

# Fiche pratique : Communication accessible

« Accessible et Inclusif sont deux 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

## 1. Communication accessible : Pourquoi ? Pour qui ?

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**

## 4. Quelques liens utiles

- [Charte d'accessibilité de la communication de l'Etat \(www.info.gouv.fr\)](http://www.info.gouv.fr).
- Logiciel de sous-titrage open source [Aegisub \(www.uptodown.com\)](http://www.uptodown.com).
- [Inclusive Publishing in Australia, An introductory guide \(www.aiipi.com\)](http://www.aiipi.com), 2016 (en anglais)
- [Communiquer pour tous : Guide pour une information accessible \(www.santepubliquefrance.fr\)](http://www.santepubliquefrance.fr), Allaires & Ruel, Santé Publique France, 2021
- Formation professionnelle Oocity/SOUFFLEURS DE SENS : Concevoir des contenus et des supports de communication et de publication accessibles à tous

Pour plus d'informations, contacter le pôle Art et Handicap 75 de Souffleurs de Sens : [contact@souffleursdesens.org](mailto:contact@souffleursdesens.org)

**1** Inclusive Publishing in Australia, An introductory Guide, Traduit de l'anglais par Victor Dobin

**2** Communiquer pour tous : Guide pour une information accessible