**FICHE PRATIQUE : COMMUNICATION ACCESSIBLE**

Table des matières

[1. Communication accessible : Pourquoi ? Pour qui ? 2](#_Toc102037345)

[2. Les bonnes pratiques 2](#_Toc102037346)

[3. S’adapter et adapter 3](#_Toc102037347)

[4. Ressources 4](#_Toc102037348)

# 1. Communication accessible : Pourquoi ? Pour qui ?

« Accessible et Inclusif sont 2 concepts différents. En design, l’accessibilité fait référence aux attributs qui rendent l’expérience ouverte à tous. Le design inclusif (ou universel) en revanche, fait référence à une méthode utilisée pour créer quelque chose qui, dès le départ, est imaginé pour être ouverte au plus de monde possible sans avoir à être modifié »[[1]](#footnote-1)

La création d’une communication accessible nécessite de savoir à qui l’on s’adresse. Les besoins d’accessibilité étant différents pour chacun, il faut connaître le public ciblé (handicap sensoriel, auditif, visuel…) Inclure la notion de « conception universelle » dès le début de son processus de communication permet de concevoir des documents qui sont immédiatement accessibles au plus grand nombre et évitent de créer des utilisateurs exclus.

# 2. Les bonnes pratiques

Les bonnes pratiques à mettre en place varient en fonction du moyen de communication utilisé (documents imprimés, supports numériques, images, communication orale…). Il y a quelques habitudes à mettre en place dès le début du processus de création, permettent d’établir une communication plus accessible.

-**Utiliser une formulation simple** : privilégier les mots courts, utiliser des mots courants (sans jargon), utiliser le même mot pour une même idée sans passer par des synonymes…

-**Prévoir des formats de fichier accessibles** : les documents PDF ne sont pas personnalisables et ne sont pas toujours compris par les lecteurs d’écrans, prévoir en complément un document type word.

-**Choisir une police lisible** et **favoriser l’alignement à gauche**. Ne **pas utiliser trop de lettres en capitale** quand elles ne sont pas nécessaires.

-**Structurer les documents** : pour faciliter la navigation, intégrer un sommaire, des titres et des sous-titres au document.

-**Illustrer les propos** avec des images et/ou des pictogrammes.

-**Intégrer un texte-alternatif** aux images porteuses de sens.

-Pour un contenu multimédia audio ou vidéo, **intégrer un sous-titrage ou une transcription.**

-Choisir un **contraste adapté entre le texte et le fond** : texte noir sur fond blanc reste le plus lisible.

# 3. S’adapter et adapter

Les bonnes pratiques à mettre en œuvre sont indispensables pour certains, utiles pour tous. On peut cependant adapter sa communication au public ciblé.

Suivant que notre communication s’adresse à un public malvoyant ou à un public en situation de handicap mental, alors les solutions d’accessibilités ne seront pas les mêmes.

Nous pourrions par exemple prévoir une version du document dite « **gros caractères** » : corps de 16 à 24, et favoriser **un espacement de 1,5 entre les lignes.**

De la même manière, nous pourrions créer une documentation en **FALC** (Facile à Lire et à Comprendre) avec l’aide de personnes en situation de handicap mental.

Intégrer quelques bonnes pratiques dans le but de créer une communication accessible est une démarche qui bénéficie au plus grand nombre, y compris aux publics n’étant pas a priori le cœur de cible de cette communication.

Rendre un document plus facile à lire le rendra non seulement accessible aux personnes en situation de handicap mental, mais également aux personnes ne maîtrisant pas bien la langue.

« La rampe d’accès est indispensable pour les personnes en fauteuil, nécessaire pour les personnes avec une valise ou une poussette, et utile pour tous. »[[2]](#footnote-2)

# 4. Ressources

[Charte d’accessibilité de la communication de l’Etat](https://www.gouvernement.fr/charte-d-accessibilite-de-la-communication-de-l-etat)

Logiciel de sous-titrage open source [Aegisub](https://aegisub.fr.uptodown.com/windows)

[Inclusive Publishing in Australia, An introductory guide, 2016](https://aipi.com.au/wp-content/uploads/2019/05/Inclusive-Publishing-in-Australia-1.pdf) (en anglais)

[Communiquer pour tous : Guide pour une information](https://www.santepubliquefrance.fr/docs/communiquer-pour-tous-guide-pour-une-information-accessible) [accessible,](https://www.santepubliquefrance.fr/docs/communiquer-pour-tous-guide-pour-une-information-accessible) Allaires & Ruel, Santé Publique France, 2021

Aller plus loin : Formation Oocity/SOUFFLEURS DE SENS : *Concevoir des contenus et des supports de communication et de publication accessibles à tous*

Fiche pratique réalisée par SOUFFLEURS DE SENS

Pôle Art et Handicap 75, Imago le Réseau 2022

1. Inclusive Publishing in Australia, An introductory Guide, Traduit de l’anglais par Victor Dobin [↑](#footnote-ref-1)
2. Communiquer pour tous : Guide pour une information accessible [↑](#footnote-ref-2)