
MODULE N°4

Contenu, Accessibilité
& Visibilité



Partie 01

Pourquoi améliorer
l'accessibilité de son
contenu ?



L'accessibilité un droit fondamental



Cadre légal français

La loi 2005-102 garantit l'égalité des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées dans tous les domaines de la vie sociale.



Convention ONU

La Convention internationale sur les droits des personnes handicapées promeut l'inclusion et la participation pleine et entière à la société.



Impact social majeur

12 millions de personnes en France sont concernées par un handicap, représentant une part significative de votre audience potentielle.



Les 4 principes de l'accessibilité numérique

01

Perceptible

Le contenu doit être visible et compréhensible par tous les utilisateurs, quel que soit leur mode de perception sensorielle.

02

Utilisable

La navigation et l'interaction doivent être aisées pour tous, avec différents dispositifs et méthodes d'entrée.

03

Compréhensible

Le langage utilisé doit être clair, structuré et facile à comprendre pour tous les publics.

04

Adaptabilité

Les contenus doivent être compatibles avec les technologies d'assistance actuelles.



La diversité des handicaps

01



Déficiences visuelles

Cécité, malvoyance, daltonisme

02



Déficiences auditives

Surdité, malentendance

03



Handicaps moteurs

Mobilité réduite, troubles musculaires

04



Troubles cognitifs

Dyslexie, TDAH, autisme



Pourquoi adapter les contenus sur les réseaux ?

90%

Contenus non accessibles

La majorité des publications contiennent des images ou vidéos sans adaptation pour les personnes handicapées

12M

Personnes concernées

En France, un public considérable risque l'exclusion sans contenus adaptés

L'accessibilité améliore l'engagement et élargit considérablement la portée de vos publications. En rendant vos contenus accessibles, vous touchez un public plus large tout en respectant les droits fondamentaux !



Partie 02

Adapter les images et visuels



Le texte alternatif (en légende)

La clé pour les images accessibles



01

Définition claire

Une description concise et précise de l'image permettant aux lecteurs d'écran de transmettre l'information visuelle aux personnes aveugles ou malvoyantes.

02

Règles essentielles

Évitez les formulations comme "image de" ou "photo de". Privilégiez l'information utile et pertinente. Ponctuez correctement chaque phrase.

03

Distinction importante

Une infographie nécessite une description détaillée des données présentées, tandis qu'une image purement décorative peut avoir un texte alternatif vide.

Astuce pratique : Lisez votre texte alternatif à haute voix. S'il ne transmet pas l'essence de l'image, révisez-le.

Erreurs fréquentes dans les textes alternatifs



✗ Texte inadapté

Un texte alternatif trop long ou trop court ne remplit pas efficacement son rôle descriptif.

✗ Informations manquantes

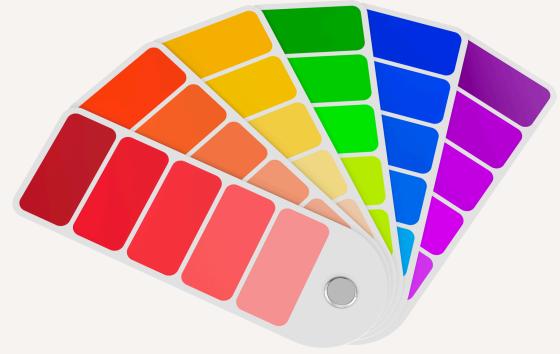
Oublier de décrire le texte incrusté dans l'image, les graphiques ou les données chiffrées rend le contenu incompréhensible pour les utilisateurs de lecteurs d'écran.

✗ Utilisation détournée

Le texte alternatif n'est pas uniquement un espace pour les crédits photographiques, les hashtags ou les éléments décoratifs sans signification.

Exemple correct : "Graphique en barres montrant une augmentation de 25% des ventes entre janvier et mars 2025, avec un pic en février à 150 000 euros."

Couleurs et contrastes



S'assurer d'un contraste suffisant

Les combinaisons de couleurs pâles / claires sont difficiles discerner.
Favorisez le contraste des couleurs sombres ou vives sur fond clair

Éviter les pièges

Les combinaisons rouge/vert sont problématiques pour les personnes daltoniennes. Privilégiez des contrastes clairs et des indicateurs visuels supplémentaires.

Tester facilement

Utilisez des outils gratuits comme Color Contrast Analyzer, WebAIM ou les vérificateurs intégrés dans Canva et Adobe.

Couleurs & Contrastes

exemple :

Mauvais contraste

Texte gris clair sur fond beige :
difficile à lire pour tous, impossible
pour les personnes malvoyantes.

Votre texte de paragraphe

Bon contraste

Texte noir sur fond clair : lisible
par tous, respecte les normes
d'accessibilité.

Votre texte de paragraphe

Partie 03

**Rendre les vidéos et
contenus audio accessibles**



Sous-titrage des vidéos



01

Sous-titres synchronisés

Les sous-titres doivent reprendre fidèlement les paroles prononcées ainsi que les sons importants (musique, bruits d'ambiance, effets sonores) pour une compréhension complète.

02

Vérification manuelle

Les sous-titres automatiques génèrent fréquemment des erreurs de transcription, particulièrement avec les noms propres, termes techniques et accents régionaux. Une relecture humaine est importante.

03

Support universel

Toutes les principales plateformes sociales (Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, LinkedIn,) offrent des fonctionnalités natives de sous-titrage à exploiter systématiquement.

YouTube : Audio description

YouTube propose désormais des pistes audio multiples permettant d'ajouter facilement l'audiodescription. Elle permet aux personnes aveugles ou malvoyantes de comprendre les éléments visuels essentiels d'une vidéo qui ne sont pas transmis par les dialogues.



Actions et mouvements

Décrivez les gestes, déplacements et actions qui portent du sens dans la narration visuelle.



Textes incrustés

Lisez à voix haute tous les textes affichés à l'écran : titres, sous-titres, légendes, statistiques.



Expressions et émotions

Mentionnez les expressions faciales et le langage corporel qui transmettent des émotions importantes.

Partie 04

Textes, hashtags et émojis





Textes clairs et lisibles

X Éviter les polices fantaisie

Les faux gras, italiques stylisés et polices non standard (*Fancy Text*) ne sont pas reconnus par les lecteurs d'écran et créent une confusion.

✓ Limiter les caractères spéciaux

L'usage excessif d'emojis, symboles et caractères décoratifs (★ ✨ ♦ ►) rend la lecture pénible et incompréhensible pour les technologies d'assistance.

✓ Structurer intelligemment

Utilisez des paragraphes courts (3-4 lignes maximum), des espacements généreux et des sauts de ligne pour aérer votre contenu et faciliter la lecture.

Règle d'or : Si vous ne pouvez pas lire facilement votre texte à voix haute, vos lecteurs ne pourront pas non plus le comprendre facilement.

Hashtags accessibles

La technique CamelCase

Utilisez une majuscule au début de chaque mot dans vos hashtags : **#AccessibiliteNumerique** plutôt que **#accessibilitenumerique**

Cette pratique permet aux lecteurs d'écran de prononcer correctement chaque mot séparément et améliore la lisibilité pour tous.

Simplicité et clarté

- Évitez les hashtags trop longs
(#ceciestunhashtagbeaucouptroplong)
- Limitez le nombre de hashtags par publication (5-7 maximum)
- Privilégiez des termes courants et compréhensibles

Mauvaise pratique

#accessibilitenumerique2025

#formationinclusivepourtousprofessionnels

Bonne pratique

#AccessibiliteNumerique #Formation2025

#InclusionNumerique #ReseauxSociaux

Émojis : usage modéré et réfléchi



Comprendre la signification

Assurez-vous de connaître la véritable signification des émojis utilisés, qui peut varier selon les cultures et contextes.

👉 peut signifier "merci" ou "prière" selon l'interprétation.

Ne pas remplacer l'information

Les émojis doivent compléter le texte, jamais le remplacer. "RDV le 15 JUL 17 à 14h 🕒" est moins accessible que "RDV le 15 janvier à 14h 17".

Tester la lecture vocale

Les lecteurs d'écran prononcent la description complète des émojis : "visage souriant avec des yeux en forme de cœur" pour 😍. Une succession de 5 émojis crée une lecture fastidieuse et complexe.

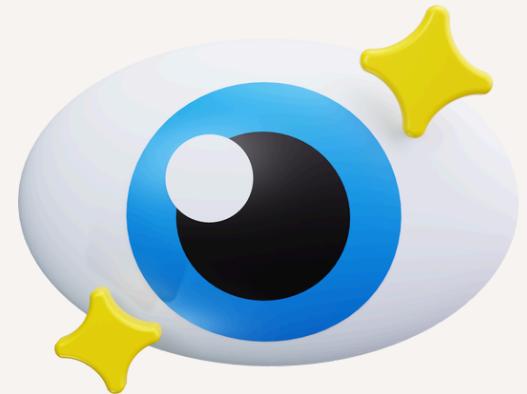
Recommandation : Limitez-vous à 1-3 émojis maximum par publication et placez-les en fin de phrase.

Partie 05

Choisir le format selon l'handicap



Formats adaptés aux déficiences visuelles



01

Texte alternatif en légende

Lorsque le réseaux social le permet, vos images doivent avoir une description précise permettant aux lecteurs d'écran de transmettre l'information complète.

02

Audiodescription vidéo

Lorsque le réseaux social le permet, intégrer une narration audio décrivant les éléments visuels essentiels pour une compréhension autonome du contenu.

03

Contraste élevé

Respectez les usages en termes de contraste pour faciliter la lecture des personnes malvoyantes.

À éviter : Infographies illisibles, contenus uniquement visuels sans alternative textuelle.

À privilégier : Contenus textuels clairs et bien structurés, descriptions détaillées, formats audio complémentaires.

Formats adaptés aux déficiences Auditives

01

Sous-titres obligatoires

Vos vidéos doivent intégrer des sous-titres synchronisés reprenant dialogues et sons importants. C'est la base de l'accessibilité pour les personnes sourdes et malentendantes.

02

Transcriptions complètes

Lorsque le réseau social le rend possible, fournissez une version texte intégrale de vos contenus audio et vidéo, accessible directement dans la description de vos publications.

03

Communication visuelle renforcée

Utilisez des pictogrammes, animations visuelles claires et graphiques pour transmettre l'information sans dépendre uniquement du son.



Important : Ne publiez jamais de vidéos sans texte ou explications visuelles alternatives. Le contenu doit être compréhensible même sans le son.

Formats adaptés aux troubles cognitifs

01

Simplicité du langage

Utilisez un vocabulaire direct, des phrases courtes et une structure logique. Évitez le jargon technique non expliqué et les formulations complexes.

02

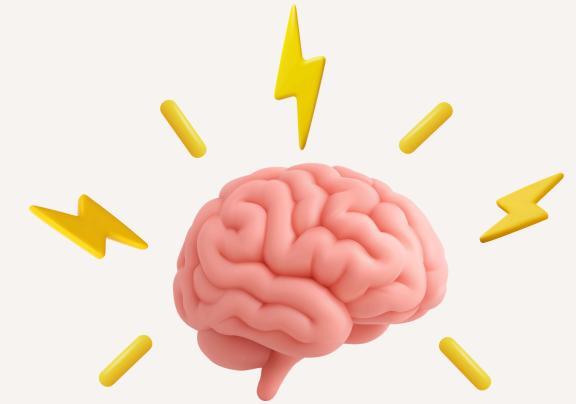
Clarté visuelle

Évitez la surcharge d'informations sur un même visuel. Limitez les animations rapides ou clignotantes (risque d'épilepsie). Espacez généreusement les éléments visuels. Utilisez des repères visuels clairs et cohérents.

03

Prévisibilité

Maintenez une structure répétitive et prévisible dans vos publications. La cohérence réduit la charge cognitive.



Une idée par phrase

Hiérarchie claire

Visuels épurés

Rythme modéré

Formats adaptés aux handicaps moteurs



1

Navigation au clavier

Assurez-vous que tous vos contenus et liens sont accessibles via la navigation au clavier (touche Tab), sans nécessiter de souris.

2

Interactions simplifiées

Évitez les interactions complexes nécessitant des gestes précis, des clics multiples rapides ou des maintiens prolongés.

3

Zones cliquables généreuses

Augmentez la taille des boutons et zones interactives (minimum 44x44 pixels) pour faciliter la sélection.

4

Alternatives aux gestes

Proposez toujours une alternative aux interactions tactiles complexes comme le glissement, le pincement ou les gestes multi-doigts.

Principe clé : Toute action réalisable à la souris doit être possible au clavier ou via un dispositif d'assistance.

Partie 06

Outils pour du contenu accessible



Outils pour créer des images accessibles



01

Canva Pro

Intègre un champ de texte alternatif directement dans l'éditeur. Permet aussi de vérifier les contrastes de couleurs et propose des modèles accessibles.

02

Color Contrast Analyzer

Application gratuite qui teste instantanément le ratio de contraste entre deux couleurs et valide la conformité aux normes.

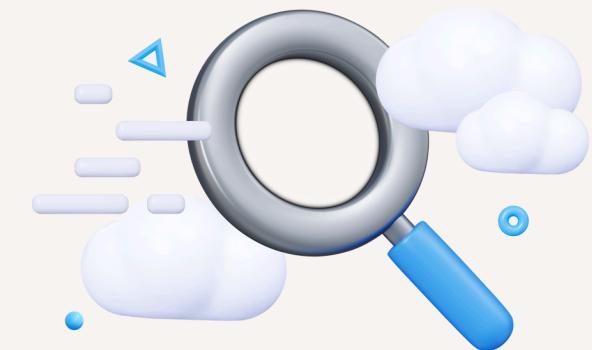
03

Extensions navigateur

Des extensions type WAVE vérifient automatiquement l'accessibilité de vos contenus web et réseaux sociaux avant publication.

Autres outils recommandés : Adobe Express (texte alt intégré), Figma (plugins d'accessibilité)

Étude de cas : publication LinkedIn accessible



01

Image bien décrite

"Graphique en courbe montrant l'évolution du taux d'accessibilité web de 2020 à 2025, passant de 3% à 18%"

02

Vidéo sous-titrée

Sous-titres synchronisés précis, transcription complète en commentaire épingle

03

Texte optimisé

Hashtags #AccessibiliteWeb
#InclusionNumerique, 2 émojis en fin de texte

Résultat : Cette publication a généré 3x plus d'engagement que la moyenne et a touché un public 40% plus large grâce à son accessibilité optimale.

Partie 07

Retombées et conclusion



Mesurer l'impact de l'accessibilité

Indicateurs à suivre

- Taux de compléction des vidéos avec sous-titres vs sans sous-titres
- Nombre de partages et commentaires sur les contenus accessibles
- Feedback qualitatif des utilisateurs handicapés
- Temps de visionnage moyen et taux de rebond



L'accessibilité n'est pas seulement éthique, elle est aussi économiquement rentable et améliore la qualité pour tous.



L'accessibilité, un levier d'inclusion et d'innovation

L'accessibilité numérique n'est pas seulement une exigence éthique ou légale ; c'est une stratégie puissante qui propulse l'innovation, améliore la qualité et étend la portée de vos services. En adoptant une conception inclusive, vous ouvrez de nouvelles perspectives pour votre organisation et pour la société.

En investissant dans l'accessibilité, votre organisation ne se contente pas de répondre à des exigences ; elle construit un avenir numérique plus juste, plus performant et ouvert à tous, renforçant ainsi sa réputation et son impact sociétal.



MODULE N°4

Cette partie est terminée.
Passons à la partie suivante

