docx ou HTML ou .pdf accessible)

3.

OUTILS & RESSOURCES

3. OUTILS & RESSOURCES

a. Marchés

- Fiche dépenses accessibilité.

b. 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.

c. Ressources

- Jérémie Boroy, Président du CNCPH, et le réseau des membres du Conseil national consultatif des personnes handicapées (CNCPH) : jeremie@cncph.fr
- Sophie Rattaire, Coordinatrice interministérielle à l'accessibilité universelle, et le secrétariat général du Comité interministériel du handicap : sophie.rattaire@pm.gouv.fr
- <https://www.gouvernement.fr/contact/referent-accessibilite-numerique-du-service-d-information-du-gouvernement>

○ **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/Charte-de-qualite-pour-l-usage-de-la-Langue-des-Signes-Francaise-dans-les-programmes-televises-15-janvier-2015>

○ **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>

○ **Fiches pratiques**

- Fiches pratiques pour appropriation des recommandations essentielles.

○ **Ressources pour le numérique**

- Règlement RGAA

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

SYNTHÈSE
LISTE DES ADAPTATIONS ACCESSIBLES

SYNTHÈSE - LISTE DES ADAPTATIONS ACCESSIBLES

Les grands principes doivent être respectés pour l'ensemble des contenus de communication.

PAR TYPE DE SUPPORT

ET COMMUNICATION > ADAPTATION OBLIGATOIRE (2021) > POUR ALLER PLUS LOIN

PRISES DE PAROLE – PREMIER MINISTRE, MINISTRES ET SECRÉTAIRES D'ÉTAT		
Discours ou conférences de presse Organisés à domicile ou par les services des ministères	LSF (pour direct et retransmission) Sous-titrage (pour direct et rediffusion) Fichier texte (<i>a posteriori</i>)	
Discours ou conférences de presse Organisés «hors les murs», par les services déconcentrés ou des tiers à l'État	LSF (pour rediffusion) Sous-titrage (en rediffusion) Fichier texte (<i>a posteriori</i>)	LSF (pour direct) Transcription simultanée
Vidéo	Sous-titrage Texte de remplacement (description)	LSF (pour direct et rediffusion) Texte FALC
Story vidéo	Sous-titrage Sous-titrage (solutions automatiques des plateformes en direct) Sous-titrage (en rediffusion)	LSF (pour direct et rediffusion) LSF (pour direct et rediffusion) Fichier texte (<i>a posteriori</i>)
CONTENUS VISUELS ET TEXTUELS - MINISTÈRES		
Article web	Version nativement accessible	Texte FALC
Infographie	Texte de remplacement (description)	Texte FALC
Vignette	Texte de remplacement (description)	Texte FALC
Dossier de presse	Fiche synthétique en FALC	
Dossier de presse	Version nativement accessible	
Graphique / Tableau	Texte de remplacement (description)	Texte FALC
Image	Texte de remplacement (description)	
Vidéo (motion, clip, etc.) sur le web et les réseaux sociaux	Sous-titrage	LSF Texte FALC Texte de remplacement (description)
Story vidéo	Sous-titrage	LSF (pour direct et rediffusion)
Live réseaux sociaux	Sous-titrage (solutions automatiques des plateformes en direct) Sous-titrage (en rediffusion)	LSF (pour direct et rediffusion) Fichier texte (<i>a posteriori</i>)

CAMPAGNES OFFICIELLES		
Dispositif display et numérique (DOOH, bannières web, etc.)	Conformité au RGAA	
Affiche (diffusion web)	Texte de remplacement (description)	
Infographie	Texte de remplacement (description)	Texte FALC
Vignette	Texte de remplacement (description)	Texte FALC
Dossier de presse	Fiche synthétique en FALC Version nativement accessible	
Clip de campagne (TV)	Sous-titrage LSF	Audiodescription
Vidéo (motion, clip, etc.) sur le web et les RS	Sous-titrage Texte de remplacement (description)	LSF Texte FALC
Story vidéo	Sous-titrage	LSF (pour direct et rediffusion)
Live réseaux sociaux	Sous-titrage (solutions automatiques des plateformes en direct) Sous-titrage (en rediffusion)	LSF (pour direct et rediffusion) Fichier texte (<i>a posteriori</i>)

**Service d'information
du Gouvernement**

20, avenue de Ségur
TSA 80724
75334 Paris Cedex 1