

Le mini guide de **l'accessibilité** graphique

Concevoir pour toutes et tous



Réalisé en coopération avec



Trouver
des solutions
aux **demandes**
les plus
spécifiques
permet
de répondre
aux besoins de
toutes et tous.

Pourquoi l'accessibilité ?

L'accessibilité vise à créer des contenus utilisables par tous, quelles que soient leurs capacités. Elle couvre les formats numériques, visuels, textuels et auditifs afin de ne laisser personne de côté.

Inclusion

12 millions de Français en situation de **handicap**.

Équité

2 % des personnes handicapées utilisent un **fauteuil roulant**.

Meilleure
expérience
utilisateur

15 % des aveugles savent lire le **braille**.

1 personne sur **2** sera confrontée à un **handicap** dans sa **vie**.

Impact plus
large

80 % des handicaps sont **invisibles**.

Responsabilité
sociale

Obligation légale

WCAG (normes
internationales)

👁 Ce texte est lisible

Le contraste entre les éléments d'un visuel est essentiel pour une lecture facile.

Petits textes:

contraste de 4,5 : 1

Grands textes (min 18 pt ou 14 pt en gras):

contraste de 3 : 1

(3 : 1 est un rapport de contraste qui est à tester sur un site de vérification)

 **Ressources:**

Testez vos couleurs avec « adobe color » dans la partie outil accessibilité « color.adobe.com ».

→ Privilégiez des couleurs qui ressortent bien, comme noir sur blanc.

→ Évitez les couleurs trop proches, comme jaune sur orange.

Ici nous avons un rapport de contraste de:

4,5 : 1

Ce texte n'est pas lisible

Le contraste entre les éléments d'un visuel est essentiel pour une lecture facile.

Petits textes:

contraste de 4,5 : 1

Grands textes (min 18 pt ou 14 pt en gras):
contraste de 3 : 1

(3 : 1 est un rapport de contraste qui est à tester sur un site de vérification)

Ressources:

Testez vos couleurs avec « adobe color » dans la partie outil accessibilité « color.adobe.com ».

→ Privilégiez des couleurs qui ressortent bien, comme noir sur blanc.

→ Évitez les couleurs trop proches, comme jaune sur orange.

Ici nous avons un rapport de contraste de:

1,83 : 1

👁 **Communiquer** **des informations** **autrement que par** **la couleur**

**Evitez d'utiliser
uniquement la couleur
pour transmettre
des informations.**

→ Ajoutez du texte
ou des symboles
en plus des couleurs.

→ Utilisez des motifs
ou des textures
pour différencier
les éléments.

Exemples :

- entourer
- surligner
- mettre en gras
- liste à puce
- légender (notamment
pour des graphiques)

Communiquer des informations autrement que par la couleur

Evitez d'utiliser
uniquement la couleur
pour transmettre
des informations.

Ajoutez du texte
ou des symboles
en plus des couleurs.

Utilisez des motifs
ou des textures
pour différencier
les éléments.

Exemples: entourer,
surligner, mettre en gras,
liste à puce, légender
(notamment pour
des graphiques).

**Ici, un daltonien ne peut
pas, ou mal différencier
le noir du bleu.**

👁 La police d'écriture

→ L'utilisation de caractères **minuscules** permet au lecteur de reconnaître la **forme des mots** qui lui sont familiers, plutôt que de le forcer à lire chaque lettre individuellement.

→ Priorisez des polices **sans empattement** (ou sans-sérif), qui sont **plus faciles à lire** comme : Luciole, Open Dyslexic, Atkinson Hyperlegible.

Un texte écrit en minuscule se lit 14% plus vite qu'un texte écrit en majuscule.

→ L'utilisation de texte en **italique**, **souligné** ou **condensé** peut compliquer la lecture pour les personnes malvoyantes, dyslexiques, ou en situation de handicap.

Les personnes lisent la forme des mots entiers

La police d'écriture

→ L'utilisation de caractères minuscules permet au lecteur de reconnaître la forme des mots qui lui sont familiers, plutôt que de le forcer à lire chaque lettre individuellement.

→ Priorisez des polices sans empattement (ou sans-sérif), qui sont plus faciles à lire comme : Luciole, Open Dyslexic, Atkinson Hyperlegible.

UN TEXTE ÉCRIT EN MINUSCULE SE LIT 14% PLUS VITE QU'UN TEXTE ÉCRIT EN MAJUSCULES.

→ *L'utilisation de texte en italique, souligné ou condensé peut compliquer la lecture pour les personnes malvoyantes, dyslexiques, ou en situation de handicap.*

LES PERSONNES LISENT
LA FORME DES MOTS
ENTIERS

👁 La gestion d'un texte

Les règles d'utilisation

→ Mettez le texte en taille **14 pt** minimum.

→ Ajustez l'espacement des lignes à **1,5 fois** la taille de la police.

Exemple: pour une taille de 14 pt, l'espacement sera de 21 pt.

→ **Alignez** le texte à **gauche**. Ne centrez pas les paragraphes, ni sur la droite. Cela engendre une difficulté de lecture.

→ **Évitez** les petits **mots seuls** (de moins de 3 lettres) en fin de ligne.

Exemples: « de », « et », « au ».

→ Supprimez les mots coupés en fin de ligne (les césures).

→ Rédigez des paragraphes courts (**4 à 5 lignes**).

→ Ajoutez des titres et sous-titres pour structurer le contenu. Faites attention à une bonne **hiérarchisation** : un grand titre (dit H1) et un sous-titre (dit H2).



La gestion d'un texte

Les règles d'utilisation

Mettez le texte en taille 14 pt minimum. Ajustez l'espacement des lignes à 1,5 fois la taille de la police. Exemple : pour une taille de 14 pt, l'espacement sera de 21 pt. Alignez le texte à gauche. Ne centrez pas les paragraphes, ni sur la droite. Cela engendre une difficulté de lecture. Évitez les petits mots seuls (de moins de 3 lettres) en fin de ligne. Exemples : « de », « et », « au ». Supprimez les mots coupés en fin de ligne (les césures). Rédigez des paragraphes courts (4 à 5 lignes). Ajoutez des titres et sous-titres pour structurer le contenu. Faites attention à une bonne hiérarchisation : un grand titre (dit H1) et un sous-titre (dit H2).

Sur cet exemple nous n'arrivons pas à distinguer le texte des titres.

Les césures et un texte en un seul bloc sans saut de ligne font ralentir notre temps de lecture.

👁️ Faciliter la lecture et la compréhension

Lors de la rédaction d'un texte, il est important de rendre les informations plus accessibles.

Pour cela :

→ Éliminez les **termes complexes** et techniques.

→ Utilisez des **listes** pour structurer les informations et faciliter la lecture rapide.

→ Évitez les **sigles**, abréviations, métaphores, négations...

→ Supprimez les **détails** superflus qui compliquent la lecture ou détournent l'attention.

📁 **Ressources :**

- Analysez avec un outil comme Hemingway Editor, qui identifie les phrases trop complexes.
- Guide du Facile à Lire et à Comprendre (FALC) par l'Unapei.
- Lexique des termes simplifiés disponible sur l'Unapei.



Différentes simplifications :

- **Au sein de : dans**
- **Fréquent : souvent**
- **Solliciter : demander**
- **Relativement : assez**
- **Apte : capable**
- **Faire un choix : choisir**
- **Assistance : aide**

👁 Le pictogramme

Le **pictogramme** a comme objectif premier de **remplacer les mots**, de **faciliter l'accès** au **message**, de **capter l'attention** et de **simplifier la mémorisation** de l'information.

→ Utilisez des pictogrammes universels, simples et non stylisés.

→ Le pictogramme doit être situé à côté de l'information qu'il explique.

→ Utilisez la même gamme de pictogrammes : linéaire/pleins...

📁 **Ressources :**

AIGA: American Institute of Graphic Arts

Arasaac: arasaac.org



Exemples

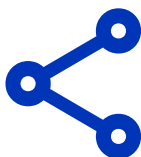
Lisible



Accueil



Partager



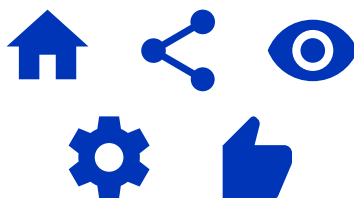
Paramètres



Bien/
J'aime



Exemple d'une gamme
de pictogramme pleine



👁 Texte alternatif - Le numérique

Les textes alternatifs (ou «alt text») décrivent les images et les visuels dans vos contenus.

Ils sont essentiels pour les personnes malvoyantes qui utilisent des lecteurs d'écran, et l'accessibilité générale.

→ Décrivez ce qui aide à comprendre l'image.

→ Restez clair et concis: 1 ou 2 phrases suffisent dans la plupart des cas.

📁 Ressources:

Utilisez un lecteur d'écran comme NVDA pour vérifier la compréhension du texte alternatif.



Exemples

Mise en place :

→ Sur un **site web** :

Utilisez l'attribut **alt** dans le code HTML des images.

Copier le code

```
<img src=»fleuriste.jpg»  
alt=»Une femme  
souriante tenant  
un bouquet de fleurs»>
```

→ Sur **Instagram** :

Ajoutez le texte alternatif en cliquant sur « Plus d'options » et écrivez votre description dans la partie **texte alternatif** avant de publier.

→ Sur **Facebook, X,**

LinkedIn :

Une option pour le texte alternatif apparaît lors de l'ajout de l'image.

The image shows a social media post editor interface. At the top, there's a modal window titled "Ajouter une alternative" (Add alternative) with a back arrow. Inside, it says "Le texte alternatif décrit les images pour les personnes qui ne peuvent pas les voir." (The alternative text describes images for people who cannot see them). Below this is a label "Texte alternatif*" (Alternative text*) and a text input field containing the placeholder "Comment décririez-vous cette image ?" (How would you describe this image?). A red border highlights the input field. At the bottom of the modal is a button labeled "Ajouter".

Below the modal, the main editor area is visible. On the left, there's a blue square image with the text "À vos marques, prêts, access !". Below the image are icons for editing (pencil), deleting (trash), and adding (plus). A red circle highlights the "ALT" label next to the user icon. A dashed line connects this "ALT" label to the "Texte alternatif*" field in the modal above.

On the right, there's a preview of the post. It shows the blue square image with the text "À vos marques, prêts, access !". Below the preview are icons for deleting (trash) and adding (plus). At the bottom of the preview area are two buttons: "Retour" (Back) and "Suivant" (Next).

L'**accessibilité visuelle** est un enjeu clé pour une communication inclusive et efficace. Ce mini-guide vous donne les **bonnes pratiques** essentielles pour concevoir des supports **plus lisibles** et **compréhensibles par tous**.

Chez Mengrov, nous croyons qu'un **design bien pensé** est un **design qui inclut**.



contact@mengrov.com

mengrov.com

39 rue saint simon 69009 Lyon

06 51 66 48 54



Réalisé en coopération avec Atipy