

Rendre sa communication accessible aux personnes en situation de handicap

Introduction

« L'accès à tout, pour toutes ».

C'est ainsi que peut-être résumée la Loi Handicap 2005.

Ce principe conduit à raisonner en termes de « chaîne d'accessibilité continue » dont la rupture compromet l'accessibilité.

Les premiers maillons de cette chaîne sont l'information et la communication vers les personnes en situation de handicap.

Améliorer l'information pour les personnes en situation de handicap, c'est améliorer l'information et l'accueil pour tout le monde !

Principes généraux

- **Intégrer l'accessibilité à toutes les étapes d'élaboration de la communication** : graphisme, choix des supports, langage.
- **S'entourer des personnes et structures ressources** sur le territoire : elles seront de bon conseil et constitueront d'importants relais d'info.
- **Ne pas multiplier les supports.** Il n'est pas nécessaire de construire des documents de communication dédiés aux PSH, les informations spécifiques peuvent être intégrées dans les supports déjà existants.
- Réserver un **espace sur le site web et dans le programme** pour les informations pratiques dédiées aux personnes en situation de handicap. L'information doit être assez simple, précise et facile à trouver.

Quelles informations donner ?

- **Indiquer un contact de référence** sur les questions d'accessibilité avec différentes modalités de prise de contact et d'échange : mail, téléphone, courrier, sur place.
- **Indiquer clairement les conditions et modalités de réservation particulière**, s'il y a un nombre limité de places pour les personnes en fauteuil par exemple, si la personne doit être accompagnée, s'il y a gratuité pour l'accompagnant·e...
- **Informé sur toute la chaîne d'accessibilité** : préciser quels modes de transport, hébergements, services et contenus artistiques et culturels sont accessibles.
- **Faire preuve de transparence**, notamment en précisant aussi les lieux et services difficilement ou non accessibles. Être précis·e et objective (ex : 3 marches à monter, pente à 6 % sur 2 mètres...)

Des contenus accessibles

- **Structurer l'information de manière hiérarchique** : un titre clair, une introduction concise qui amène le sujet, un contenu bien organisé avec des sous-titres, des listes à puces.
- **Illustrer le propos** avec des images claires et des pictogrammes.
- Utiliser les pictogrammes officiels pour **indiquer les services accessibles** (boucles magnétiques, audio-description...) plutôt que les pictogrammes associés aux handicaps.
- **Associer les pictogrammes à un texte** lors de la première utilisation dans un document.
- **Donner des intitulés explicites aux liens.**

Des contenus accessibles

Deux méthodes permettent de rendre l'information compréhensible par toutes :

Le langage clair

Le langage clair est une pratique d'écriture structurée et présentée de façon à permettre aux lecteurices de trouver, comprendre et utiliser facilement les informations. Il est défini par la norme ISO 24495 et repose sur 5 principes fondamentaux :

- Définir le but du texte.
- Se mettre à la place du ou de la lecteurice.
- Placer le but au début du texte.
- Utiliser la voix active.
- Simplifier le vocabulaire.

Le Facile à Lire et à Comprendre :

Le FALC est une méthode qui permet de rendre l'information plus simple et plus claire notamment aux personnes en situation de handicap, dyslexiques, âgées ou encore maîtrisant mal la langue française. Le FALC suit des règles dédiées. Traduire un texte en FALC suppose de collaborer avec une ou des personnes en situation de handicap, pour s'assurer que le texte est bien compréhensible et obtenir la certification FALC. Souvent, rédiger en FALC suppose de simplifier les concepts et les propos, et de fait, nécessite de supprimer une partie de l'information.

Le design accessible

Les couleurs

- **Penser aux contrastes de couleurs** entre les fonds et les textes. Ne pas se fier à son œil ! Des sites internet permettent de vérifier les rapports de contraste. D'après le RGAA, le rapport de contraste attendu est de 4,5:1 au moins, cependant deux exceptions à cette règle sont possibles : si le texte fait plus de 24px, alors le contraste exigé est de 3:1 ou si le texte est écrit en gras et qu'il fait plus de 18,5px, alors le contraste exigé est de 3:1.
- **Si une information est donnée par la couleur** (sur un plan par exemple), **il faut la donner également par une autre méthode** (motif, étiquette...).
- **Certaines couleurs ont une symbolique communément admise** (rouge : ce qui est interdit, vert : ce est autorisé par exemple), respecter ces codes pour ne pas brouiller les messages.

Le design accessible

Les typographies et paragraphes

- **Utiliser des polices faciles à lire**, c'est-à-dire qui n'utilisent pas des caractères similaires pour des lettres différentes (I majuscule et l minuscule par ex.), sans « lettre miroir » (b et d, p et q symétriques) et avec des espacements suffisants. Certaines polices sont conçues pour être accessibles : Luciole, Atkinson Hyperlegible (utilisée dans ce document !)
- En général, **on évite les typographies trop décoratives ou complexes**, qui ne sont agréables pour personne. Si elle contient des symboles inhabituels ou des caractères qui remplacent les lettres, cela peut nuire à la lecture.
- **Ne pas mettre des majuscules** sur un texte entier.
- **Ne pas justifier ou centrer les textes** ni en print ni en ligne.
- **Utiliser un interlignage d'1,5.**

Le numérique accessible

- **Rendre son site internet accessible** grâce à des widgets ou dès la conception en cas de refonte.
- Construire un site avec une **arborescence simple** et ne pas multiplier les clics. En complément une page avec le plan du site permet à toustes de se repérer.
- **Structurer les pages web** avec des titres et sous-titres (H1, H2...) pour faciliter la lecture par les lecteurs vocaux.
- Pour les contenus visuels, prévoir des **légendes ou textes de remplacement** décrivant les photos et vidéos sur le site et les réseaux sociaux. Ne pas commencer par « image de », cette indication étant déjà donnée par le lecteur d'écran. S'il s'agit d'une image purement décorative, l'indiquer comme telle.
- **Sous-titrer les vidéos** (penser à relire les transcriptions automatiques).
- Proposer **une version du programme et des informations pratiques dans des formats adaptés (.doc, .txt ou .pdf)** et qui pourront être traités par différents outils : logiciels de synthèse vocale, imprimante, boîte mail.

Le numérique accessible

- **Sous-titrer les vidéos** (penser à relire les transcriptions automatiques).
- Proposer **une version du programme et des informations pratiques dans des formats adaptés (.doc, .txt ou .pdf)** et qui pourront être traités par différents outils : logiciels de synthèse vocale, imprimante, boîte mail.

Le Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité

Le RGAA a pour objectif de rendre le numérique accessible à tous. Il est constitué d'une centaine de critères.

<https://accessibilite.numerique.gouv.fr/>

Sur les réseaux sociaux

- **Écrire les informations essentielles dans le texte qui accompagne l'illustration** et pas seulement sur l'image.
- **Pour faciliter la lecture des hashtags**, mettre une majuscule au début des mots.
- **Éviter le faux gras, les caractères fantaisistes et les abus d'émojis** (et ne jamais remplacer un mot par un émoji).

Diffuser l'information

- **Penser à des supports différents** de présentation de la programmation ou des informations pratiques : audio, vidéo, en format texte pour la compatibilité avec les logiciels de synthèse vocale.
- **Envoyer les informations aux professionnel·les** : des structures d'accueil et structures ressources peuvent les relayer auprès de leurs membres.
- **Constituer également un fichier d'individuels** pour favoriser l'autonomie des personnes, et pouvoir leur transmettre les infos accessibles sans forcément passer par les associations.
- **Créer une newsletter dédiée** aux activités accessibles.