



# Communiquer pour tous

## Guide pour une information accessible

Sous la direction de JULIE RUEL ET CÉCILE ALLAIRE





# **Communiquer pour tous**

## Guide pour une information accessible

Sous la direction de JULIE RUEL ET CÉCILE ALLAIRE



**Direction de la collection :** François Bourdillon

**Édition :** Cécile Allaire

**Santé publique France**

12 Rue du Val d'Osne

94410 Saint-Maurice

France

Santé publique France autorise l'utilisation et la reproduction des données de ce document sous la réserve de la mention des sources.

**Pour nous citer :** Ruel J, Allaire C, Moreau AC, Kassi B, Brumagne A, Delample A, Grisard C, Pinto da Silva F. Communiquer pour tous. Guide pour une information accessible. Saint-Maurice : Santé publique France, 2018 : 116 p.

ISBN : 979-10-289-0398-5

ISBN - NET : 979-10-289-0399-2

# Les auteurs

## **Julie Ruel, Ph. D.**

Cotitulaire de la Chaire interdisciplinaire de recherche en littératie et inclusion (CIRLI)

Chercheuse associée, Centre intégré de santé et de services sociaux de l'Outaouais (CISSS)

Professeure associée, Université du Québec en Outaouais (UQO)

## **Cécile Allaire**

Chargée de l'accessibilité, Santé publique France

## **André C. Moreau**

Professeur, Université du Québec en Outaouais (UQO)

Cotitulaire de CIRLI

## **Bernadette Kassi**

Professeure, Université du Québec en Outaouais (UQO)

## **Alexia Brumagne**

Chargée de projets, association Cultures&Santé (Belgique)

## **Armelle Delample**

Chargée de mission, Agence nationale de lutte contre l'illettrisme (France)

## **Claire Grisard**

Chargée de mission accessibilité, Union nationale des associations de parents de personnes handicapées mentales et de leurs amis - Unapei (France)

## **Fernando Pinto da Silva**

Expert en accessibilité numérique

## **Les auteurs remercient chaleureusement :**

**Les assistants et professionnels de recherche ayant contribué à la recherche documentaire et aux références :** Roxanne Carle-Desjardins, Camille Daudelin-Peltier, Alexandre Dubé-Belzile, Élianne Gauthier, Laura Giguère, Marie-Claude Larivière-Lacoste.

**Pour leurs contributions et leur relecture :** Pierre Arwidson, Laura Berland, Marie-Frédérique Cormand, Philippe Cornet, Jean-Claude Desenclos, Nathalie Grebil, Emmanuelle Hamel, Laetitia Haroutunian, Maryse Karrer, Vincent Machet, Cécile Marie, Anne-Sophie Mélard et Marine Le Ray (Santé publique France), Nathalie Meunier-Masson (CNSA), Juliette Sançois (Unapei), Samuel Benveniste (Centre d'expertise national en stimulation cognitive), Anne Cavalier et Hugues Moreno (Direction de l'information légale et administrative).

## **Pour la coordination graphique et les illustrations :**

Olivier Mayer (Santé publique France).

**Pour la conception graphique et la réalisation :** Parimage.

**Pour avoir soutenu l'ensemble du projet :** la Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie (CNSA) et tout particulièrement Florence Condroyer et Mari-Wenn Puillandre.

# Un engagement en faveur de l'accessibilité : pour une conception universelle de l'information

S'orienter dans le système de soins, s'approprier des messages de prévention, communiquer avec son médecin ou demander ses droits de protection sociale demeurent une difficulté pour une grande partie de la population. Dans une société où l'accès et la maîtrise de l'information sont essentiels, la littératie, c'est-à-dire la capacité des individus à comprendre et à utiliser l'information pour être autonome et pour faire des choix éclairés, constitue un véritable enjeu de santé publique et de citoyenneté.

Les questions de littératie étant en jeu dans la formation des inégalités sociales de santé, la Stratégie nationale de santé 2018-2022 a fixé, parmi ses objectifs, de construire des stratégies d'action adaptées aux populations et accessibles à tous, de mieux informer le public ou encore d'intégrer la littératie en santé dans tous les programmes d'enseignement.

Pour répondre à ces enjeux, Santé publique France a intégré dans ses missions, depuis plus de 10 ans, l'accessibilité de ses campagnes et de ses supports d'information. L'Agence répond ainsi aux objectifs de la loi du 11 février 2005 « pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées ».

Cette démarche impulsée avec l'appui de la Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie (CNSA) visait initialement à répondre de façon spécifique aux personnes en situation de handicap.

Elle se révèle, en pratique, intéressante pour un plus large public, et met en évidence le fait que ce qui est indispensable à certains utilisateurs plus vulnérables est utile à tous, quelles que soient les spécificités et les compétences en littératie.

La démarche de conception et d'accessibilité universelles s'est ainsi imposée : il s'agit non plus de démultiplier les supports pour chaque population présentant des difficultés particulières mais bien de chercher d'emblée à mieux communiquer pour tous.

Cette démarche est sous-tendue par des valeurs fortes d'inclusion, de participation et de justice sociale.

Le présent guide est le fruit d'un travail innovant car les initiatives relatives à l'accessibilité de l'information sur le plan international sont encore occasionnelles.

Ce travail a pu être mené grâce au soutien de la CNSA. Il a pu voir le jour grâce à la coopération avec l'Université du Québec en Outaouais et la Chaire interdisciplinaire de recherche en littératie et inclusion.

Que nos partenaires et tous les professionnels impliqués dans ce projet soient remerciés pour leur contribution et pour avoir mis leur expertise au service d'un outil commun.

L'ensemble des pratiques suggérées ici sont ambitieuses. Nous espérons qu'elles permettront à chacun d'entre nous, professionnels de santé, du secteur social et médico-social, professionnels de la communication, acteurs publics, de mieux cerner et d'intégrer les attentes des publics, dans toute leur diversité.

**François Bourdillon**  
Directeur général  
Santé publique France

**Anne Burstin**  
Directrice de la  
Caisse nationale de solidarité  
pour l'autonomie

# La littératie pour une plus grande inclusion

La littératie est au cœur de la vie quotidienne. Elle comprend la capacité d'une personne à comprendre et à utiliser le langage, les chiffres, les images et les technologies afin d'échanger, d'interagir avec les autres, de saisir son environnement, d'acquérir de nouvelles connaissances, de développer son plein potentiel et d'être un citoyen à part entière.

Malheureusement, les chiffres concernant les compétences en littératie de la population en général ou de publics en particulier, inquiètent. Une grande partie de la population est à risque d'exclusion. En effet, de nombreuses personnes ont des compétences insuffisantes pour accéder aux usages sociaux de la littératie. Cela se répercute pour elles dans des contextes variés, que ce soit dans les domaines de l'information, de la santé, des apprentissages, du transport, ou de tout autre domaine de l'activité humaine.

C'est pour cette raison que l'Université du Québec en Outaouais et le Centre intégré de santé et de services sociaux de l'Outaouais (CISSS) ont uni leurs forces en 2011 pour déployer la Chaire interdisciplinaire de recherche en littératie et inclusion (CIRLI). Depuis plus de six ans, des chercheurs, de disciplines variées, se sont regroupés afin de soutenir le développement d'environnements et de services qui prennent en compte les niveaux diversifiés de littératie. Ce faisant, la Chaire favorise le développement de milieux inclusifs pour tous les segments de la population.

Les chercheurs de CIRLI mènent des activités de recherche afin d'identifier et de valider des stratégies et des dispositifs que pourront utiliser différentes organisations, l'objectif étant d'offrir de meilleurs services et de concevoir l'information aux personnes ayant des compétences réduites en littératie. CIRLI accompagne aussi les milieux et les services à revoir leurs façons de rejoindre la population en général et les groupes à risque d'être marginalisés à cause de leurs limites sur le plan de la littératie. En somme, CIRLI veut contribuer à accroître la participation citoyenne, la prise de parole et l'inclusion de tous, par des recherches, de la formation et de la sensibilisation.



C'est dans cette perspective que CIRLI s'est joint aux travaux de Santé publique France afin de concevoir ce référentiel « Communiquer pour tous. Guide pour une information accessible ». Il vient outiller toutes les personnes qui veulent concevoir des informations plus accessibles, pour le plus grand nombre. Ce guide s'inscrit concrètement dans la vision de CIRLI, de l'Université du Québec en Outaouais et du CISSS de l'Outaouais qui est de soutenir et de valoriser le développement de communautés inclusives.

En ayant une information plus accessible, nous favorisons la participation citoyenne de tous !

**Charmain Lévy**  
Doyenne  
Décanat de la recherche  
Université du Québec  
en Outaouais

**Laurence Barraud**  
Directrice de l'enseignement,  
des relations universitaires  
et de la recherche  
CISSS de l'Outaouais



# Sommaire

	Pages
<b>Préambule</b>	<b>11</b>
<b>La conception de documents imprimés</b>	<b>19</b>
1. La présentation : l'aspect visuel	21
2. Les mots et les phrases : l'aspect linguistique	29
3. Le choix de l'information : l'aspect informatif	34
4. L'organisation de l'information : l'aspect structurel	36
<b>La conception et l'utilisation des images</b>	<b>45</b>
1. Le contenu des images	47
2. Le texte associé à l'image	51
3. L'emplacement des images	52
4. La qualité des images	52
5. Le choix des images	53
<b>La conception de sites web et supports numériques</b>	<b>59</b>
1. La navigation	62
2. La conception et la rédaction d'une page web	65
3. Les images	69
4. Les contenus multimédias	70
5. Les fichiers numériques	72
6. Les formulaires et les questionnaires	73
7. Les tests d'accessibilité, protection de l'internaute et Captcha	76
8. Les diaporamas	78
<b>La communication orale</b>	<b>87</b>
1. Les conditions favorables à la communication	89
2. Les façons de communiquer l'information	92
3. La compréhension de l'information	96
<b>Comment devenir une organisation pro-littérature ?</b>	<b>101</b>



# Préambule

## Pourquoi ce guide ?

Nous recevons au quotidien un flot d'informations, que ce soit pour utiliser un transport, suivre un traitement médical, participer à une réunion de parents d'élèves ou choisir une assurance. Traiter ces informations requiert la mobilisation de nombreuses compétences : lire, écrire, compter, mais aussi chercher, trouver, comprendre, comparer, hiérarchiser, sélectionner et contextualiser l'information par rapport à sa situation.

Or, une partie importante de la population rencontre des difficultés pour accéder à l'information pourtant utile à la prise de décision et à la participation sociale et citoyenne.

Une étude sur les compétences des adultes, menée par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), montre qu'en moyenne 49% de la population de 16 à 65 ans des 24 pays et régions ayant participé à l'étude n'atteint pas le niveau de compétences souhaitable en littératie (OCDE, 2013). La littératie est définie dans cette étude comme « la capacité de comprendre, d'évaluer, d'utiliser et de s'engager dans des textes écrits pour participer à la société, pour accomplir ses objectifs et pour développer ses connaissances et son potentiel » (OCDE, 2013, page 64). Selon cette même étude, la part de la population n'ayant pas le niveau de compétences souhaitable se situe à 49% au Canada, à 53% au Québec et à 63% en France.

Par ailleurs, l'enquête « Information et vie quotidienne » menée par l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) en France en 2011, montre que 16% des personnes de 18 à 65 ans résidant en France métropolitaine éprouvent des difficultés dans l'un des trois domaines fondamentaux de l'écrit au moins, à savoir la lecture de mots, l'écriture de mots et la compréhension de textes simples. L'Insee évalue à 7% les personnes en situation d'illettrisme, c'est-à-dire ne maîtrisant pas les compétences de base, bien qu'ayant été scolarisées en France (Vallet, 2016).

Ainsi, quelle que soit l'étude retenue, ces résultats mettent en avant la difficulté pour une partie importante de la population à recevoir, à traiter et à utiliser l'information qui lui est nécessaire dans la vie professionnelle, sociale, culturelle et personnelle.

Comment, dans ce contexte, mieux prendre en compte les besoins de populations aux caractéristiques diverses et aux compétences variées en littératie ? Comment mieux informer la population en général sans en exclure une partie ?

Le présent référentiel « Communiquer pour tous : Guide pour une information accessible » se veut un document de référence pour les pays francophones. Il suggère des pratiques utiles aux organismes et aux personnes qui se sentent interpellés par cette problématique et qui veulent concevoir et communiquer une information plus accessible et comprise par le plus grand nombre.

## Qui est à l'origine de ce guide ?

Santé publique France a souhaité formaliser un guide en matière de conception universelle de l'information, en continuité de ses travaux. L'Agence a ainsi réuni un groupe de travail en collaboration avec la Chaire interdisciplinaire de recherche en littératie et inclusion (CIRLI) – Centre intégré de santé et de services sociaux de l'Outaouais, rattachée à l'Université du Québec en Outaouais. Les travaux scientifiques de CIRLI et l'expérience du groupe de travail ont permis de croiser les notions de littératie et d'accessibilité universelle. Ces travaux ont été menés avec le soutien de la Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie (CNSA).

## À qui est destiné ce guide ?

Ce guide est destiné à tous les acteurs amenés à concevoir et à partager une information accessible à tous, quels que soient leurs publics et leurs compétences en littératie : population générale, personnes migrantes, personnes en situation d'illettrisme, personnes âgées, personnes en situation de handicap.

Il s'adresse aux organismes publics et privés tels que les municipalités, les établissements de santé, les établissements et services sociaux et médico-sociaux, les associations et les entreprises, tous champs d'intervention confondus.

## Quels sont les principes sur lesquels s'appuie ce guide ?

Trois grands principes ont guidé les travaux du groupe de travail pour la conception de ce guide.

### **L'accès à l'information : une responsabilité partagée**

L'accès à l'information est une responsabilité partagée. En effet, comprendre et communiquer ne relèvent pas uniquement des compétences individuelles. Chaque organisme ou chaque communauté

a la responsabilité de communiquer et de transmettre une information qui soit lisible et compréhensible par tous. C'est une condition essentielle à la participation citoyenne et à l'accès aux droits.

### **L'accessibilité universelle : un principe incontournable**

Une approche de conception universelle de l'information a été adoptée dans ce guide. Elle découle du principe d'accessibilité universelle. Ce principe est souvent reconnu dans le milieu architectural : 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. En s'appuyant sur ce principe, les professionnels sont invités à penser et à concevoir une information qui soit utilisable par tous, autant que possible. Au fil de ce guide et de façon ponctuelle, quelques pratiques s'adressent spécifiquement à certains publics, les personnes ayant un handicap intellectuel, visuel ou auditif.

### **La littératie : un concept audacieux**

Ce guide s'inscrit dans une vision élargie du concept de littératie. À l'origine, le concept de littératie désignait une vision restreinte correspondant au « lire et écrire ». Il a ensuite évolué pour intégrer les capacités à comprendre et à communiquer. La définition ne cesse de s'enrichir de connaissances nouvelles. En 2016, le Réseau québécois de recherche et de transfert en littératie a proposé de la définir comme « la capacité d'une personne, d'un milieu et d'une communauté à comprendre et à communiquer de l'information par le langage sur différents supports pour participer activement à la société dans différents contextes » (Lacelle et al., 2016). Avec cette définition, la littératie se fait l'écho d'un monde diversifié, qui se veut inclusif et qui reçoit et échange de l'information sur différents formats et supports, pour des publics variés. Elle intègre la responsabilité individuelle, la responsabilité collective ainsi que la réciprocité des échanges.

Par ailleurs, la littératie se décline dans plusieurs contextes. On parle ainsi de littératie médiatique, numérique, familiale, financière, administrative ou de littératie en santé.

Ce guide s'appuie sur cette vision élargie de la littératie et propose des pistes pour améliorer la communication écrite, imagée, numérique et orale.

## **Comment a été conçu ce guide ?**

Ce guide a été conçu à partir d'apports scientifiques et empiriques concernant l'accès à l'information. Il s'inscrit dans la continuité d'initiatives qui ont vu le jour pour améliorer l'accès à l'information des plus vulnérables.

Nous pouvons citer :

- Les travaux internationaux menés par le World Wide Web Consortium (W3C) qui propose des solutions techniques pour rendre le web accessible aux personnes handicapées.
- Les travaux menés dans plusieurs pays européens pour concevoir de l'information plus accessible aux personnes présentant une déficience intellectuelle : le « Facile à lire et à comprendre » orchestré par l'association Inclusion Europe en collaboration avec les associations françaises Unapei et Nous Aussi (Unapei, 2009).
- Les travaux menés par l'association belge Cultures&Santé qui a investi le champ de la littératie appliquée au domaine de la santé pour en proposer une approche collective (Cultures&Santé, 2016).
- Les travaux de Santé publique France qui ont mené à la création de deux guides pour les personnes déficientes visuelles et auditives, diffusés en 2012 (Allaire, 2012a, 2012b).
- Les travaux de CIRLI qui a publié en 2011 le « Guide de rédaction pour une information accessible » (Ruel et al., 2011). Celui-ci regroupe des critères pour aider à la rédaction de documents lisibles et intelligibles, soit en langage clair et simple pour les documents imprimés destinés au grand public, soit en langage simplifié pour les personnes vivant avec des incapacités intellectuelles.

Les pratiques suggérées au sein du présent guide s'appuient sur des articles scientifiques, théoriques ou professionnels, des documents de référence produits par des chercheurs, des organismes d'État, des associations, des organisations non gouvernementales ou du secteur privé.

La méthode d'identification des pratiques suggérées a suivi plusieurs étapes :

- Une recherche documentaire dans les bases de données scientifiques et sur Internet a été réalisée. Cette recherche a exploré les ressources et les recommandations concernant l'accès à l'information imprimée, aux images, aux supports numériques et à la communication orale. Ces ressources réfèrent à différents publics, notamment la population générale, les personnes avec des compétences réduites en littératie, les personnes âgées, les personnes avec un handicap intellectuel, visuel ou auditif. Plusieurs ressources sont issues des secteurs de la santé, du social, du handicap ou de la communication en général.
- Sur la base de ce corpus, les auteurs ont classé l'ensemble des recommandations formulées au sein des textes répertoriés dans la recherche documentaire. Ils ont parallèlement repris et remis à jour les critères de rédaction issus du « Guide de rédaction pour une information accessible » (Ruel et al., 2011).



- Chacune des pratiques suggérées a fait l'objet d'une discussion. Les auteurs ont retenu ces pratiques selon leur appui scientifique ou empirique, leur pertinence, leur fréquence de citation, leur intérêt pour un public élargi, leur validation par des utilisateurs.
- À la fin du processus, ce guide regroupe des pratiques issues de 150 références différentes.

Les auteurs ont fait le choix d'un guide qui s'adresse aux acteurs de tous les pays francophones. Certains exemples et certains termes utilisés seront plus familiers aux lecteurs français, québécois ou belges.

Pour faciliter la lisibilité du guide, les sources ne sont pas citées pour chacune des pratiques suggérées mais à la fin de chaque partie.

## Comment utiliser ce guide ?

Les pratiques suggérées sont organisées en quatre grandes parties :

1. La conception de documents imprimés
2. La conception et l'utilisation des images
3. La conception de sites web et supports numériques
4. La communication orale

Une cinquième partie propose des pistes pour mieux prendre en compte les différences de compétences en littératie au sein d'un organisme. Cette partie offre deux aide-mémoires pour accompagner les acteurs dans cette démarche.

---

Pour faciliter l'utilisation du guide, vous trouverez ces repères :

- un sommaire par partie,
- des pratiques suggérées pour une information accessible à tous,
- des exemples pour les illustrer,
- les écueils à éviter,
- des astuces à partager,
- des pratiques pour la conception ou le partage d'information pour des personnes en situation de handicap,



Personnes présentant une déficience intellectuelle



Personnes sourdes ou malentendantes



Personnes déficientes visuelles

- une liste de vérification qui réunit les pratiques essentielles,
- la liste de références sur lesquelles s'appuient ces pratiques.

## Un pas à la fois

Ce guide se veut une aide à la conception et à la communication d'informations. L'objectif est de soutenir les organismes et les personnes qui souhaitent améliorer l'accès à l'information pour tous les publics.

Dans certains contextes professionnels, les règles organisationnelles, les chartes graphiques, le besoin de s'adresser à des publics bien ciblés doivent être pris en considération. Dans certains pays, l'accessibilité de l'information dispose d'un cadre législatif, comme l'accessibilité du web et le sous-titrage des programmes télévisés en France.

Cette démarche peut prendre du temps. Mais il est possible de s'approprier ces pratiques progressivement afin de tendre vers la conception d'une communication et d'une information qui seront de plus en plus accessibles à tous.

Bonne exploration !

## Références - Préambule

**Les liens et les sites web ont été vérifiés le 15 mars 2018.**

1. Allaire C. Informer les personnes sourdes ou malentendantes : partage d'expériences. Saint-Denis : Inpes; 2012.
2. Allaire C. Informer les personnes aveugles ou malvoyantes : partage d'expériences. Saint-Denis : Inpes; 2012.
3. Cultures&Santé. La littératie en santé, d'un concept à la pratique : guide d'animation. Belgique; 2016.
4. Lacelle N, Lafontaine L, Moreau AC, Laroui R. Définition de la littératie. Réseau québécois de recherche et de transfert en littératie [page web] ; 2016, [en ligne]. <http://www.ctreq.qc.ca/un-reseau-propose-une-definition-de-la-litteratie/>
5. Organisation de Coopération et de Développement Économique (OCDE). Les perspectives de l'OCDE sur les compétences 2013 : Premiers résultats de l'évaluation des compétences des adultes. Paris: OCDE; 2013.
6. Ruel J, Kassi B, Moreau AC, Mbida-Mballa SL. Guide de rédaction pour une information accessible. Gatineau: Pavillon du Parc; 2011.
7. Union nationale des associations de parents de personnes handicapées mentales et de leurs amis (Unapei). L'information pour tous : règles européennes pour une information facile à lire et à comprendre. Paris : Unapei; 2009.
8. Vallet L-A. L'enquête Information et vie quotidienne 2011 parmi les dispositifs nationaux et internationaux de mesure des compétences des adultes. Économie et statistique n°490. Insee; 2016;490:5-15.
9. World Wide Web Consortium (W3C). À propos du W3C 2013, [en ligne]. <https://www.w3.org>.





# **La conception de documents imprimés**

# Sommaire

<b>1. La présentation : l'aspect visuel</b>	<b>21</b>
1.1 La police de caractère	21
1.2 L'alignement du texte	23
1.3 La mise en évidence	23
1.4 Les couleurs	24
1.5 Les tableaux et les graphiques	26
1.6 L'énumération	27
1.7 Les espaces : marges et interlignes	28
1.8 Le papier	28
<b>2. Les mots et les phrases : l'aspect linguistique</b>	<b>29</b>
2.1 Le choix des mots	29
2.2 Les phrases	30
2.3 La ponctuation	32
2.4 Le style et le ton	32
2.5 Les nombres	33
<b>3. Le choix de l'information : l'aspect informatif</b>	<b>34</b>
3.1 La sélection de l'information	34
3.2 L'explication de l'information	35
<b>4. L'organisation de l'information : l'aspect structurel</b>	<b>36</b>
4.1 Le plan	36
4.2 Les titres	36
4.3 La structure de l'information	37
4.4 Les autres aides à l'organisation	38
<b>Listes de vérification</b>	<b>39</b>
<b>Références</b>	<b>41</b>

# La conception de documents imprimés

Les pratiques suggérées dans cette partie visent la lisibilité et la compréhension de l'information écrite. Vous y trouverez des pistes pour élaborer une information plus accessible à tous. Vous pouvez vous y référer pour concevoir des documents papier tels que des brochures, des affiches, des comptes rendus, du courrier, etc., et des documents numériques téléchargeables. Une grande partie des pratiques convient aussi aux documents en ligne.

## 1. La présentation : l'aspect visuel

L'apparence d'un document est le premier élément qui attire l'attention du lecteur. Les pratiques qui suivent visent à améliorer la lisibilité d'un texte.

### 1.1 La police de caractère

- Choisissez une police lisible, dont les caractères sont faciles à reconnaître.
- Préférez une police sans empattement, dite aussi police bâton, pour les titres et pour des documents courts comme les dépliants ou les affiches.
  - 😊 Verdana, Arial, Helvetica, Trébuchet.
- Préférez une police à empattement pour des textes longs.
  - 😊 Garamond, Times, Georgia.
- Choisissez une police qui permette de bien différencier les chiffres entre eux si le document contient beaucoup de données chiffrées.
  - 😞 1365 (Candara) : l'alignement n'est pas régulier.
  - 😞 1365 (Arial) : le 6 et le 5 se confondent.
  - 😊 1365 (Verdana) : les chiffres se distinguent bien les uns des autres.

## Astuce

Les caractères des polices bâton sont plus faciles à voir et donnent l'impression de mieux ressortir. Mais l'empatement permet aux lettres de bien se distinguer les unes des autres et, tout en guidant l'oeil, il le fatigue moins. D'autres facteurs influencent aussi la lisibilité de la police, comme l'épaisseur et la largeur des caractères ou les espaces entre chacun d'entre eux. Pour en savoir plus, vous pouvez vous appuyer sur des recommandations complémentaires<sup>1</sup>.

- Gardez la même police pour l'ensemble du document. Si vous devez utiliser plus d'une police, limitez-vous à 2 ou 3 polices différentes.
- Choisissez une taille de police aussi lisible qu'un Arial corps 12 pour un document grand public. L'équivalent d'un Arial corps 14 est recommandé pour les personnes âgées.

## À éviter

- les polices fantaisie et celles qui imitent l'écriture manuscrite.  
*Comic - Segoe script*

## Pour les personnes en situation de handicap



Utilisez une police sans empatement avec un corps de 14 à 16.



Utilisez une police corps de 16 à 24, 16 étant la taille minimale pour les livres en caractères agrandis.

---

1 - Accès cible, un guide pratique sur l'accessibilité en graphisme.  
RGD, Association des graphistes agréés de l'Ontario, 2010.



## 1.2 L'alignement du texte

- Alignez le texte à gauche. Pour les longs documents, si le texte doit être justifié, veillez à la régularité des espaces entre les mots et à l'équilibre général du texte (gris typographique).



### Texte aligné à gauche

Le texte aligné à gauche est plus facile à lire car l'œil repère facilement le début des lignes. Cela permet aussi d'avoir des espaces réguliers entre les mots.



### Texte justifié

Lorsque les textes sont justifiés, c'est à dire alignés à gauche et à droite, les espaces entre les mots sont irréguliers, ce qui peut gêner la lecture.



### Texte justifié équilibré

Si vous préférez une présentation avec un texte justifié, ce qui est parfois le cas pour des textes plus longs, il faut veiller à équilibrer les espaces entre les mots et les lettres. Il faut toutefois éviter les césures autant que possible, car elles rendent la lecture plus difficile pour une partie des lecteurs.

## 1.3 La mise en évidence

- Dirigez l'attention du lecteur vers les points importants et les messages clés à l'aide des repères suivants :
  - le caractère gras,
  - les encadrés de couleur ou les bordures,
  - les flèches ou autres symboles clairs,
  - l'énumération verticale avec des puces.
- Utilisez la mise en évidence avec modération pour plus d'efficacité.

### À éviter

- les textes dans la marge,
- tous les effets de style suivants :
  - l'italique, sauf pour les mots étrangers,
  - le soulignement, réservé aux liens hypertextes,
  - les portions de texte en majuscules,
  - les effets spéciaux et les enrichissements, tels que l'ajout d'ombre, de contour, de lumière ou les lettrines.



Les inscriptions au cours de yoga commencent le lundi 17 octobre. N'OUBLIEZ PAS D'APPORTER UN TAPIS DE SOL.



Les inscriptions au cours de yoga commencent le **lundi 17 octobre**. N'oubliez pas d'apporter un **tapis de sol**.

## 1.4 Les couleurs

- Utilisez la couleur pour rendre le document attrayant, mais avec modération, au risque de déconcentrer le lecteur.
- Choisissez des couleurs proches de la réalité.
- Respectez les codes couleurs partagés par un large public. Le rouge et le vert sont par exemple utiles pour illustrer le danger et l'autorisation.
- Choisissez des contrastes élevés pour assurer une lisibilité maximale. Une valeur de contraste d'au moins 70 entre les caractères et le fond ou l'arrière-plan est préconisée. Plusieurs outils en ligne sont disponibles pour tester les combinaisons de couleurs<sup>2</sup>.

### À éviter

- les arrière-plans tramés ou comportant des éléments graphiques derrière le corps de texte.

### Pour les personnes en situation de handicap



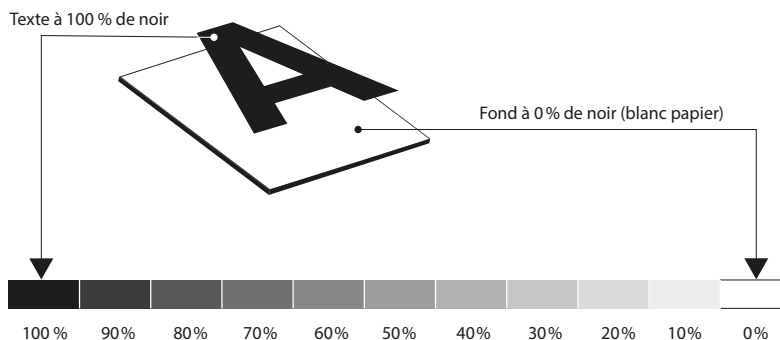
Évitez les couleurs vives ou fluo qui peuvent éblouir.

---

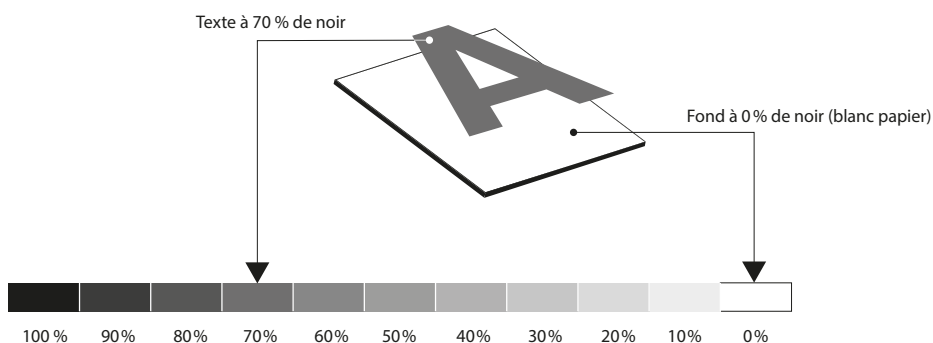
2 - <https://contrastchecker.com>  
[http://snook.ca/technical/colour\\_contrast/colour.html](http://snook.ca/technical/colour_contrast/colour.html)

## Les contrastes entre le texte et le fond

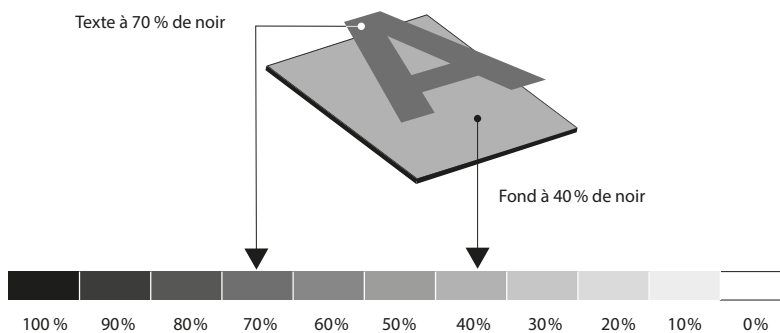
😊 La meilleure valeur de contraste entre le texte et le fond : **100**



😐 La valeur de contraste minimum entre le texte et le fond : **70**

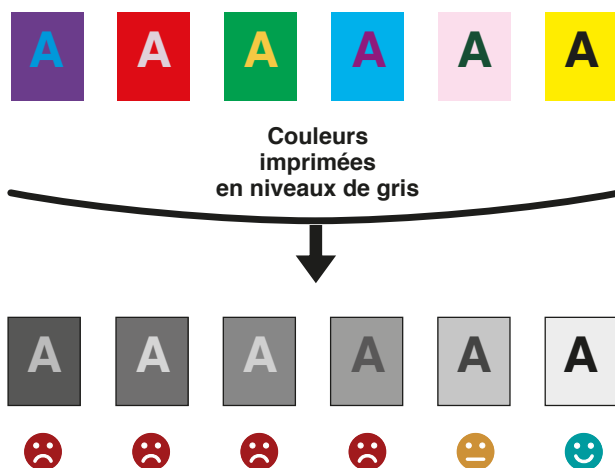


😞 Exemple d'un mauvais contraste entre le texte et le fond : **30**  
(70 % moins 40 %)



## Astuce

Pour vérifier la qualité des contrastes, imprimez simplement votre document en niveaux de gris ou traitez-le au moyen d'un logiciel graphique professionnel comme Photoshop®, en faisant une conversion du fichier couleur (quadrichromie ou RVB) en niveaux de gris. Si le contraste est insuffisant, le texte et le fond se confondent.



## 1.5 Les tableaux et les graphiques

- Présentez un texte en forme de colonnes lorsque les lignes du texte sont trop longues ou lorsque le format du papier le permet. Dans ce cas, prévoyez :
  - deux colonnes au maximum,
  - des lignes de longueur moyenne de 50 caractères, espaces compris,
  - un espacement minimal entre chaque colonne de 1,25 cm à 2,5 cm,
  - une ligne verticale fine pour bien séparer les colonnes, si nécessaire.



Dans cette colonne, la longueur moyenne d'une ligne est de 13 caractères. L'œil saute rapidement d'une ligne à l'autre. La lecture est désagréable.



Dans cette colonne, la longueur moyenne d'une ligne est de 50 caractères. L'œil saute moins rapidement d'une ligne à l'autre. La lecture est beaucoup plus agréable.

- Utilisez les tableaux et les graphiques avec modération.
- Choisissez des tableaux et graphiques simples. Préférez plusieurs petits tableaux simples à un grand tableau complexe : limitez par exemple le nombre de colonnes.
- Placez de préférence les titres à l'extérieur du tableau et augmentez la police des intitulés de colonnes et de lignes.
- Choisissez un même style de présentation d'un tableau à l'autre.
- Prévoyez une taille de cellules uniforme.
- Utilisez des couleurs contrastées pour mieux différencier les lignes et les colonnes.

#### À éviter

- les lignes vides pour aérer le tableau,
- les cellules de taille réduite.

#### Pour les personnes en situation de handicap



Évitez les colonnes de façon générale car elles obligent un retour à la ligne plus fréquent.

## 1.6 L'énumération

- Préférez l'énumération verticale à l'aide de puces ou de numéros.
- Préférez des énumérations courtes, de 2 à 5 puces.
- Utilisez des numéros pour lister les étapes dans un ordre d'exécution logique.
- Utilisez le moins de mots possible et pas plus d'une phrase par puce.



Pour vous inscrire au centre sportif, il faut apporter la feuille d'inscription, une photo d'identité et un certificat médical.



Pour vous inscrire au centre sportif, apportez :

- la feuille d'inscription,
- une photo d'identité,
- un certificat médical.

## 1.7 Les espaces : marges et interlignes

- Aérez suffisamment le texte avec :
  - des marges de 2,5 cm à 3 cm au moins,
  - des espaces réguliers entre les mots. Ils le sont automatiquement lorsque le texte est aligné à gauche,
  - un espace avant et après les titres, les sous-titres et les paragraphes,
  - un espace minimal de 1,15 à 1,25 point entre les lignes,
  - un espace de 1,5 point entre les paragraphes.

### Pour les personnes en situation de handicap



Utilisez un espacement de 1,5 point entre les lignes.



Utilisez un espacement entre les paragraphes de 20 à 30 points pour une police de corps 12 à 18.

## 1.8 Le papier

- Choisissez un papier sans reflet : mat ou demi-mat, sans protection de surface brillante ou satinée.
- Optez pour un papier blanc chaud, moins lustré qu'un blanc éclatant.
- Choisissez un papier suffisamment opaque pour éviter de voir par transparence, soit un papier d'une épaisseur minimale de 90 grammes (grammage).
- Choisissez un format, un pliage et une reliure qui facilitent la manipulation et le sens de lecture.
- Pour les documents à imprimer, privilégiez les formats A4-A5 ou format lettre.

### Pour les personnes en situation de handicap



Le format paysage, dit aussi à l'italienne, est intéressant, car il évite au lecteur de revenir souvent à la ligne.





Si un document est destiné à recevoir du braille, anticipez la place prise par le braille, soit l'équivalent d'un Arial corps 48, et choisissez le papier avec le fabricant, selon la technique choisie.



## 2. Les mots et les phrases : l'aspect linguistique



L'aspect linguistique regroupe les pratiques qui permettent au lecteur de décoder facilement les mots et les phrases d'un texte et d'en faciliter la compréhension.

### 2.1 Le choix des mots

- Préférez les mots courts.
- Privilégiez les mots courants, de la vie de tous les jours et connus du public destinataire.

	Établissement scolaire		École
	Un plan quinquennal		Un plan d'une durée de 5 ans
- Utilisez des mots monosémiques pour éviter les ambiguïtés.

	Une grande figure		Un personnage célèbre
--	-------------------	--	-----------------------
- Préférez les verbes aux noms.

	Prendre une décision		Décider
---	----------------------	---	---------
- Utilisez le même mot tout au long du document pour désigner un objet ou une idée, sans chercher de synonymes.

#### À éviter

- les césures en fin de ligne,
- les sigles, acronymes et abréviations, sauf s'ils sont utilisés dans le langage courant, comme Sida, TGV, NASA. Sinon, donner la signification entre parenthèses lorsqu'ils sont mentionnés la première fois,
- les mots étrangers ou d'origine étrangère, sauf s'ils sont bien connus, comme impresario, judoka, gourou, web,
- le jargon spécialisé,














Ayant droit



Conjoint, enfant, héritier,  
selon le contexte

... / ...

## À éviter



- les anglicismes ou les emprunts à la langue anglaise,  
 En live  En direct  
Faire un débriefing  Faire le bilan  
Junk food  Malbouffe
- les expressions imagées, les métaphores, les périphrases,  
 Avoir le cœur sur la main  Être généreux  
Les forces de l'ordre  La police
- les figures de style qui risquent d'être mal comprises,  
 Il n'est pas certain que  Ce n'est pas important  
ce soit important
- les noms de couleur peu connus. Choisissez de préférence la couleur commune, suivie d'un qualificatif : foncé, clair ou vif.  
 Ocre  Orange ou jaune foncé

## Pour les personnes en situation de handicap



Préférez des mots de 1 à 2 syllabes.

## 2.2 Les phrases

- Préférez les structures grammaticales simples : sujet, verbe, complément.
- Formulez des phrases simples, comprenant un seul verbe conjugué.  
 Mathilde, qui a obtenu son diplôme au Québec, travaille dans notre établissement depuis deux semaines.  Mathilde travaille dans notre établissement depuis deux semaines. Elle a obtenu son diplôme au Québec.
- Choisissez les temps de conjugaison les plus simples : présent, imparfait, passé composé, futur simple.
- Conjuguez le verbe au même temps tout le long du document.



- Préférez les phrases actives aux phrases passives.



Le dossier d'inscription est à faire signer par l'étudiant.



L'étudiant doit signer le dossier d'inscription.

- Choisissez des phrases affirmatives plutôt que négatives.



Ne roulez pas à gauche.



Roulez à droite.

### À éviter

- les verbes au conditionnel,
- les mots inutiles ou superflus qui n'ajoutent rien au sens de la phrase.

### Pour les personnes en situation de handicap



Préférez des phrases de 7 à 12 mots ou de 30 à 60 caractères.



Commencez une nouvelle phrase sur une nouvelle ligne.



Préférez les phrases qui tiennent sur une seule ligne et qui se terminent sur une même page. Si la phrase est plus longue, coupez la phrase à l'endroit de la conjonction ou à l'endroit où il y a une pause lorsqu'elle est lue à voix haute.



Évitez les compléments avant le verbe.



Il ne lui a pas donné l'autorisation.



Il n'a pas donné l'autorisation à l'animateur.



Privilégiez les phrases courtes pour tenir compte de l'espace nécessaire pour un texte en caractères agrandis.

## 2.3 La ponctuation

- Employez une ponctuation simple.

### À éviter

- l'emploi de parenthèses, astérisques, tirets dans le texte, points de suspension, barres obliques.



Les usagers du Centre de loisirs d'Amiens (bâti dans les années 1960/1970) se sentent abandonnés par la mairie, qui vient d'en annoncer la fermeture.



Les usagers du Centre de loisirs d'Amiens se sentent abandonnés. La mairie vient d'annoncer la fermeture de ce bâtiment ouvert depuis 40 ans.

### Pour les personnes en situation de handicap



Évitez l'emploi de virgules, points-virgules, deux-points, crochets et autres caractères spéciaux tels que < # &.

## 2.4 Le style et le ton

- Utilisez un langage empathique qui favorise la proximité.



La direction générale invite les salariés à la présentation des comptes annuels.



En tant que directeur général, je suis heureux de vous inviter à la présentation des comptes annuels. J'espère que vous viendrez nombreux.

- Choisissez un ton positif ou neutre.
- Choisissez un ton courtois et respectueux.
- Écrivez à la première et la deuxième personne. Le lecteur se sent ainsi directement informé et sollicité.
- Préférez les verbes à l'impératif plutôt qu'à l'infinitif.

### À éviter

- le style impersonnel, symbolique ou métaphorique,
- le ton autoritaire, menaçant, moralisateur ou accusateur,



Si vous n'avez pas envoyé votre courrier avant le 13 avril, vous ne recevrez pas votre allocation.



Pour recevoir votre allocation, envoyez votre courrier avant le 13 avril.

- l'usage de la troisième personne.



Que faut-il faire pour arrêter de fumer ? Il existe différentes solutions.



Vous voulez arrêter de fumer ? Nous vous proposons différentes solutions.

## 2.5 Les nombres

- Préférez la forme numérique des nombres.



Cette ville compte dix-huit mille habitants.



Cette ville compte 18 000 habitants.

- Indiquez les ordres de grandeur plutôt que les pourcentages.



5 %



1 sur 20

- Écrivez les dates en entier.



13/04/18



13 avril 2018

- Donnez les équivalences du système métrique en mesures impériales, selon le pays et le public : kilogrammes/livres, litres/onces.

### À éviter

- les fractions.





J'emmène  $\frac{1}{4}$  du groupe au cinéma.



J'emmène 7 d'entre vous au cinéma.

## Pour les personnes en situation de handicap

 Utilisez des ordres de grandeur ou des mots généraux tels que beaucoup, la plupart, la moitié, peu, etc., au lieu de citer des pourcentages, des chiffres et des statistiques.


 Situez l'événement dans le temps avec des repères simples et connus du public destinataire.



En 1947



Après la deuxième guerre mondiale


 Évitez l'utilisation de chiffres romains.

### 3. Le choix de l'information : l'aspect informatif

La sélection du contenu est une étape importante dans la conception d'un support d'information. Elle conditionne bien souvent la bonne compréhension du message par les destinataires.

#### 3.1 La sélection de l'information

- Allez à l'essentiel, avec les seuls détails qui seront utiles au lecteur pour bien comprendre le message clé.
- Présentez une information adaptée au public ciblé, selon sa connaissance du sujet, sa logique, sa culture et son expérience. Prenez en compte les fausses croyances et les craintes pour rassurer ou mieux les déconstruire.

 Vous ne pouvez pas attraper le VIH en touchant ou en embrassant une personne séropositive.

- Mettez-vous dans la peau du lecteur et répondez aux questions qu'il peut se poser. Ainsi les questions « Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ? » permettent de suivre le schéma logique de pensée du lecteur.

- Donnez une information concrète et explicite, en précisant notamment ce que le public doit faire.



Faites de l'exercice de façon modérée.



Marchez 10 minutes, 3 fois par jour.

### À éviter

- les éléments de distraction, par exemple plusieurs dates ou nombres dans un même paragraphe.

## 3.2 L'explication de l'information

- Expliquez clairement l'objectif du document.
- Ajoutez un contexte aux nouvelles informations et aux nouveaux concepts.
- Expliquez les notions difficiles et les termes techniques à l'aide :
  - de synonymes,
  - de courtes définitions à placer à l'endroit où le terme est cité,
  - de reformulations et d'explications,



Le pied d'athlète est une dermatomycose causée par des dermatophytes.



Le pied d'athlète est une dermatomycose, c'est-à-dire une maladie de la peau causée par des champignons, les dermatophytes.



La prévention de la pédiculose dans les établissements scolaires commence avant l'apparition des cas infestés.



Pour prévenir l'apparition des poux, la pédiculose, il faut commencer avant l'apparition des premiers cas dans les écoles.

- d'exemples concrets et d'analogies familières.



Pour vous inscrire sur les listes électorales, apportez un justificatif de domicile.



Pour vous inscrire sur les listes électorales, apportez une facture d'eau ou d'électricité avec votre nom et votre adresse.



Pour muscler progressivement votre bras, habituez-vous à soulever des poids moyens.



Pour muscler progressivement votre bras, soulevez plusieurs fois par jour l'équivalent d'une bouteille de lait.

- Placez les explications directement dans le texte ou dans des encadrés, plutôt qu'entre tirets ou parenthèses.
- Mentionnez les documents, sites ou vidéos accessibles pour compléter l'information.

### À éviter

- les longues définitions,
- les définitions placées loin du mot auquel elles se rapportent. Préférez un encadré dans la page où il est cité.

### Pour les personnes en situation de handicap



Opposez « bonne » et « mauvaise » solution à partir de dessins qui aident à mieux intégrer l'information, en caricaturant et en utilisant les couleurs des feux tricolores, rouge/orange/vert, qui véhiculent du sens.



Complétez les informations transmises par les schémas, dessins ou tableaux par un texte descriptif.

## 4. L'organisation de l'information : l'aspect structurel

L'aspect structurel doit permettre de proposer un texte cohérent, avec des phrases qui s'enchaînent bien et qui présentent entre elles des rapports logiques. En organisant et en hiérarchisant l'information à l'aide des chapitres, de titres ou d'autres formes d'organisation, le lecteur repère plus facilement l'information principale, navigue plus rapidement de partie en partie et comprendra mieux le message que vous avez à lui transmettre.

### 4.1 Le plan

- Mettez clairement le plan en évidence.
- Faites apparaître une phrase d'introduction et de conclusion.
- Intégrez une table des matières pour des documents relativement longs, soit d'au moins cinq pages.
- Si nécessaire, proposez un résumé du document.

### 4.2 Les titres

- Structurez le texte avec des titres et sous-titres.
- Limitez les titres et sous-titres à un maximum de trois niveaux.
- Uniformisez autant que possible la présentation et la formulation des titres.

- Choisissez des titres et sous-titres courts et faciles à comprendre.
- Choisissez des titres explicites et informatifs, par exemple sous la forme de messages clés.
- Mettez les titres en évidence, à gauche ou centrés, en gras, avec une police plus grande que le texte courant.

#### Astuce

Formuler les titres sous forme de questions permet de préciser le contenu de l'information.







L'inscription à la société de transport



Comment obtenir ma carte de transport ?

#### Pour les personnes en situation de handicap

-  Placez les titres à gauche.
-  Utilisez des titres avec un corps 16 minimum.
-  Limitez les titres et sous-titres numérotés à un maximum de deux niveaux.
-  Choisissez des tailles de titres proportionnelles à la taille du texte : Titre 1 : 200 % ; Titre 2 : 175 % ; Titre 3 : 150 % ; Titre 4 : 125 %.

## 4.3 La structure de l'information

- Mettez en valeur les éléments importants.
- Organisez le texte en différentes parties logiques.
- Présentez les idées dans un ordre logique et facile à comprendre pour le lecteur :
  - du général au particulier,
  - du plus important au moins important,
  - du connu au moins connu,
  - en ordre chronologique afin d'éviter les retours en arrière.
- Rassemblez les informations sur un même sujet.
- Limitez le nombre de messages : présentez une seule idée par phrase et une idée principale par paragraphe.
- Précisez l'idée principale avec une phrase explicite au début de chaque paragraphe.

- Placez l'information importante en premier, puis l'information secondaire et spécialisée, et enfin les conditions et exceptions à l'information générale.
- Répétez les informations les plus importantes à la fin.
- Rédigez des paragraphes courts, de 4 à 5 lignes (ou de 150 à 250 mots).
- Liez les mots, les phrases et les paragraphes à l'aide de transitions et de marqueurs de relation tels que : premièrement, ensuite, à cause de, pour conclure, etc. Ils permettent d'établir un lien logique comme la cause, la conséquence ou l'explication.

#### Astuce

Lorsqu'une situation précède une action, respectez l'ordre d'apparition.



Venez à la banque alimentaire si votre réfrigérateur est vide.



Si votre réfrigérateur est vide, venez à la banque alimentaire.

#### Pour les personnes en situation de handicap



Présentez un message sur une même page ou sur deux pages en face à face pour éviter au lecteur de devoir tourner la page pour trouver la suite de l'information.

## 4.4 Les autres aides à l'organisation




- Numérotez les pages, en pied de page à droite sur les pages de droite, et en pied de page à gauche sur les pages de gauche.
- Pensez à la numérotation pour orienter le lecteur dans un document : utilisez le système numérique plutôt qu'alphabétique.
- Utilisez les couleurs comme un élément de la signalétique facilitant le repérage : onglets de couleur, ouvertures de parties contrastées, etc.
- Identifiez l'émetteur du document.

#### À éviter







- les notes de bas de page et les références, sauf pour citer les sources. Si l'information est indispensable à la compréhension, intégrez-la dans le corps du texte. Si l'information est complémentaire, placez-la à la fin du document.



# Liste de vérification : la conception de documents imprimés pour tous

			
<b>La présentation : l'aspect visuel</b>			
Choisir une police lisible, de corps 12 au minimum			
Aligner le texte à gauche			
Mettre en évidence à l'aide du gras			
Utiliser les couleurs avec modération, avec contraste élevé			
Utiliser des tableaux et graphiques simples, au besoin			
Préférer l'énumération à l'aide de puces, pas plus de 5			
Aérer le texte avec beaucoup d'espaces blancs			
Choisir un papier sans reflet, blanc chaud et opaque			
Soigner l'apparence du document pour qu'il soit attrayant			
<b>Les mots et les phrases : l'aspect linguistique</b>			
Préférer des mots courts, courants, concrets, qui ont un seul sens			
Formuler des phrases courtes : sujet, verbe, complément			
Choisir des phrases actives et affirmatives			
Privilégier des temps de verbe et des ponctuations simples			
Choisir un ton courtois et un style personnel à la 1 <sup>re</sup> ou à la 2 <sup>e</sup> personne			
Porter attention à la façon d'utiliser les chiffres			
<b>Le choix de l'information : l'aspect informatif</b>			
Trouver des renseignements pertinents et complets			
Retenir les messages clés, sans détails superflus			
Expliquer dans le texte les notions difficiles et les termes techniques			
<b>L'organisation de l'information : l'aspect structurel</b>			
Faire apparaître clairement le plan			
Structurer le texte avec des titres et des sous-titres courts et explicites			
Organiser le texte et les idées dans un ordre logique			
Diviser le texte en paragraphes courts, de 4 à 5 lignes et pas plus de 250 mots			
Utiliser les marqueurs de liaison pour favoriser les liens logiques			
Hiérarchiser l'information			
Présenter une idée par paragraphe			
Utiliser les couleurs comme élément de la signalétique			

# Liste de vérification : la conception de documents imprimés pour les personnes en situation de handicap

			
<b> Personnes présentant une déficience intellectuelle</b>			
Utiliser une police sans empattement avec un corps de 14 à 16			
Utiliser un espacement de 1,5 point entre les lignes			
Préférer des mots de 1 à 2 syllabes			
Préférer des phrases de 7 à 12 mots ou de 30 à 60 caractères			
Commencer une nouvelle phrase sur une nouvelle ligne			
Préférer les phrases sur une seule ligne et sur une même page			
Utiliser des ordres de grandeur ou des mots généraux tels que beaucoup, la plupart, la moitié, peu, plutôt que des %, des chiffres ou statistiques			
Situer l'événement dans le temps avec des repères simples et connus			
Placer les titres à gauche, avec une police de 16 points minimum			
Limiter les titres et sous-titres numérotés à un maximum de deux niveaux			
Présenter un message sur une page ou sur deux pages en face à face			
Éviter l'emploi de virgules, points-virgules, deux-points, crochets et autres caractères spéciaux tels que < # &			
Éviter l'utilisation de chiffres romains			
<b> Personnes présentant une déficience visuelle</b>			
Utiliser une police corps de 16 à 24			
Éviter les couleurs vives ou fluo qui peuvent éblouir			
Éviter les colonnes car elles obligent un retour à la ligne plus fréquent			
Utiliser un espacement entre les paragraphes de 20 à 30 points pour une police de 12 à 18 points			
Préférer le format paysage, nommé aussi à l'italienne			
Anticiper la place prise par le braille, soit l'équivalent d'un Arial corps 48			
Privilégier les phrases courtes considérant l'espace requis d'un texte en caractères agrandis			
Compléter par un texte descriptif les schémas, dessins ou tableaux			
Choisir des tailles de titres qui soient proportionnelles à la taille du texte : Titre 1 : 200 % ; Titre 2 : 175 % ; Titre 3 : 150 % ; Titre 4 : 125 %			
<b> Personnes présentant une déficience auditive</b>			
Opposer « bonne » et « mauvaise » solution à partir de dessins qui aident à mieux intégrer l'information, en caricaturant et en utilisant les couleurs des feux tricolores, rouge/jaune-orangé/vert, qui véhiculent du sens			

## Références - La conception de documents imprimés

**Les liens et les sites web ont été vérifiés le 15 mars 2018.**

1. Acart Communications. Contrast checker; 2017, [en ligne] <https://contrastchecker.com>
2. Allaire C. Informer les personnes sourdes ou malentendantes : partage d'expériences. Saint-Denis : Inpes; 2012.
3. AlterGo, Regroupement des organismes de promotion du Montréal métropolitain (ROPMM), Service de la diversité sociale et des sports Montréal. Accessibilité universelle des outils de communication. Montréal: AlterGo; 2014.
4. Association canadienne de santé publique, Programme national sur l'alphabétisation et la santé. De bons remèdes pour les aînés : lignes directrices sur la rédaction des documents et la conception des emballages des médicaments sur ordonnance. Ottawa: Association canadienne de santé publique; 2002.
5. Association des banquiers canadiens. Engagement de l'ABC en matière de lisibilité des documents hypothécaires; 2000.
6. Association des graphistes agréés de l'Ontario. Accès cible, un guide pratique sur l'accessibilité en graphisme. Toronto: Association des graphistes agréés de l'Ontario; 2010.
7. Beaudet C. Clarté, lisibilité, intelligibilité des textes : un état de la question et une proposition pédagogique. Recherches en rédaction professionnelle. 2001;1(1):1-17.
8. Beaudet C. L'efficacité, la lisibilité et l'intelligibilité des textes. In: Beaudet C. Stratégies d'argumentations et impact social : le cas des textes utilitaires. Québec: Nota Bene; 2005.
9. Beauregard G. Neuf astuces pour rendre ses communications écrites plus accessibles et efficaces. Bureau de soutien à la communication en santé publique; 2010.
10. Beauregard G, Dorval V, Joseph D. La littératie en santé pour des communications écrites compréhensibles. Guide complémentaire: Bureau de soutien à la communication en santé publique; 2012.
11. Center for Universal Design. The principles of universal design. Raleigh: North Carolina State University; 2008.
12. Centers for Disease Control and Prevention. Simply put. Scientific and technical information 2nd ed. Atlanta: CDC Office of Communication; 1999.
13. Codling M, Macdonald N. User-friendly information : does it convey what it intends? Learning Disability Practice. 2008;11(1):12-7.
14. Collette K. Qualité de la relation entre administration et usagers : la part informationnelle de l'asymétrie. Interprétations d'usagers et approche macro-discursive de la marge rédactionnelle. Technostyle. 2008;22(1):19-38.
15. Pour des communications réussies : L'alphabétisme et vous. Ottawa: Communication Canada; 2003.
16. Cornett S. Assessing and Addressing Health Literacy. Online Journal of Issues in Nursing. 2009;14(3).
17. Delage G, Madinier B, Belanger A. Accroître la lisibilité du texte. In: Groupe de travail franco-québécois sur la modernisation de l'État, editor. Rédiger simplement - Principes et recommandations pour une langue administrative de qualité. Québec: Gouvernement du Québec; 2006.
18. Doak GL, Doak CC. Pfizer Principles for Clear Health Communication: A Handbook for Creating Patient Education Materials that Enhance Understanding and Promote Health Outcomes. New-York: Pfizer; 2004.
19. Dowse R, Ramela T, Barford K-L, Browne S. Developing visual images for communicating information about antiretroviral side effects to a low-literate population. African Journal of Aids Research. 2010;9(3):213-24.
20. Duval J, North Halton Literacy Guild. Plain Speaking: a guide to clear communications for health and social service workers in Halton. Georgetown: North Halton Literacy Guild; 1999.

21. European Blind Union. *Rendre l'information accessible à tous*, [en ligne]. [http://www.euroblind.org/resources/guidelines/brochure-translations/nr/425#imprimes\\_accessible](http://www.euroblind.org/resources/guidelines/brochure-translations/nr/425#imprimes_accessible)
22. Evetts J, Gauthier M. *Literacy Task Assessment Guide*. Secretariat NL, editor. Calgary, AB: National Literacy Secretariat; 2005.
23. Faniel A. *Lisibilité - 10 règles d'or pour des textes plus lisibles*. Namur, Belgique: Commissariat wallon E-Administration et Simplification; 2006.
24. Fernbach N. *La lisibilité dans la rédaction juridique au Québec*. Ottawa, ON: Centre canadien d'information juridique; 1990.
25. Freeman A. *Speaking plain language. How disability support workers can use plain language with clients who may have limited literacy or language comprehension skills*. *FastFacts*. 2008;1(2):1-2.
26. Freyhoff G, Hess G, Kerr L, Menzel E, Tronbacke B, Van der Veken K. *Le Savoir-Simplifier. Directives européennes pour la production d'Information en langage clair à l'usage des Personnes Handicapées Mentales à l'intention des auteurs, éditeurs, spécialistes de la communication, traducteurs et autres personnes intéressées*. Bruxelles, Belgique: ILSMH Association Européenne; 1998.
27. Gélinas-Chébat C, Préfontaine C, Lecavalier J, Chebat J-C. *Lisibilité - Intelligibilité de documents d'information: UQAM, Centre d'analyse de texte par ordinateur (ATO)*; 1993.
28. Groupe Rédiger, Centre interdisciplinaire de recherches sur les activités langagières (CIRAL) Université Laval, Clerc I, Kavanagh E. *De la lettre à la page Web : savoir communiquer avec le grand public*. Québec: Publications du Québec, Gouvernement du Québec; 2006.
29. Groupe Rédiger (sous la direction d'Isabelle Clerc). *Simplification de la langue administrative : les formulaires imprimés et électroniques, les fiches du répertoire des programmes et services*. Québec: Ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration; 2002.
30. Groupe Rédiger (sous la direction d'Isabelle Clerc). *Simplification des lettres de l'administration adressées au grand public : rapport de recommandations*. Québec: Ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration; 2003.
31. Groupe Rédiger (sous la direction d'Isabelle Clerc). *Simplification des courriers électroniques de l'administration adressés au grand public : rapport de recommandations*. Québec, QC: Ministère des Relations avec les citoyens et de l'Immigration; 2005.
32. Hôpital général juif. *Comment concevoir des documents d'enseignements écrits efficaces pour les patients*. Montréal: Hôpital général juif; 2008.
33. International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA). *Directives pour les documents faciles-à-lire*. La Haye: Fédération Internationale des Associations de Bibliothécaires et des Bibliothèques; 1999.
34. Labasse B. *La lisibilité rédactionnelle : fondements et perspectives*. *Communication et langages*. 1999;121(1):86-103.
35. Labasse B. *Perception et compréhension de l'écrit*. In: Combiér M, Peséz Y, editors. *La chose imprimée*. Paris : Retz; 1999.
36. Lane P, Blanco M, Ford L, Holly Smith M. *The Health Literacy Style Manual*. Columbia: Maximus; 2005.
37. Le collège des médecins de famille du Canada. *Littératie en santé dans le centre de médecine de famille*. Mississauga: Le collège des médecins de famille du Canada; 2016.
38. Le Gouvernement du Grand-Duché de Luxembourg. *Rendez-vous accessibilité : Le langage clair*; 2015.
39. Marcus EN, Sanders LM, Pereyra M, Del Toro Y, Romilly AP, Yepes M, et al. *Mammography Result Notification Letters: Are They Easy to Read and Understand?* *Journal of Women's Health*. 2011;20(4):545-51.
40. Materne R, Jacobs J-C, Weynants J-P, Faniel A. *Formulaires - Guide pour les concevoir et les évaluer*. Namur: Commissariat wallon E-Administration et Simplification; 2006.
41. Ministère de la Santé et des Services sociaux. *L'accès aux documents et aux services offerts au public pour les personnes handicapées*; 2007.

42. Norah Fry Research Centre. Information for all. University of Bristol, England: Norah Fry Research Institute; 2004.
43. North Carolina Office on Disability and Health, Woodward Communications. Removing Barriers. Tips and Strategies to Promote Accessible Communication. 2nd ed. McCormick S, editor. Wake Forest, NC: Sally McCormick, Woodward Communications; 2002.
44. Option consommateurs, Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français. Écrivez clairement et simplement. Pour être lu et compris : un guide pour les rédacteurs en entreprise. Ottawa: FCAF / Option Consommateurs; s.d., [en ligne]. [http://www.option-consommateurs.org/documents/principal/fr/File/alpha\\_oc0211.pdf](http://www.option-consommateurs.org/documents/principal/fr/File/alpha_oc0211.pdf).
45. Organisation de Coopération et de Développement Économique (OCDE). Guide de style de l'OCDE. 3rd ed. Paris : OCDE; 2015.
46. Organisation mondiale de la Santé. Feuille de route des dispositifs fondamentaux des villes-amies des aînés. Genève: Organisation mondiale de la Santé; 2007.
47. Osborne H. Practical matters. Writing in Plain Language: A Quick Guide from Start to Finish. American Medical Writers Association Journal. 2010;25(4):169-71.
48. Parent R. Écrire et dire pour être compris. Journal du Barreau. 2007;39(10):19.
49. Poncelas A, Murphy G. Accessible information for people with intellectual disabilities: do symbols really help? Journal of Applied Research in Intellectual Disabilities. 2007;20(5):466-74.
50. Préfontaine C, Lecavalier J. Analyse de l'intelligibilité de textes prescriptifs. Revue québécoise de linguistique. 1996;25(1):99-143.
51. Racle G. La lisibilité : quelques aperçus neuropsychologiques. Communication et langages. 1988(76):20-41.
52. Ridpath JR, Greene SM, Wiese CJ. PRISM Readability Toolkit. 3rd ed. Seattle, WA: Group Health Research Institute; 2007.
53. Rudd RE, Kaphingst K, Colton T, Gregoire J, Hyde J. Rewriting Public Health Information in Plain Language. Journal of health communication. 2004;9(3):195-206.
54. Ruel J. Recommandations pour favoriser la compréhension de l'information destinée aux personnes ayant des compétences réduites en littératie. Gatineau, Québec: Pavillon du Parc; 2009.
55. Samson E. Langue claire et simple : évaluer l'utilisabilité des documents. L'Actualité langagière. 2007; 4(4):13.
56. Savard C. Pour qu'on vous lise... tout simplement. Techniques de rédaction en langue claire et simple. Sainte-Foy, Québec: Gouvernement du Québec, Ministère du Revenu, Service des formulaires; 2003.
57. Scottish Accessible Information Forum (SAIF). Making Written Information Accessible: Guidelines for producing accessible printed and electronic information; 2013.
58. Secrétariat général pour la modernisation de l'action publique (SGMAP). Référentiel général d'accessibilité pour les administrations (RGAA 3); 2017.
59. Senécal M-J, Bourgeois L, Roberge L. Guide pratique pour vos documents imprimés. Longueuil, QC: Institut Nazareth et Louis-Braille; 2012.
60. Snook J. Colour Contrast Check; 2015, [en ligne]. [http://snook.ca/technical/colour\\_contrast/colour.html](http://snook.ca/technical/colour_contrast/colour.html)
61. Sorin N. De la lisibilité linguistique à une lisibilité sémiotique. Revue québécoise de linguistique. 1996;25(1):61-97.
62. The Plain Language Action and Information Network (PLAIN). Federal Plain Language Guidelines. United States: PLAIN; 2011.
63. Tijus C, Barcenilla J, Cambon De Lavalette B, Meunier J-G. The design, understanding and usage of pictograms. In: Tijus C, Barcenilla J, Cambon de Lavalette B, Meunier J-G. Written Documents in the Workplace. Leiden : Brill Online books and journals; 2007. p.17-31.
64. Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Bureau de la traduction. Le guide du rédacteur. Ottawa, ON: Gouvernement du Canada; 1996.

65. Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Bureau de la traduction. Communication claire et efficace : outil de référence rapide. Gouvernement du Canada; 2007.
66. Travaux publics et services gouvernementaux Canada, Bureau de la traduction. Outils d'aide à la rédaction : le guide du rédacteur. La langue claire et simple. Gouvernement du Canada; 2015.
67. Trudeau S. Qu'est-ce qu'un bon formulaire? Rapport du groupe de travail mandaté pour mener une recherche exploratoire sur la question. Québec: Revenu Québec; 2005.
68. Turner-Cmunchal M. Lignes directrices pour une information accessible. Les TIC pour l'accessibilité de l'information dans l'apprentissage. Suresnes : Agence européenne pour l'éducation adaptée et inclusive; 2015.
69. U.S. Department of Health & Human Services, National Institutes of Health. Plain Language. Connecting with Your Readers; 2015.
70. U.S. National Library of Medicine. How to Write Easy-to-Read Health Material. Bethesda: U.S. NLM; 2016.
71. U.S. Securities and Exchange Commission, Office of Investor Education and Assistance. A Plain English Handbook - How to create clear SEC disclosure documents. Washington: U.S. Securities and Exchange Commission; 1998.
72. Union nationale des associations de parents de personnes handicapées mentales et de leurs amis (Unapei). L'information pour tous : règles européennes pour une information facile à lire et à comprendre. Paris : Unapei; 2009.
73. Vallance JK, Taylor LM, Lavallee C. Suitability and readability assessment of educational print resources related to physical activity: Implications and recommendations for practice. Patient Education & Counseling. 2008;72(2):342-9.
74. Wallace LS, Zite NB, Homewood VJ. Making Sense of Home Pregnancy Test Instructions. Journal of Women's Health 2009;18(3):363-8.
75. Wilson FL, Mood D, Nordstrom CK. The Influence of Easy-to-Read Pamphlets About Self-Care Management of Radiation Side Effects on Patients' Knowledge. Oncology Nursing Forum. 2010;37(6):774-81.



# **La conception et l'utilisation des images**

# Sommaire

<b>1. Le contenu des images</b>	<b>47</b>
1.1 Transmettre l'information par l'image	47
1.2 Utiliser des images faciles à comprendre	48
1.3 Mettre en évidence un détail important	50
1.4 Assurer une cohérence dans l'utilisation des images	50
<b>2. Le texte associé à l'image</b>	<b>51</b>
<b>3. L'emplacement des images</b>	<b>52</b>
<b>4. La qualité des images</b>	<b>52</b>
<b>5. Le choix des images</b>	<b>53</b>
<b>Listes de vérification</b>	<b>55</b>
<b>Références</b>	<b>57</b>



# La conception et l'utilisation des images

Les images peuvent faciliter l'accès au message, car elles captent l'attention et sont généralement plus faciles à mémoriser qu'un texte seul. Les images sont essentielles pour toutes les personnes qui sont moins à l'aise avec l'écrit. Par « image », nous pensons à tous les éléments iconographiques que sont le dessin, l'infographie, la bande-dessinée, la photo, le roman-photo, le pictogramme, le symbole et le logo.

Dans cette partie, nous vous suggérons des pratiques pour exploiter au mieux les possibilités de l'image comme vecteur d'information. Pour être utiles à tous, elles doivent être significatives, choisies et utilisées avec attention. Il s'agit d'un équilibre à trouver entre l'espace de créativité, l'identité graphique de l'émetteur et le besoin de votre public.

## 1. Le contenu des images

### 1.1 Transmettre l'information par l'image

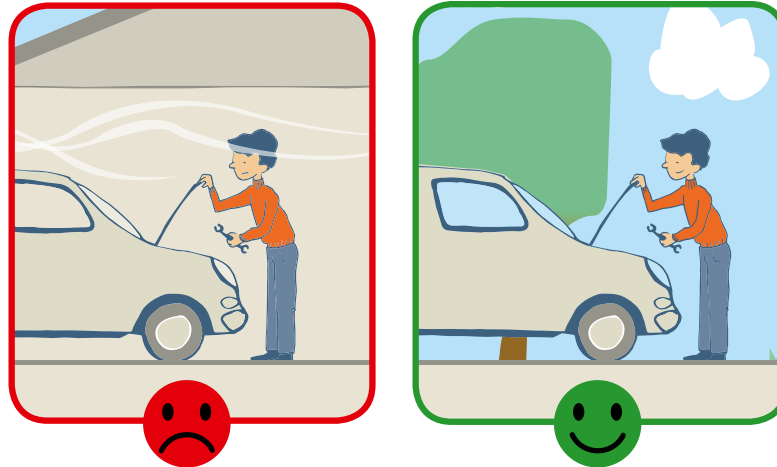
- Choisissez des images pertinentes, soutenant les idées principales du message. Le lien entre l'image et le texte associé doit être clair.



Source : Brochure *Le VIH, le sida, pour comprendre*, Santé publique France.

- Choisissez des images précises, qui transmettent un seul message et ne laissent pas de place à l'interprétation.
- Choisissez des images concrètes, illustrant ce que le lecteur doit faire plutôt que ce qu'il ne doit pas faire. Dans certains cas, un contre-exemple peut être aussi explicite.

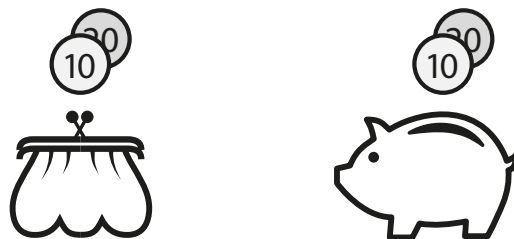
**Moteur : ne pas allumer dans le garage**



Source : Brochure *Les dangers du monoxyde de carbone, pour comprendre*, Santé publique France.

## 1.2 Utiliser des images faciles à comprendre

- Utilisez des images de la vie quotidienne.
- Choisissez des images connues du public destinataire et culturellement appropriées.



Pour parler de l'épargne, l'image du porte-monnaie est plus largement partagée que la tirelire en forme de cochon.

- Veillez à la diversité des publics représentés : âge, ethnie, image corporelle, etc.
- Choisissez des images dépourvues de détails qui nuisent à l'identification et à la compréhension du message.

## Astuce

L'élaboration d'une image peut se faire selon un processus séquentiel : commencez par la forme la plus élémentaire du dessin puis ajoutez les détails progressivement jusqu'à l'obtention du niveau de compréhension optimal par le public destinataire.

- Lorsqu'elle est utilisée pour la première fois, placez l'image dans son contexte pour lui donner du sens. Les images nécessitent souvent un temps d'apprentissage.



Source : Dépliant *Maladie de Lyme, prévention des piqûres de tiques*, Santé publique France

- Testez les images auprès du public cible, dans l'environnement dans lequel elles seront utilisées.

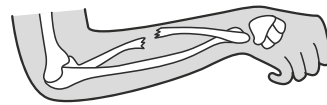
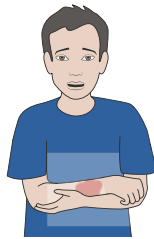
## À éviter

- les images trop sophistiquées,
- les images abstraites,
- les images trop chargées et celles qui transmettent plusieurs informations,
- les images qui ne contribuent pas à la compréhension du texte,
- les stéréotypes et les caricatures. Écartez par exemple les stéréotypes de genre avec des femmes représentées uniquement dans des rôles domestiques et des hommes dans des rôles liés au travail ou à l'argent.

## 1.3 Mettre en évidence un détail important

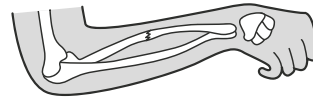
- Agrandissez les objets pour qu'ils soient facilement visibles et, quand c'est possible, représentez-les à taille réelle.
- Isolez et mettez en exergue un détail important en l'encerclant ou en le pointant à l'aide d'une flèche.
- Présentez une partie du corps ou d'un objet dans son contexte. Par exemple pour montrer un doigt, montrer aussi une partie de la main.

- Avec le plâtre, l'os ne bouge plus et peut se recoller



Mon os cassé sans le plâtre

- Avec un plâtre j'ai moins mal





Mon os cassé avec le plâtre

Source : @CoActis Santé

## 1.4 Assurer une cohérence dans l'utilisation des images

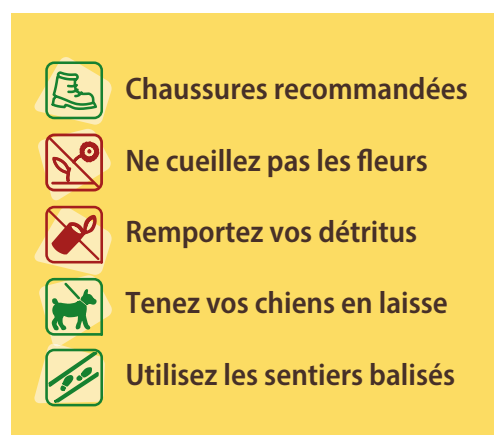
- Choisissez une seule image pour illustrer un même objet.
- Privilégiez un même style d'images pour l'ensemble du document : choisissez entre photos et dessins par exemple. Selon la nature de l'information, deux styles d'images peuvent toutefois cohabiter.
- Si nécessaire, utilisez une suite d'images séquentielles, à la façon des bandes dessinées, pour expliquer un concept, une action, une suite logique.
- Utilisez un maximum de quatre à cinq images par page.
- Si plusieurs images cohabitent, veillez à ce qu'elles soient suffisamment différentes les unes des autres.

## Pour les personnes en situation de handicap

-  Utilisez des images simplifiées, contrastées, au trait épais et agrandies.
-  Concevez, lorsque c'est possible, des images en relief.

## 2. Le texte associé à l'image

- Accompagnez les images d'un texte explicatif ou d'une légende pour aider à la compréhension.



Source : Panneau *Les sentiers de Méribel*, Mairie des Allues.

- Rédigez des légendes simples et concises.
- Utilisez des légendes suffisamment grandes et lisibles.
- Placez la légende au-dessous ou à droite de l'image et près de celle-ci.

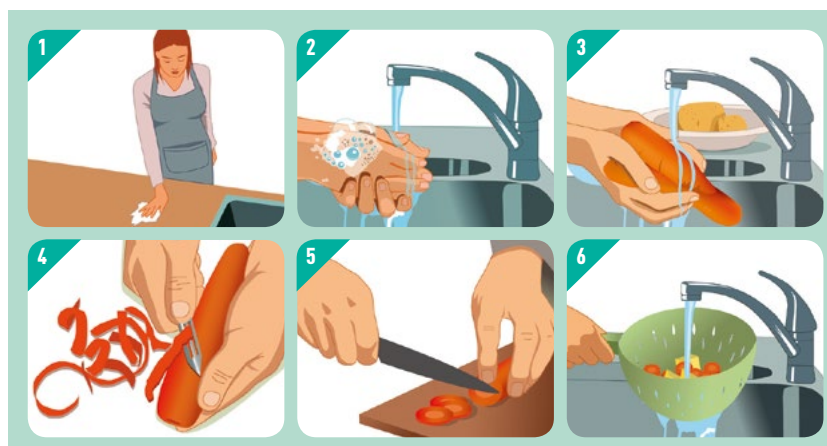


### À éviter

- le texte placé sur l'image, dans l'image, autour de l'image et les images en filigrane.

### 3. L'emplacement des images

- Placez une image significative et représentative du contenu sur la couverture ou en première page du document.
- Situez l'image proche du texte auquel elle est associée pour en renforcer le lien.
- S'il y a une séquence, placez les images dans le sens de la lecture, de gauche à droite et de haut en bas, et si nécessaire, numérotez-les.



Source : Fiches *Nouveaux aliments*, des *Images pour accompagner les parents au quotidien*, Office de la naissance et de l'enfance, Belgique.

### 4. La qualité des images

- Utilisez des images nettes, précises, de la meilleure résolution possible selon la destination, support-papier ou numérique.

#### Astuce

Pour une qualité optimale :

- impression de haute définition à grand tirage (offset) : résolution des images en 300 dpi pour le bitmap/pixels (photo) ou réalisées en vectoriel (dessin, illustration),
- impression sur copieur de bureau : résolution des images entre 100 et 150 dpi pour le bitmap/pixels (photo) ou réalisées en vectoriel (dessin, illustration),
- multimédia (écran, tablette graphique, smartphone, borne interactive) : se reporter aux spécificités du terminal,
- fichier en téléchargement sur le web : résolution entre 72 et 150 dpi en fonction du poids, de l'utilisation du fichier (lecture écran ou/et copieur).

- Préférez des images en couleur et utilisant les couleurs réelles.
- Veillez à la qualité du contraste, soit un minimum de 70% de contraste entre les images, le texte et la couleur de fond (voir page 25).

#### Astuce

Vérifiez la visibilité de l'image après l'avoir imprimée en niveaux de gris.

- Veillez au respect des droits d'auteurs. Vous pouvez aussi utiliser des banques d'images en libre accès.

## 5. Le choix des images







Les possibilités sont vastes et dépendent du thème traité, des supports créés, de l'existence d'une charte graphique ou encore des budgets alloués. Certaines études émettent quelques suggestions quant au type d'images à privilégier.

- Les dessins sont particulièrement utiles pour illustrer un processus ou une démarche à suivre, par exemple un mode d'emploi, des sujets de santé ou sociaux délicats tels que la toxicomanie, ou encore des concepts comme la transmission d'un virus ou la protection de l'environnement.
- Les dessins schématiques, neutres et sans détails superflus, sont préconisés pour illustrer le corps humain avec ses articulations par exemple. Ils peuvent être enrichis de formes pour les différentes parties du corps et d'expressions faciales pour les émotions.



Source : ©Assurance Maladie / Anatome / Madame Bovary

- Les pictogrammes, pour leur simplicité, sont aussi intéressants. Il faut privilégier des pictogrammes connus du plus grand nombre et faisant référence à des situations familières. Les traits simples, contrastés, sans effet de style et de perspective sont préférables. Pour plus d'information sur la création de pictogrammes accessibles, se référer à la norme Afnor<sup>3</sup>.




		
Restaurants		
Envoyer un message		

- La photo est intéressante pour représenter de façon réaliste des événements de la vie quotidienne, une partie du corps, des personnes, des émotions, des lieux, des objets. Cependant, certains utilisateurs peuvent se focaliser sur des détails de la photo plutôt que sur l'élément essentiel. Par ailleurs, l'adhésion aux photos est variable selon la culture : certaines photos peuvent susciter un malaise ou un rejet, c'est par exemple le cas de la palpation du sein.
- Les personnages expressifs et les émoticônes sont utiles pour transmettre des sentiments, une atmosphère ou une recommandation.
- L'humour est à utiliser avec précaution. Il est très culturel et demande au lecteur un travail d'interprétation. C'est le cas des caricatures.





3 - Norme Afnor disponible en 2018 : NF P 96-105 - Accessibilité aux personnes handicapées et aux personnes ayant des difficultés de lecture ou de compréhension. Pour une information accessible à tous : les pictogrammes. Préconisations pour la conception et l'utilisation des pictogrammes.



# Liste de vérification : la conception et l'utilisation des images pour tous

			
<b>Le contenu des images</b>			
Choisir des images précises dont le lien avec le message est unique et clair			
Préférer une image qui illustre ce que la personne doit faire			
Utiliser des images connues et culturellement appropriées au public			
Diversifier les publics représentés			
Utiliser des images sans trop de détails			
Présenter l'image dans son contexte, la première fois			
Tester les images auprès du public cible et dans le contexte d'utilisation			
Agrandir les objets pour qu'ils soient visibles et à taille réelle si possible			
Isoler et mettre en exergue un détail important			
Présenter une partie du corps ou d'un objet dans son contexte			
Utiliser la même image pour représenter le même concept ou objet			
Privilégier le même style d'images pour l'ensemble du contenu			
Utiliser une suite d'images pour expliquer un concept, selon les besoins			
Utiliser un maximum de quatre à cinq images par page			
Si plusieurs images cohabitent, bien les différencier les unes des autres			
<b>Le texte associé aux images</b>			
Accompagner les images d'un texte explicatif			
Rédiger des légendes suffisamment grandes et lisibles			
<b>L'emplacement des images</b>			
Situer l'image proche du texte auquel elle est associée			
S'il y a une séquence, placer les images dans le sens de la lecture, de gauche à droite et de haut en bas, et si besoin, les numéroter			
Placer une image significative, représentative en 1 <sup>re</sup> page de couverture			
<b>La qualité des images</b>			
Utiliser des images nettes, précises, ayant une bonne résolution			
Préférer des images en couleur, en utilisant les couleurs réelles			
Assurer un contraste d'au moins 70 %			
Respecter les droits d'auteur			
<b>Le choix des images</b>			
Considérer les différentes suggestions sur le choix des images			

# Liste de vérification : la conception et l'utilisation des images pour les personnes en situation de handicap

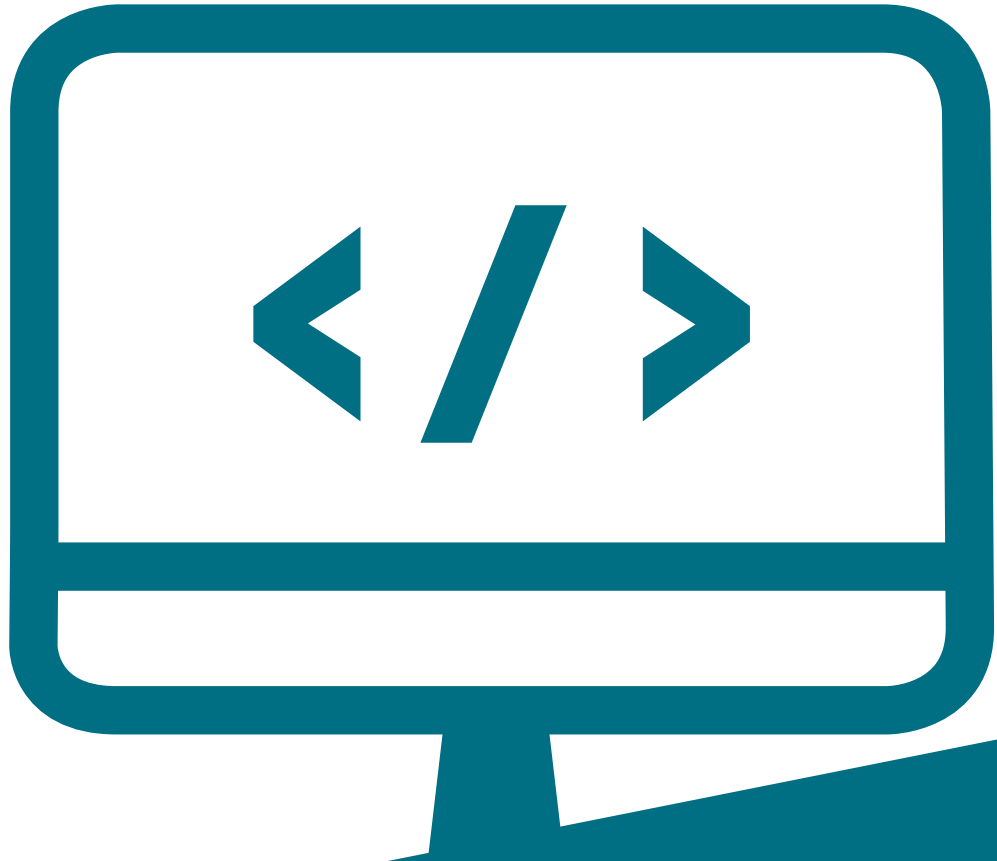
			
 <b>Personnes présentant une déficience visuelle</b>			
Utiliser des images simplifiées, contrastées, agrandies et au trait épais			
Concevoir, lorsque c'est possible, des images en relief			

## Références - La conception et l'utilisation des images

**Les liens et les sites web ont été vérifiés le 15 mars 2018.**

1. Allaire C. Informer les personnes sourdes ou malentendantes : Partage d'expériences. Saint-Denis : Inpes; 2012.
2. AlterGo, Regroupement des organismes de promotion du Montréal métropolitain (ROPMM), Service de la diversité sociale et des sports Montréal. Accessibilité universelle des outils de communication. Montréal : AlterGo; 2014.
3. Association canadienne de santé publique, Programme national sur l'alphabétisation et la santé. De bons remèdes pour les aînés : lignes directrices sur la rédaction des documents et la conception des emballages des médicaments sur ordonnance. Ottawa: Association canadienne de santé publique; 2002.
4. Centers for Disease Control and Prevention. Simply put. Scientific and technical information. 2nd ed. Atlanta: CDC Office of Communication; 1999.
5. Centers for Disease Control and Prevention. Simply put. A guide for creating easy-to-understand materials. 3rd ed. Atlanta: CDC stacks; 2009.
6. Choi J. Literature review : using pictographs in discharge instructions for older adults with low-literacy skills. *J Clin Nurs*, 2011, vol. 20, n°21-22:2984-2996.
7. Cornett S. Assessing and Addressing Health Literacy. *OJIN: Online Journal of Issues in Nursing*; 2009;14(3).
8. Department for work & pensions, Office for disability issues. Guidance : Accessible communication formats. London: United Kingdom Government; 2014.
9. Department of Health. Making written information easier to understand for people with learning disabilities. Guidance for people who commission or produce Easy Read information. Revised Edition 2010. London: United Kingdom Government; 2010.
10. Doak LG, Doak CC. Writing for readers with wide range and reading skills. *Amwa Journal : American Medical Writers Association Journal*. 2010;25(4):149-54.
11. Dowse R, Ramela T, Barford K-L, Browne S. Developing visual images for communicating information about antiretroviral side effects to a low-literate population. *African Journal of Aids Research*. 2010;9(3):213-24.
12. Dowse R, Ramela T, Browne SH. An illustrated leaflet containing antiretroviral information targeted for low-literate readers: Development and evaluation. *Patient Education and Counseling*. 2011;85(3):508-15.
13. Finan N. Visual literacy in images used for medical education and health promotion. *Journal of Audiovisual Media in Medicine*. 2002;25(1):16-23.
14. Herbert R, Haw C, Brown C, Gregory E, Brumfitt S. Accessible Information Guidelines: Making Information Accessible for People with Aphasia. London: Stroke Association; 2012.
15. Houts PS, Doak CC, Doak LG, Loscalzo MJ. The role of pictures in improving health communication: a review of research on attention, comprehension, recall, and adherence. *Patient Education and Counseling*. 2006 May; 61(2):173-90.
16. Lane P, Blanco M, Ford L, Holly Smith M. The Health Literacy Style Manual. Columbia: Maximus; 2005.
17. Neuhauser L, Kreps GL. Online cancer communication: meeting the literacy, cultural and linguistic needs of diverse audiences. *Patient Educ Couns*: 2008;vol. 71, n°3:365-377.
18. Norah Fry Research Centre. Information for all. Bristol: Norah Fry Research Institute; 2004.
19. People First New Zealand. Make it clear. A guide to making easy read information; 2014.
20. Rose TA, Worrall LE, Hickson LM, Hoffmann TC. Aphasia friendly written health information : content and design characteristics. *International journal of speech-language pathology*. 2011;13(4):335-47.

21. Saint-Étienne Métropole, Ville de Saint-Étienne, EPA Saint-Étienne. Pour une signalétique accessible à tous. Guide méthodologique de conception d'une signalétique accessible à tous destiné aux décideurs publics et aux concepteurs. Saint-Étienne : Saint-Étienne Métropole; 2014.
22. Scottish Accessible Information Forum (SAIF). Making Written Information Accessible: Guidelines for producing accessible printed and electronic information. 2013.
23. Social Care Institute for Excellence (SCIE). How to produce information in an accessible way. London: SCIE; 2005.
24. The Ohio State University College of Medicine. Guidelines for Selecting and Writing Easy-To-Read Materials, [en ligne]. <https://medicine.osu.edu/orgs/ahec/chcp/modulecontent/pages/guidelinesforselectingandwritingeasy-to-readmaterials.aspx>
25. The Plain Language Action and Information Network (PLAIN). Federal Plain Language Guidelines. United States: PLAIN; 2011.
26. U.S. National Library of Medicine. How to Write Easy-to-Read Health Material. Rockville Pike: U.S. NLM, [en ligne]. <https://medlineplus.gov/etr.html#organize>
27. Union nationale des associations de parents de personnes handicapées mentales et de leurs amis (Unapei). L'information pour tous : règles européennes pour une information facile à lire et à comprendre. Paris : Unapei; 2009.
28. Vallance JK, Taylor LM, Lavalley C. Suitability and readability assessment of educational print resources related to physical activity: Implications and recommendations for practice. *Patient Education & Counseling*. 2008;72(2):342-9.
29. Wallace LS, Zite NB, Homewood VJ. Making Sense of Home Pregnancy Test Instructions. *Journal of Women's Health* 2009;18(3):363-8.
30. Wilson FL, Mood D, Nordstrom CK. The Influence of Easy-to-Read Pamphlets About Self-Care Management of Radiation Side Effects on Patients' Knowledge. *Oncology Nursing Forum*. 2010 ; 37(6):774-81.



# **La conception de sites web et supports numériques**

# Sommaire

<b>1. La navigation</b>	<b>62</b>
1.1 L'arborescence du site	62
1.2 Les menus de navigation	63
1.3 La fonction recherche	64
1.4 Les liens hypertextes	64
1.5 L'adaptabilité du site	65
<b>2. La conception et la rédaction d'une page web</b>	<b>65</b>
2.1 La structure de la page web	66
2.2 La structure et le contenu de l'information	67
2.3 Les aspects visuels	68
2.4 La mise à jour	68
2.5 L'émetteur du site	69
<b>3. Les images</b>	<b>69</b>
<b>4. Les contenus multimédias</b>	<b>70</b>
<b>5. Les fichiers numériques</b>	<b>72</b>
<b>6. Les formulaires et les questionnaires</b>	<b>73</b>
6.1 Attention apportée à l'utilisateur	74
6.2 La présentation du formulaire	75
6.3 Le contenu et la structure du formulaire	76
<b>7. Les tests d'accessibilité, protection de l'internaute et Captcha</b>	<b>76</b>
7.1 Les tests sur l'accessibilité du site	76
7.2 La protection des internautes	77
7.3 Les Captchas	77
<b>8. Les diaporamas</b>	<b>78</b>
8.1 La présentation du diaporama	78
8.2 L'organisation du diaporama	79
8.3 Le contenu du diaporama	79
8.4 Pendant la présentation du diaporama	80
<b>Listes de vérification</b>	<b>81</b>
<b>Références</b>	<b>84</b>

# La conception de sites web et supports numériques

Les sites web et les contenus numériques sont des médias intéressants en matière d'accès à l'information car ils offrent une souplesse d'utilisation. Ils méritent ainsi une attention particulière pour être accessibles à tous. Ils sont en outre en évolution permanente et nécessitent un temps d'apprentissage. Cette partie du guide s'adresse à toute personne produisant du contenu ou contribuant à la conception de sites web ou de supports numériques. Vous y trouverez des pratiques suggérées pour organiser et présenter l'information sur le web, les formulaires en ligne et les diaporamas. Ces pratiques tiennent compte des possibilités du web comme les hyperliens, la vidéo, les infographies ou les documents en téléchargement. Elles tiennent aussi compte des comportements de l'internaute qui a tendance à survoler les contenus, à lire dans l'ordre qui lui convient et qui veut trouver une information rapidement.

Les développeurs et les intégrateurs informatiques disposent de normes internationales pour l'accessibilité des personnes handicapées au web, les WCAG (Web content accessibility guidelines). Ces normes ont servi, en France, à l'élaboration du RGAA<sup>4</sup> (Référentiel général d'accessibilité pour les administrations). Tous les sites publics doivent être accessibles aux personnes en situation de handicap selon les règles du RGAA.

Les pistes proposées ici reprennent partiellement les critères des WCAG, mais elles ne sont pas présentées selon la même structure. Par ailleurs, des éléments concernant l'accès au sens de l'information ont été ajoutés.

Ces pratiques se rapportent essentiellement au web. Toutefois, certaines sont aussi valables pour d'autres terminaux : applications mobiles, bornes tactiles, etc. Pour l'ensemble de ces supports, il s'agit de faire coexister les critères d'accessibilité, d'ergonomie et d'attractivité du site.

---

4 - <https://references.modernisation.gouv.fr/rgaa-accessibilite/guide-accompagnement-RGAA.html>

# 1. La navigation

La navigation dans un site web doit être conviviale, simple et intuitive. L'internaute doit se repérer facilement, sans se perdre. Plusieurs éléments y contribuent : l'arborescence du site, la barre de menu et les liens hypertextes qui permettent de naviguer de page en page, de renvoyer vers un autre site ou de consulter un document.

## 1.1 L'arborescence du site

- Présentez le plan du site et les options de navigation dès la page d'accueil.
- Construisez une arborescence simple et limitez le nombre de niveaux : pas plus de 3 clics, si possible, pour accéder à l'information recherchée.
- Proposez une navigation qui compte un maximum de 5 choix par niveau, si possible.
- Proposez une navigation cohérente et uniforme sur toutes les pages.
- Fournissez un fil d'Ariane pour indiquer le chemin menant à la page actuelle et pour aider l'utilisateur à se repérer dans le site.

Accueil > Déplacements > À vélo > [Réseau des pistes cyclables](#)

- Proposez, sur chaque page du site, les options de base servant à la navigation : précédent, suivant, retour à la page d'accueil. Ces fonctions doivent être facilement visibles, à « portée de clics » et toujours au même endroit.
- Si le temps de traitement pour l'affichage de la page n'est pas immédiat, informez l'utilisateur que sa demande est traitée, pour l'assurer que le site n'a pas bogué, par exemple à l'aide d'un sablier.
- Facilitez la navigation à l'aide du clavier. Par exemple, rendez possible la navigation dans un ordre logique à partir de la touche TAB.
- Présentez les raccourcis clavier proposés par le site, le cas échéant.

### Pour les personnes en situation de handicap

Proposez une rubrique sur l'accessibilité dès la page d'accueil et sur toutes les pages du site, pour présenter la démarche de l'organisme. Présentez ces informations dans un langage clair et simple et mentionnez les actions conçues spécifiquement pour les personnes en situation de handicap.

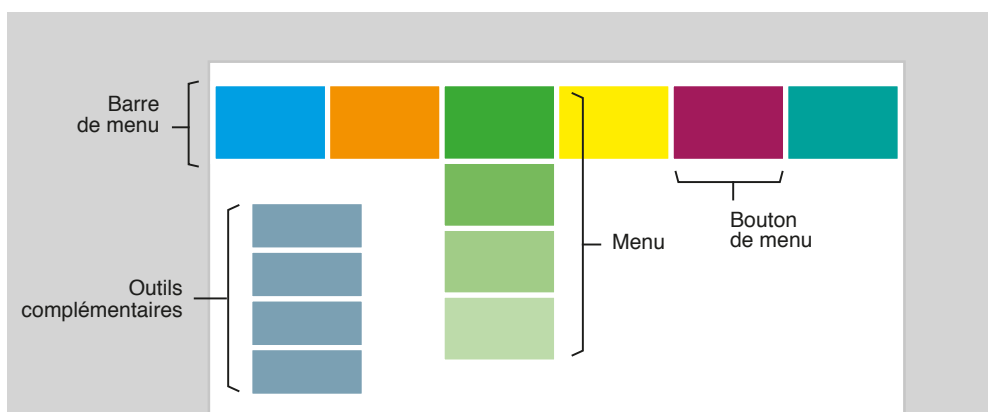


Permettez un accès direct aux contenus ou à des pages spécifiques sans l'utilisation de la souris en implémentant des raccourcis clavier. Par exemple : sauter la navigation, retour à l'accueil. Cette possibilité est aussi destinée à toutes les personnes qui ont des difficultés motrices.





## 1.2 Les menus de navigation

- Séparez clairement l'espace de navigation de celui du contenu, par exemple à l'aide d'une bordure.
- Proposez une barre de menu à l'horizontale plutôt qu'à la verticale, en plaçant les items les plus importants sur la gauche de la barre de menu.
- Utilisez des boutons de menu facilement reconnaissables, larges et contrastés qui ne nécessitent pas de mouvements précis de souris.
- Facilitez l'affichage au sein d'une même page par des options d'aide pour faire défiler l'information, par exemple avec un bouton « retour haut de page ».
- Structurez simplement le pied de page menant aux rubriques principales du site.
- Regroupez en haut ou sur le côté de la page les outils complémentaires au menu de navigation : impression, envoi par courriel, taille des caractères, etc.



### Pour les personnes en situation de handicap

-  Prévoyez un maximum de 8 outils de navigation dans une barre de menu unique (page d'accueil, impression, etc.).
-  Proposez un menu à l'horizontale, quitte à le présenter sur 2 lignes. À noter la forme circulaire du menu qui a été testée favorablement auprès de ces publics.



## 1.3 La fonction recherche

- Proposez un moteur de recherche dès la page d'accueil et sur chaque page.
- Proposez un système de recherche tolérant et intelligent : tolérez les fautes, proposez des termes de recherche alternatifs, des mots clés ou des mots apparentés.
- Offrez des options de recherche avancées, par sujet ou par date, par exemple.
- Proposez un affichage simple des résultats de recherche.

## 1.4 Les liens hypertextes

- Identifiez les liens hypertextes, appelés aussi liens ou hyperliens, de façon visible et toujours de la même manière.



Les liens en couleur ne suffisent pas



Les liens soulignés sont reconnaissables

- Rédigez des intitulés de liens explicites.



Les lienRappannuelversiondef\_30012018.doc



Télécharger rapport annuel association Marguerite 2018

- Si les liens qui renvoient vers d'autres sites s'ouvrent dans une nouvelle fenêtre ou une autre application, prévenez l'utilisateur, par exemple à l'aide d'un message « Ce lien s'ouvrira dans une nouvelle fenêtre ».

### À éviter

- l'utilisation de liens pour renvoyer à une définition ou à une explication supplémentaire : préférez dans ce cas les infobulles ou les pop-in.

## 1.5 L'adaptabilité du site

- Proposez différentes versions du contenu pour répondre aux besoins de tous les utilisateurs à l'aide d'un lien facile à repérer : une version imagée, audio, simplifiée, traduite dans d'autres langues, dont la langue des signes.
- Créez un site web adaptable à l'utilisateur, avec la possibilité de personnaliser l'affichage, en modifiant par exemple les couleurs de premier et d'arrière-plan ou la taille de la police. Mentionnez ces options à l'aide d'une symbolique claire dès la page d'accueil.



- Donnez la possibilité aux utilisateurs de choisir la présentation qui leur convient grâce aux feuilles de style appelées aussi CSS. Les feuilles de style permettent de séparer le contenu de la page de sa présentation.



- Veillez à ce que le déplacement, le clignotement, le défilement puissent être suspendus ou arrêtés.
- Indiquez la langue pour faciliter la lecture automatisée.
- Permettez la modulation des délais de consultation des sites lorsqu'une limite de temps est fixée. C'est le cas pour les sites bancaires ou les achats en ligne.
- Optimisez l'affichage des sites Internet pour les tablettes et les téléphones mobiles (affichage adaptatif ou *responsive design*).

## 2. La conception et la rédaction d'une page web

La conception et la rédaction d'une page web sont deux étapes à mener de concert.

Vous trouverez dans cette partie des suggestions pour la structuration de la page et de l'information qui, tout en intégrant des éléments visuels et multimédias, doit rester claire et simple. Vous trouverez aussi des pistes sur le contenu et sur l'aspect visuel de la page. À noter que l'ensemble de ces pratiques sont particulièrement utiles au référencement de votre site.

## 2.1 La structure de la page web

- Organisez les contenus de façon logique en respectant la hiérarchie et la cohérence des niveaux de titres et des sous-titres, en identifiant chaque élément dans le code de la page : titre, sous-titre, paragraphe, illustration, etc.
- Mettez en évidence ces différentes parties de la page.
- Découpez le texte en paragraphes : les longs blocs de textes ne sont pas appropriés à la lecture à l'écran.
- Placez l'information essentielle au-dessus de la ligne de flottaison pour éviter le défilement vertical ou horizontal à l'aide de la souris. Si l'information est plus longue, il peut être utile de la répartir sur plus d'une page.
- Placez l'information essentielle dans la partie centrale de la page et non dans les marges.
- La largeur de la zone de texte ne doit pas excéder 80 caractères et doit être adaptable pour une lecture confortable sur les petits écrans.
- Équilibrez l'utilisation du texte, des graphiques et des espaces vides. Pour un grand écran, 40 à 50% de l'espace d'une page web devrait être vide :
  - utilisez des marges larges et aérées,
  - choisissez un espacement entre les lignes (interlignage) d'au moins 1,5 fois la taille du texte dans les paragraphes,
  - choisissez un espacement entre les paragraphes au moins 1,5 fois plus grand que la valeur de l'interligne.
- Alignez le texte à gauche sans justification. Le texte s'adapte ainsi automatiquement à la largeur de l'écran.
- Alignez la première ligne des paragraphes au reste du texte, sans retrait au début de l'alinéa.
- Utilisez des listes à puces pour faciliter le balayage de l'information.
- Gardez un style de présentation cohérent et homogène sur l'ensemble des pages.
- Donnez la possibilité à l'utilisateur d'imprimer les pages facilement, en les dépouillant des éléments périphériques (barre de menu, publicités, etc.).
- Complétez les informations de métadonnées pour aider les moteurs de recherche à repérer l'information.

## 2.2 La structure et le contenu de l'information

- Concevez le contenu de l'information en allant à l'essentiel pour réduire la longueur de la page. Certains guides recommandent un maximum de 110 mots par page, des phrases de 15 à 20 mots et moins de 6 lignes par paragraphe.
- Traitez un seul sujet par page, avec un seul titre de niveau 1.
- Prévoyez des titres et intertitres visibles et explicites pour chaque page, en respectant la hiérarchie des titres : titre 1, titre 2, titre 3, etc.
- Choisissez des titres de rubrique courts, simples et descriptifs : quatre mots maximum. Commencez les paragraphes avec une phrase courte et facile à comprendre.

### Astuce


Attention au choix des titres, intertitres, débuts de paragraphe qui influencent le référencement du site grâce aux mots clés identifiés par les moteurs de recherche.

- Choisissez des mots courts de la vie de tous les jours. Pour le web, privilégiez tout particulièrement une écriture concrète et factuelle, en utilisant des verbes d'action et en impliquant l'utilisateur avec le « je, tu, nous, vous ». Pour plus de détails sur le choix des mots et des phrases, l'utilisation des nombres, voir pages 29 à 34.
- Proposez une rubrique « Foire aux questions » formulée simplement.

### À éviter

- le texte en colonne,
- le vocabulaire spécialisé, les mots de langue étrangère, les métaphores, les abréviations ou les acronymes, dans le texte et pour les boutons de navigation. S'ils sont nécessaires, donnez une explication par une infobulle,
- les graphiques et tableaux. S'ils sont nécessaires, optez pour des graphiques et des tableaux simples et légendés, identifiez les en-têtes de colonnes et de lignes et reliez-les explicitement aux cellules de données.

### Pour les personnes en situation de handicap

-  Donnez à chaque cadre un titre pertinent qui permette à l'utilisateur de naviguer facilement de cadre en cadre. Les cadres permettent d'intégrer des éléments provenant d'autres pages ou d'autres sites web : vidéos, extraits de sites, contenus issus de réseaux sociaux, etc.

## 2.3 Les aspects visuels

- Utilisez une police lisible non condensée et sans empattement, comme les polices Arial, Verdana, Frutiger, Tahoma, Helvetica et Trebuchet MS. À noter que Verdana, Tahoma et Trebuchet MS ont été spécialement conçues pour la lecture à l'écran.
- Utilisez une police suffisamment grande : selon les usages, une taille de 16 pixels rend la lecture plus confortable sur un écran d'ordinateur.
- Rendez possible le grossissement du texte jusqu'à 200 % sur grand écran, sans que l'utilisateur soit obligé de faire défiler le texte horizontalement pour lire une ligne complète.
- Choisissez un contraste élevé entre l'arrière-plan de la page web et le texte : le contraste minimal préconisé est de 4,5:1. Plusieurs outils sont disponibles en ligne, par exemple : Color contrast analyser.
- Préférez un fond uni et clair, en évitant le blanc pur qui est éblouissant.

### Astuce

Toute l'information devrait être lisible sans que la couleur soit nécessaire. On peut vérifier facilement la qualité des contrastes en imprimant la page en niveaux de gris.

### À éviter

- l'italique, les polices fantaisie ou les majuscules, à réserver pour les titres uniquement,
- le soulignement, réservé aux hyperliens.

### Pour les personnes en situation de handicap



Utilisez un seul type de police de caractère, corps 14 pour le texte courant.

## 2.4 La mise à jour

- Veillez à mettre l'information du site et les liens hypertextes à jour.
- Donnez la date de la dernière mise à jour du contenu affiché dans la page web, près du titre.

## 2.5 L'émetteur du site

- Mentionnez le nom du site sur chacune des pages, toujours au même endroit.
- Incluez le logo et l'organigramme de l'organisation.
- Donnez une façon d'entrer en contact avec l'organisation, avec les coordonnées de la personne-ressource.
- Donnez le courriel du webmestre.

## 3. Les images



Les images ont une place privilégiée dans les sites web. Elles attirent l'œil, facilitent la navigation et peuvent faciliter la compréhension du message. Quels que soient les éléments graphiques choisis (dessins, images, symboles ou pictogrammes), les suggestions qui suivent vous aideront à optimiser leur utilisation.

- Privilégiez des images qui ont du sens, qui sont claires et faciles à comprendre. Pour plus de détails sur le choix et l'utilisation des images, vous pouvez vous reporter à la page 46.
- Utilisez des pictogrammes ou des icônes pour illustrer les outils de navigation.
- Veillez à la cohérence entre tous les éléments visuels.
- Séparez bien le texte des images.
- Permettez à la taille des images d'être modulée selon les besoins.
- Accompagnez chaque image d'une légende ou d'un texte. L'image seule n'est pas suffisante pour transmettre une information car elle demande un travail d'interprétation.
- La description des images doit être facile à comprendre, pertinente et concise.

### À éviter

- les éléments qui brillent, scintillent ou qui peuvent distraire,
- les images de fond qui rendent difficile la lecture du texte,
- les images qui n'apportent aucune information utile.

## Pour les personnes en situation de handicap

-  Donnez la description des images à l'aide d'une infobulle ou d'un pop-in.
-  Décrivez les images et les logos en ajoutant une description à l'intérieur du code source en valeur de l'attribut « Alt ». Les images décoratives ne nécessitent pas forcément d'équivalent textuel.

## 4. Les contenus multimédias

Les vidéos, les fichiers son et les animations sont des moyens intéressants pour transmettre l'information et capter l'attention. Les vidéos sont particulièrement conseillées pour les personnes peu à l'aise avec la lecture. N'oubliez pas de proposer ces outils en complément du texte et non à la place, pour tenir compte des aptitudes de chacun et des différences d'équipement et de connexion des internautes.

- Proposez un format de vidéo qui puisse être lu par différents lecteurs multimédias.
- Proposez des liens aux modules d'extension si le contenu nécessite des sources externes.
- Veillez à ce que la vidéo puisse être téléchargée pour être lue hors ligne.
- Prévoyez des vidéos de courte durée pour maintenir l'attention. Selon l'objet de la vidéo et le contexte de visionnage, une durée approximative de 2 minutes semble un bon compromis.
- Transmettez peu d'informations à la fois.
- Prévoyez des fonctions d'avance rapide, de retour rapide et de pause, visibles et faciles à utiliser.
- Prévoyez une option de réglage de volume visible et facile à utiliser.
- Prévoyez des arrière-plans neutres qui permettent de se focaliser sur l'action, sans perturber le regard.
- Utilisez des aides visuelles pour focaliser l'attention au besoin : flèches, cerclages, etc.



Source : Ministère espagnol de la Santé, des Services sociaux et de l'Égalité, et Vodafone Espagne.







- Proposez une alternative textuelle et un sous-titrage pour les supports vidéo et audio.
- Offrez une option de vitesse pour ajuster le rythme du sous-titrage, comme celui de la vidéo, pour faciliter la lecture.
- Pensez à la lisibilité des sous-titres : taille et contraste suffisants, idéalement dans le bas de l'écran avec un bandeau uni réservé à cet effet.

### À éviter

- les animations flash,
- la lecture automatique des contenus audio ou vidéo : ils doivent pouvoir être facilement activés ou désactivés.

### Pour les personnes en situation de handicap

-  Prévoyez une audiodescription ou une description textuelle.
-  Sous-titrez les vidéos et proposez une alternative en langue des signes.
-  Veillez au contraste entre l'image de fond, les sous-titres et la personne qui signe.
-  Veillez au contraste entre la tenue vestimentaire de la personne qui signe et la couleur de la peau pour que les mains soient bien visibles.



Source : Vidéo J'arrête de fumer, pour comprendre. Santé publique France.



Source : Spot TV Attention canicule. Santé publique France.

## 5. Les fichiers numériques

Il est possible d'améliorer l'accessibilité des fichiers numériques, quels que soient le système de production et les formats utilisés. Certains formats, comme Word®, HTML ou Epub sont plus facilement accessibles que le format PDF, destiné prioritairement à l'impression. Le PDF peut toutefois être optimisé pour être accessible à la plupart des utilisateurs.

Pour l'ensemble des formats, nous reprenons quelques pratiques générales :

- Structurez les contenus à l'aide de balises, pour identifier les éléments d'un document, par exemple : titre de niveau 1, de niveau 2, paragraphe, liste à puces, etc. Les documents doivent comprendre un ordre logique de lecture et une hiérarchie des informations, pour naviguer et passer facilement d'une section à l'autre.
- Structurez le document dès le début du processus d'édition, lors de la rédaction du contenu par l'auteur. Les logiciels de traitement de texte proposent cette option, par exemple l'option « style » de Word®. Un fichier unique bien structuré en amont permet de générer facilement les différents formats souhaités, qu'ils soient destinés à l'impression, à la consultation sur un poste informatique, une tablette tactile, un mobile, etc. Cette démarche présente plusieurs avantages : gain de temps, moins de risque d'erreurs quand il y a des modifications à apporter, meilleur référencement par les moteurs de recherche.
- Proposez un sommaire avec des liens actifs.
- Décrivez les schémas, illustrations et tableaux pour les lecteurs ayant un accès réduit aux informations graphiques.

Pour approfondir le sujet, vous aider à mettre en pratique ces principes, et pour faire le lien avec les WCAG ou le RGAA pour la France, de nombreuses ressources sont disponibles en ligne :

- <https://github.com/DISIC> avec différents guides à consulter, et par exemple :
  - <https://disic.github.io/guide-concepteur/>
  - [https://disic.github.io/guide-impacts\\_utilisateurs/](https://disic.github.io/guide-impacts_utilisateurs/)
  - [https://disic.github.io/guide-contribuer\\_accessible/](https://disic.github.io/guide-contribuer_accessible/)
  - [https://disic.github.io/guides-documents\\_bureautiques\\_accessibles/html/](https://disic.github.io/guides-documents_bureautiques_accessibles/html/)
- [http://www.cnib.ca/fr/quebec/programmes-services/informatique/Pages/Doc\\_Word\\_Accesible.aspx](http://www.cnib.ca/fr/quebec/programmes-services/informatique/Pages/Doc_Word_Accesible.aspx)
- <https://www.accede-web.com/>
- <http://www.brailenet.org/accessibilite-numerique/publications-brailenet/>
- <https://accessibility.blog.gov.uk>

## 6. Les formulaires et les questionnaires

Les formulaires et les questionnaires sont couramment utilisés pour collecter des données individuelles. Ils permettent de proposer un service ajusté, de déterminer le montant d'un impôt, d'attribuer une allocation. Certains se situent davantage dans la catégorie des sondages pour étudier les comportements des répondants, leurs opinions, leurs préférences.

Les formulaires sont bien souvent remplis directement par les utilisateurs, sans l'intervention d'un professionnel. Ils sont aussi souvent diffusés sur Internet, c'est pourquoi les recommandations recensées se rapportent en partie à leur caractère numérique.

Dans cette partie, vous trouverez des pratiques qui visent à mobiliser les répondants et à limiter les refus ou les abandons. Il s'agit de faciliter le travail de remplissage, de ne pas décourager les répondants et de maintenir leur concentration. Ces pratiques s'appliquent autant aux formulaires qu'aux questionnaires. Pour simplifier la lecture du guide, nous utiliserons principalement le mot formulaire. Pour aller plus loin, certains outils proposent des critères techniques pour l'accessibilité ou la sécurité des formulaires en ligne<sup>5</sup>.

---

5 - <https://references.modernisation.gouv.fr/rgaa-accessibilite/criteres.html#formulaire>  
[http:// references.modernisation.gouv.fr/homologation-cerfa](http://references.modernisation.gouv.fr/homologation-cerfa)

## 6.1 Attention apportée à l'utilisateur

- Présentez et expliquez clairement l'objet du formulaire : le titre et l'introduction doivent comprendre les informations essentielles qui permettent au lecteur de savoir s'il est concerné.
- Placez les instructions là où le répondant en a besoin, plutôt qu'en haut ou en bas de page.
- Aidez l'utilisateur à remplir le formulaire : décrivez les boutons d'action, les champs de formulaire, etc. à l'aide de bulles d'aide, d'un lien ou de messages d'alerte pertinents. Si nécessaire, proposez un guide explicatif disponible par hypertexte ou une annexe. Dans ce cas, le système de renvois entre le formulaire et le guide doit être uniformisé et demander peu de manipulations.
- Confirmez les entrées correctes et signalez les entrées fausses dès qu'elles se produisent.
- En cas d'erreur :
  - décrivez l'erreur simplement sous forme de texte et donnez la possibilité de la corriger facilement,
  - suggérez des corrections à l'utilisateur,
  - donnez la possibilité de revenir sur les choix antérieurs.
- Laissez suffisamment de temps aux utilisateurs et donnez la possibilité de remplir le formulaire en plusieurs fois grâce à des sauvegardes.
- Envoyez un message ou un courriel pour remercier le participant ou pour lui rappeler qu'il reste des questions à remplir.

### Astuce

Attention aux formulaires téléchargeables, aux formats Word ou PDF qui ne sont pas toujours accessibles selon les règles des WCAG et du RGAA.



## 6.3 Le contenu et la structure du formulaire

- Simplifiez les formulaires, ne demandez que l'information essentielle et utile.
- Respectez les principes de rédaction développés page 65.
- Utilisez un langage simple pour les questions et les réponses, et si nécessaire, utilisez des exemples et des contre-exemples concrets.
- Structurez clairement le contenu des formulaires : regroupez les questions par thèmes et hiérarchisez les différentes parties selon un ordre logique.
- Décrivez les champs de formulaire.
- Commencez par les questions les plus importantes.
- Numérotez chaque question.
- Titrez chaque partie de façon explicite.
- Utilisez si possible le même format pour toutes les questions-réponses.
- Limitez à un maximum de 5 les choix de réponses possibles à une question.
- Indiquez clairement les modalités de transmission et les pièces à fournir.
- Insérez une étape de confirmation d'envoi ou de réception du formulaire rempli.

## 7. Les tests d'accessibilité, protection de l'internaute et Captcha

### 7.1 Les tests sur l'accessibilité du site

- Vérifiez régulièrement l'accessibilité du site web avec des outils automatisés proposés par le *Worldwide Web Consortium*, y compris les fichiers en téléchargement : PDF, diapositives, etc.
- Vérifiez qu'il est possible de se déplacer, entrer dans les champs de formulaire, valider un bouton d'action, déclencher ou arrêter une vidéo, etc. à l'aide du clavier seul.

### Astuce

Testez les pages à l'aide d'un lecteur d'écran et de sa synthèse vocale ou bien en appliquant un processus en trois étapes :

- 1) vérification manuelle.
- 2) vérification automatisée à l'aide des ressources gratuites.

Par exemple : <https://pidila.gitlab.io/checklist-pidila/> rubrique « liste pour une évaluation rapide ».

- 3) essai par des utilisateurs de technologies tels que les lecteurs d'écran, les logiciels d'agrandissement ou la reconnaissance vocale.

## 7.2 La protection des internautes

- Veillez à ce que les internautes ne puissent donner des informations privées par inadvertance et indiquez clairement ce qui est public et ce qui est privé. Par exemple, si l'adresse courriel est demandée, précisez par qui elle sera utilisée.
- Réglez si possible par défaut les paramètres de la protection des données privées de façon stricte, par exemple pour un forum de discussion ou un réseau social.
- Proposez des moyens de réglage des paramètres de la sphère privée faciles à trouver, à comprendre et à utiliser.
- Intégrez une déclaration relative à la confidentialité.

## 7.3 Les Captchas

- Évitez les Captchas qui représentent une liste de chiffres et de lettres déformées, difficiles à utiliser pour une majorité d'internautes. Ces techniques de sécurité informatique sont proposées pour accéder à certains services, comme s'inscrire sur un site, faire un achat en ligne ou poster un commentaire.



- Utilisez des alternatives aux Captchas.



### Astuce

Il est possible d'utiliser la méthode dite du Pot de miel. Elle consiste à attirer les robots dans un champ qui est invisible pour l'internaute.

## 8. Les diaporamas

### 8.1 La présentation du diaporama

- Utilisez un diaporama en mode paysage.
- Gardez le même thème de diapositive tout au long de la présentation : police, arrière-plan, titres, sous-titres. Il est possible de s'appuyer sur des mises en pages préformatées par le logiciel ou par le maître des diapositives.
- Préférez un arrière-plan clair et uni.
- Vérifiez le contraste entre le texte et l'arrière-plan. Pensez à l'impression si le diaporama est imprimé en noir et blanc : le texte et les graphiques en couleurs doivent rester lisibles.

### Astuce

Imprimez le diaporama en niveaux de gris.

- Choisissez une police sans empattement.
- Choisissez une taille de caractère minimale de corps 24.
- Mettez en évidence les messages clés grâce au caractère gras ou à la taille du texte.
- Alignez le texte à gauche.
- Présentez l'information sous forme de puces et de numéros.
- Mettez au maximum 5 à 6 mots par puce et 5 à 7 puces par diapositive.
- Limitez les listes à puces à 2 niveaux.



- Selon la disposition de la salle, notamment s'il n'y a pas d'estrade, utilisez les trois quarts du haut de la diapositive pour s'assurer qu'elle sera visible par tout le monde.
- Insérez le logo de l'entreprise ou de l'organisation en bas de la diapositive.
- Si la présentation est diffusée sous format numérique, proposez la présentation aux formats PDF et HTML.

### Pour les personnes en situation de handicap



Mettez à disposition une version accessible aux personnes qui disposent d'un logiciel de synthèse vocale.

## 8.2 L'organisation du diaporama

- Prévoyez une diapositive de titre.
- Marquez la différence entre la page de titre et les pages de contenu.
- Donnez un aperçu global et simple de la présentation et numérotez les parties.
- Numérotez les diapositives.
- Débutez chaque nouvelle partie par une diapositive introductive et terminez-la par une diapositive de synthèse.
- Placez les titres en haut de page.
- Organisez clairement le contenu de chacune des diapositives.

## 8.3 Le contenu du diaporama

- Choisissez des titres simples, courts et explicites pour chaque diapositive, résumant le contenu sans le reproduire.
- Présentez les messages essentiels à l'aide de phrases courtes, simples et efficaces. Il est possible d'utiliser des mots clés qui seront étayés par des exemples lors de la présentation orale.
- Utilisez des graphiques simples et des tableaux qui sont assez gros pour être lus.
- Présentez un seul point d'information par diapositive afin de réduire la quantité d'informations sur une diapositive.
- Pour plus d'information sur l'aspect linguistique, vous pouvez vous reporter aux pages 29 à 34.

### À éviter

- plus de 4 couleurs par diapositive, incluant celle de l'arrière-plan,
- les sons, les animations et les effets distrayants. Utilisez une transition simple et identique pour toutes les diapositives,
- trop de couleurs différentes pour le texte,
- le soulignement,
- le texte sur l'image, les arrière-plans, les images en filigrane.

### Pour les personnes en situation de handicap



Ajoutez une image par diapositive pour soutenir le message.

## 8.4 Pendant la présentation du diaporama




- Donnez une copie papier de la présentation.
- Décrivez tous les graphiques, tableaux et images au cours de la présentation.
- Tamisez la lumière de la pièce.
- Incluez des sons de transition entre les diapositives ou donnez l'information signalant le changement de diapositives.

### Pour les personnes en situation de handicap



Reprenez le contenu oralement pour les personnes qui ne peuvent visualiser ou lire le diaporama.







# Liste de vérification : la conception de sites web et supports numériques pour tous

			
<b>La navigation</b>			
Construire une arborescence simple et limiter le nombre de niveaux			
Faciliter la navigation au sein d'une même page et entre les pages par des options d'aide			
Proposer une barre de navigation à l'horizontale plutôt qu'à la verticale			
Proposer un système de recherche sur chaque page, tolérant et intelligent			
Créer un site web adaptable à tous les utilisateurs, par exemple à l'aide des feuilles de style			
Optimiser l'affichage pour les tablettes et les téléphones mobiles			
<b>La conception et rédaction d'une page web</b>			
Organiser les contenus de façon logique			
Traiter d'un seul sujet par page, avec un seul titre de niveau 1			
Concevoir le contenu en allant à l'essentiel			
Choisir une écriture concrète, avec des mots simples			
Utiliser une police sans empattement, corps 12 minimum			
Choisir un contraste élevé entre l'arrière-plan et le texte			
Préférer un fond uni et clair			
Identifier le nom du site et donner un contact avec l'organisme			
<b>Les images</b>			
Privilégier des images qui ont du sens, claires et faciles à comprendre			
Utiliser des pictogrammes pour illustrer les options de navigation			
Associer un texte aux images			
<b>Les contenus multimédias</b>			
Prévoir des vidéos de courte durée pour maintenir l'attention			
Transmettre peu d'informations à la fois			
Proposer une alternative textuelle et un sous-titrage			
<b>Les fichiers numériques</b>			
Structurer les contenus à l'aide de balises			
Proposer un sommaire avec des liens actifs			
Décrire les schémas, illustrations et tableaux à l'aide de légendes			



<b>Les formulaires et les questionnaires</b>			
Présenter et expliquer clairement l'objet du formulaire			
Aider l'utilisateur à remplir le formulaire			
Accorder suffisamment de temps aux utilisateurs			
Veiller à la clarté et la convivialité du formulaire en respectant les règles de rédaction. Si besoin, utiliser des exemples concrets			
Privilégier les questions fermées			
Inclure une table des matières, une liste d'abréviations ou un lexique si nécessaire			
Prévoir des versions alternatives selon les besoins des divers lecteurs			
Ne demander que l'information utile			
Structurer clairement le contenu des formulaires			
Commencer par les questions les plus importantes			
Limiter à un maximum de 5 les choix de réponses possibles à une question			
<b>Les diaporamas</b>			
Préférer un arrière-plan clair et uni			
Vérifier le contraste entre le texte et l'arrière-plan			
Choisir une police sans empattement, avec une taille minimale de 24 points			
Présenter l'information sous forme de puces et de numéros			
Organiser clairement le contenu de chacune des diapositives			
Présenter les messages essentiels à l'aide de phrases courtes et simples			
Présenter un seul point d'information par diapositive			
Donner une copie papier de la présentation			
Décrire tous les graphiques, tableaux et images durant la présentation			
<b>Les tests accessibilité, protection internaute et Captcha</b>			
Vérifier régulièrement l'accessibilité du site web			
Veiller à ce que les internautes ne puissent donner des informations privées par inadvertance			
Privilégier des tests de sécurité informatique accessibles			

# Liste de vérification : la conception de sites web et supports numériques pour les personnes en situation de handicap

			
Inclure une rubrique sur l'accessibilité dès la page d'accueil pour présenter la démarche de l'organisme. Présenter ces informations dans un langage clair et simple			
<b> Personnes présentant une déficience intellectuelle</b>			
Prévoir un maximum de 8 outils de navigation dans la barre de navigation			
Proposer un menu à l'horizontale ou de forme circulaire			
Utiliser une seule police de caractère, corps 14 minimum			
Donner la description du pictogramme à l'aide d'une infobulle ou d'un pop-in			
Pour les présentations, ajouter une image par diapositive			
Reprendre le contenu oralement pour les personnes qui ne peuvent visualiser ou lire le diaporama			
<b> Personnes présentant une déficience visuelle</b>			
Donner à chaque cadre un titre pertinent qui permette à l'utilisateur de naviguer facilement de cadre en cadre			
Prévoir une audiodescription ou une description textuelle			
Utiliser des entêtes et contenus de balises (ou étiquettes) pour décrire le sujet			
Décrire les images et les logos en ajoutant une description à l'intérieur du code source sous l'attribut « Alt »			
Les images purement décoratives ne nécessitent pas d'équivalent textuel, mais doivent tout de même avoir un attribut Alt			
Reprendre le contenu du diaporama oralement			
<b> Personnes présentant une déficience auditive</b>			
Sous-titrer les vidéos et proposer une alternative en langue des signes			
Veiller au contraste entre l'image de fond, les sous-titres et la personne qui signe			
Veiller aux contrastes entre la tenue vestimentaire de la personne qui signe et la couleur de la peau pour que les mains soient bien visibles			

## Références - La conception de sites web et supports numériques

**Les liens et les sites web ont été vérifiés le 15 mars 2018.**

1. Adepoju SA, Shehu IS, editors. Usability Evaluation of Academic Websites Using Automated Tools. 3rd International Conference on User Science and Engineering (i-USer); 2014; Shah alam, Malaysia.
2. Aizpurua A, Arrue M, Vigo M. Prejudices, memories, expectations and confidence influence experienced accessibility on the Web. *Computers in Human Behavior*. 2015;51:152-60.
3. Allaire C. Informer les personnes aveugles ou malvoyantes : partage d'expériences. Saint-Denis : Inpes; 2012.
4. Allaire C. Informer les personnes sourdes ou malentendantes : partage d'expériences. Saint-Denis : Inpes; 2012.
5. AlterGo, Regroupement des organismes de promotion du Montréal métropolitain (ROPMM), Service de la diversité sociale et des sports Montréal. Accessibilité universelle des outils de communication. Montréal: AlterGo; 2014.
6. Apperson JM, Laws EL, Scepansky JA. An assessment of student preferences for PowerPoint presentation structure in undergraduate courses. *Computers & Education*. 2008;50(1):148-53.
7. Association BrailleNet. L'accessibilité des sites Web et des applications pour les mobiles 2016, [en ligne]. [http://www.brailletnet.org/wp-content/uploads/GTA22\\_LivreBlanc\\_Mobile.pdf](http://www.brailletnet.org/wp-content/uploads/GTA22_LivreBlanc_Mobile.pdf)
8. Association BrailleNet. Publications brailletnet 2017, [en ligne]. <http://www.brailletnet.org/accessibilite-numerique/publications-brailletnet/>.
9. Atalan - Accessibilité numérique et sensibilisation au handicap. Accueil s.d., [en ligne]. <https://www.accede-web.com>.
10. Berget G, Herstad J, Sandnes FE. Search, Read and Write: An Inquiry into Web Accessibility for People with Dyslexia. Dans: Petrie H, Darzentas J, Walsh T, Dir. *Universal Design 2016: Learning from the Past, Designing for the Future*. Amsterdam : IOS Press BV; 2016.
11. Berget G, Mulvey F, Sandnes FE. Is visual content in textual search interfaces beneficial to dyslexic users? *International Journal of Human-Computer Studies*. 2016;92-93(2016):17-29.
12. Bourcier T, Laroche L. Comment communiquer efficacement avec Powerpoint. *Journal Français d'Ophtalmologie*. 2005;28(7):775-80.
13. Crespo RG, Espada JP, Burgos D. Social4all: Definition of specific adaptations in Web applications to improve accessibility. *Computer Standards & Interfaces*. 2016;48:1-9.
14. Direction Interministérielle des Systèmes d'Information et de Communication (Disic). <https://github.com/DISIC>
15. European Blind Union. Rendre l'information accessible à tous, [en ligne]. [http://www.euroblind.org/resources/guidelines/brochure-translations/nr/425#imprimés\\_accessible](http://www.euroblind.org/resources/guidelines/brochure-translations/nr/425#imprimés_accessible)
16. Fichter D. Making Your Website Accessible. *Online Searcher*. 2013;37(4):73-6.
17. Goulet M-J, Fournier C. Classification des sujets abordés dans dix manuels de rédaction Web : vers un outil de référence pour l'enseignement universitaire. *Texte Livre: Linguagem e Tecnologia*. 2016;9(1):1-12.
18. Hardy J-M, Leo Lesage J. 60 règles d'or pour réussir son site Web. Paris : Dunod; 2014.
19. Home office digital, Blog accessibility, United Kingdom. Posters [en ligne]. <https://accessibility.blog.gov.uk/2016/09/02/dos-and-donts-on-designing-for-accessibility/>
20. Inca. Création d'un document accessible avec Microsoft Word 2007-2010 s.d., [en ligne]. [http://www.cnib.ca/fr/quebec/programmes-services/informatique/Pages/Doc\\_Word\\_Accesible.aspx](http://www.cnib.ca/fr/quebec/programmes-services/informatique/Pages/Doc_Word_Accesible.aspx)

21. Inclusion Europe. Information for all. European standards for making information easy to read and understand. Brussels : Inclusion Europe with the support of the European Commission; 2016.
22. Insieme, Accès pour tous, Fachhochschule Nordwestschweiz. Facile à surfer. Accessibilité Internet pour les personnes avec limitations cognitives. Guide pour la création d'interfaces Internet simples à utiliser. Suisse: Insieme ; 2015.
23. Karsenti T. 21 conseils pour un usage réfléchi et efficace de PowerPoint et cie. Université de Montréal: Chaire de recherche sur les technologies en éducation.
24. Kushalnagar P, Naturale J, Paludneviciene R, Smith SR, Werfel E, Doolittle R, et al. Health Websites: Accessibility and Usability for American Sign Language Users. Health Communication. 2015;30(8):830-7.
25. Lemieux V. Meilleures pratiques Web pour promouvoir les comportements préventifs chez les internautes adultes Revue de littérature. Montréal: Agence de la santé et des services sociaux de Montréal; 2013.
26. Lemieux V. Pour qu'on se comprenne : Guide de littératie en santé. Montréal: Agence de la santé et des services sociaux de Montréal; 2014.
27. Michalska AM, You CX, Nicolini AM, Ippolito VJ, Fink W. Accessible Web Page Design for the Visually Impaired: A Case Study. International Journal of Human-Computer Interaction. 2014;30:995-1002.
28. Orji RO. Analysis of Usability and Accessibility Problems of Financial Sectors' Website using Visitor-based Evaluation Technique. 2nd International Conference on Information and Multimedia Technology (ICIMT 2010); Hong Kong2010.
29. People First New Zealand. Make it clear. A guide to making easy read information. 2014, [en ligne]. <https://www.odi.govt.nz/assets/Guidance-and-Resources-files/guide-to-writing-easy-read-information-people-first-2014.pdf>
30. Pidila. Checklist Pidila. Évaluation rapide 2017, [en ligne]. <https://pidila.gitlab.io/checklist-pidila/evaluation-rapide.html>
31. Scottish Accessible Information Forum (SAIF). Making Written Information Accessible: Guidelines for producing accessible printed and electronic information 2013.
32. Secrétariat général à la modernisation de l'action publique français (SGMAP). Contribuer sur le web de manière accessible 2015, [en ligne]. [http://disic.github.io/guide-contribuer\\_accessible/](http://disic.github.io/guide-contribuer_accessible/)
33. Secrétariat général à la modernisation de l'action publique français (SGMAP). Créer des documents bureautiques accessibles, [en ligne]. [https://disic.github.io/guides-documents\\_bureautiques\\_accessibles/html/](https://disic.github.io/guides-documents_bureautiques_accessibles/html/)
34. Secrétariat général à la modernisation de l'action publique français (SGMAP). Critères homologation Cerfa et bonnes pratiques, [en ligne]. <http://references.modernisation.gouv.fr/homologation-cerfa>
35. Secrétariat général à la modernisation de l'action publique français (SGMAP). Guide concepteur, [en ligne]. <https://disic.github.io/guide-concepteur/>
36. Secrétariat général à la modernisation de l'action publique français (SGMAP). Guide impact utilisateurs, [en ligne]. [https://disic.github.io/guide-impacts\\_utilisateurs/](https://disic.github.io/guide-impacts_utilisateurs/)
37. Secrétariat général pour la modernisation de l'action publique (SGMAP). Référentiel général d'accessibilité pour les administrations (RGAA 3) 2017, [en ligne]. <https://references.modernisation.gouv.fr/rgaa-accessibilite/guide-accompagnement-RGAA.html>
38. Service de soutien aux institutions muséales (SSIM), Ministère de la culture, des communications et de la condition féminine. Guide pour élaborer une muséographie universellement accessible. Montréal: Société logique; 2012.
39. Service des technologies d'apprentissage à distance. Règles ergonomiques d'une présentation (genre PowerPoint). Winnipeg: Université de Saint-Boniface; 2014.
40. The Plain Language Action and Information Network (PLAIN). Federal Plain Language Guidelines. United States: PLAIN; 2011, [en ligne]. <http://www.plainlanguage.gov/howto/guidelines/FederalPLGuidelines/FederalPLGuidelines.pdf>

41. Trudeau S. Qu'est-ce qu'un bon formulaire? Rapport du groupe de travail mandaté pour mener une recherche exploratoire sur la question. Québec: Revenu Québec; 2005.
42. Turner-Cmucha M. Lignes directrices pour une information accessible. Les TIC pour l'accessibilité de l'information dans l'apprentissage. Suresnes : Agence européenne pour l'éducation adaptée et inclusive; 2015.
43. U.S. National Library of Medicine. How to write easy-to-read health materials, 2017, [en ligne].<https://medlineplus.gov/etr.html>
44. Union des consommateurs. Favoriser la santé financière des aînés. Guide pour élaborer des pratiques exemplaires. Montréal: Union des consommateurs; 2013.
45. Union nationale des associations de parents, de personnes handicapées mentales et leurs amis. L'information pour tous. Règles européennes pour une information facile à lire et à comprendre. Paris : Unapei; 2009.
46. Waight M, Oldreive W. Accessible websites – what is out there? *British Journal of Learning Disabilities*. 2016;44(2):122-9.
47. Williams P. Eliciting web site preferences of people with learning disabilities. *Journal of Research in Special Educational Needs*. 2017;17(1):49-63.
48. Williams P, Hennig C. Effect of Web Page Menu Orientation on Retrieving Information by People With Learning Disabilities. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 2015;66(4):674-83.
49. Williams P, Hennig C. Optimising web site designs for people with learning disabilities. *Journal of Research in Special Educational Needs*. 2015;15(1):25-36.
50. World Wide Web Consortium (W3C). À propos du W3C 2013, [en ligne]. <https://www.w3.org>.





# **La communication orale**

# Sommaire

<b>1. Les conditions favorables à la communication</b>	<b>89</b>
1.1 Personnalisez la communication	89
1.2 Montrez votre intérêt à communiquer avec la personne	90
1.3 Prenez en compte les caractéristiques personnelles et culturelles de la personne	90
1.4 Favorisez la participation active de la personne	92
<b>2. Les façons de communiquer l'information</b>	<b>92</b>
2.1 Soyez mieux compris	93
2.2 Renforcez le message verbal à l'aide de supports variés	94
<b>3. La compréhension de l'information</b>	<b>96</b>
3.1 Répétez, résumez et renforcez le message	96
3.2 Vérifiez la compréhension de l'information avec la personne	96
3.3 Assurez le suivi des interventions	97
<b>Listes de vérification</b>	<b>98</b>
<b>Références</b>	<b>100</b>

# La communication orale

Les informations partagées oralement sont une source importante d'information. Or, une partie de la population a des difficultés à saisir l'information dans ce contexte, surtout si la situation est stressante ou anxiogène. Les pratiques réunies dans cette partie s'adressent à tous les professionnels impliqués dans un échange oral avec une personne, qu'il y ait une relation d'autorité ou pas. Ces pratiques trouvent écho dans le milieu de la santé, du travail, des loisirs ou au sein d'un service administratif. Elles ne visent pas de façon spécifique les stratégies éducatives en milieu scolaire ou thérapeutique, ni les interventions de groupe qui font appel à des compétences et des ressources supplémentaires.

## 1. Les conditions favorables à la communication

Les conditions favorables à la communication se rapportent à l'attitude et aux comportements du professionnel ainsi qu'aux caractéristiques de l'environnement. Ce sont des conditions qui favorisent un climat d'ouverture, de confiance mutuelle et l'engagement des interlocuteurs dans l'échange.

### 1.1 Personnalisez la communication

- Communiquez en utilisant la première personne, « je » ou « nous », et la deuxième personne, « tu » ou « vous ».
- Identifiez-vous clairement : donnez votre nom et celui des personnes qui vous accompagnent.
- Énoncez clairement les motifs de la rencontre ou de l'entretien.
- Mettez-vous d'accord sur la façon de vous joindre à distance : téléphone, courriel, texto, plateforme de messagerie.
- Si nécessaire, faites appel à une aide extérieure : un interprète, un médiateur ou un autre professionnel.

## 1.2. Montrez votre intérêt à communiquer avec la personne

- Prenez connaissance de la situation de la personne avant la rencontre.
- Choisissez un moment où tout le monde est disponible et disposé pour l'échange.



N'abordez pas un sujet sensible dans un couloir, sans avoir préparé l'échange.



Proposez plutôt un rendez-vous à l'avance, sans dramatiser l'objet de la rencontre.

- Trouvez un endroit calme.
- Choisissez une position qui permette :
  - de regarder la personne dans les yeux sans avoir à tourner le visage,
  - de laisser votre visage visible,
  - d'être assis au même niveau que la personne.
- Portez votre attention sur la personne et adressez-vous directement à elle, et non à la personne qui l'accompagne.
- Cherchez à repérer les attentes de la personne et ses craintes.
- Consacrez-vous entièrement à l'échange sans vous laisser absorber par d'autres préoccupations. Pensez à éteindre votre téléphone.
- Informez la personne du déroulement de l'entretien.
- Souvenez-vous que la première impression est importante.

### À éviter

- les critiques et les jugements.



« Vous auriez dû faire cette demande plus tôt ».



« La date est dépassée mais vous pourrez renouveler votre demande le 13 avril ».

## 1.3 Prenez en compte les caractéristiques personnelles et culturelles de la personne







- Gardez en tête qu'une part importante de la population a des difficultés en littératie et en numératie. Le fait de se retrouver en entretien avec un professionnel peut accentuer ces difficultés.

## Astuce

Certains signes peuvent évoquer des difficultés en littératie. Ces signes sont identifiés dans un contexte de rendez-vous médical mais certains sont transposables à d'autres contextes. Soyez-y attentif : des rendez-vous souvent manqués, des formulaires rendus incomplets, le fait de poser peu de questions, des difficultés à faire un récit cohérent, à suivre un plan d'action, à nommer un traitement, à identifier les médicaments, à expliquer leur rôle, leur posologie et à lire leur nom.

- Veillez aux signes évocateurs de difficultés motrices, sensorielles, cognitives, intellectuelles ou émotionnelles.
- Adaptez la communication à la culture de la personne, les expressions faciales et le langage non verbal n'étant pas universels. Par exemple, toucher l'épaule pour rassurer n'est pas une habitude dans toutes les cultures.
- Méfiez-vous des idées préconçues, parfois inconscientes.
- Par exemple, raccorder son logement à l'électricité, comprendre une prescription médicale, comparer des offres de prêt, etc., sont des démarches complexes pour une majorité de citoyens, en dépit de leur métier ou de leur niveau d'études.
- Variez les façons de communiquer avec vos interlocuteurs, une seule approche ne peut convenir à tous.
- Parlez clairement, avec un ton neutre, sans hausser la voix exagérément si la personne ne comprend pas et que vous devez répéter.
- Faites preuve de patience.

## Pour les personnes en situation de handicap

-  Décrivez à la personne tout nouvel environnement : l'endroit où elle peut s'asseoir, l'emplacement des toilettes, la sortie, etc.
-  Informez la personne de vos déplacements lorsque vous entrez dans la pièce ou lorsque vous quittez la pièce.
-  Précisez le déroulé de l'entretien avec des repères de temps.
  -  Nous allons remplir votre dossier de logement. Ensuite nous en parlerons avec l'assistante sociale qui viendra dans le bureau. Puis vous pourrez reprendre votre autobus.
-  Anticipez et proposez des aides techniques ou humaines : boucle magnétique, ordinateur, interprète en langue des signes, etc.
- 



Demandez la façon de communiquer qui convient le mieux, que la personne ait annoncé sa surdité ou non (si elle porte un appareil auditif par exemple). De façon générale :



- parlez clairement, face à l'interlocuteur, pas trop fort et sans exagérer le mouvement des lèvres. C'est particulièrement important si la personne lit sur les lèvres,
- complétez par un texte écrit si la personne le demande,
- attendez la présence de l'interprète pour commencer l'entretien si c'est l'option choisie,
- choisissez ensemble la méthode pour communiquer à distance.

## 1.4 Favorisez la participation active de la personne

- Prévenez la personne du sujet principal de la rencontre.
- Encouragez-la à se préparer à l'entretien. Elle peut se poser les trois questions suggérées par la technique Ask me 3<sup>®</sup> utilisée dans le milieu de la santé : quelle est la question à régler ? comment la régler ? pourquoi est-ce important pour moi ?
- Demandez à l'interlocuteur s'il souhaite qu'un proche soit présent.
- Adoptez une attitude empathique, ouverte à la communication, avec le sourire, pour que la personne se sente libre de s'exprimer.
- Traitez la personne d'égal à égal, avec respect, sans l'infantiliser.
- Écoutez attentivement votre interlocuteur, sans l'interrompre.
- Encouragez la personne à poser des questions en créant un environnement propice.



« Avez-vous des questions ? »



« Quelles sont vos questions ? »

## 2. Les façons de communiquer l'information

Les éléments qui suivent suggèrent aux communicants des stratégies pour préparer l'entretien ou la rencontre et communiquer de façon efficace.

## 2.1 Soyez mieux compris

- Sélectionnez un nombre limité d'informations, pas plus de trois. Ces éléments peuvent avoir été choisis par la personne.
- Organisez les informations à transmettre en allant du plus important au moins important.
- Structurez l'information pour qu'elle soit orientée vers l'action, en ciblant les actions concrètes que la personne pourra entreprendre.
- Notez les observations ou les faits que vous voulez partager lors de l'échange, comme des résultats sanguins, des bulletins scolaires, des lettres de rappel.
- Présentez l'information en parlant lentement.
- Utilisez un langage simple, clair et précis, sans termes complexes et sans ambiguïtés.



« Le résultat de votre test à l'hépatite B est positif ».



« Le résultat de votre test à l'hépatite B est positif, c'est-à-dire que vous avez l'hépatite B ».

- Préférez des mots courts.
- Utilisez des phrases courtes avec une idée par phrase.
- Choisissez les mêmes mots tout au long de l'échange, en évitant les synonymes.
- Évitez les doubles négations.



« Votre fils n'est pas insensible au comportement de ses copains ».



« Votre fils est touché par le comportement de ses copains ».

- Prêtez attention au vocabulaire de la personne et utilisez le sien dans la discussion.
- Illustrez le propos avec des exemples ou avec des analogies familières.



« On va surveiller vos défenses immunitaires ».



« On va surveiller vos défenses immunitaires. Les défenses immunitaires servent à défendre le corps contre les infections, comme les gardiens du château ».

- Faites une démonstration précise de la consigne, au besoin. Par exemple comment mesurer sa tension artérielle, masser une partie de son corps, stériliser un biberon, doser une quantité de riz.

- Lorsque la personne présente des difficultés importantes en littératie et en numératie, utilisez des expressions comme « la plupart », « plus de la moitié », « la majorité » au lieu de mentionner des statistiques et des chiffres.

#### Astuce

- Dans le cas d'une information sensible à partager, on peut s'appuyer sur la méthode de communication « Sandwich ». Elle consiste à relever d'abord un élément positif et concret, puis à faire part de ce qui est problématique et enfin à proposer des solutions.



Votre enfant bouge beaucoup et a des difficultés à rester concentré en classe.



Votre enfant est vraiment intéressé par le cours. Mais il a du mal à rester calme et concentré. J'aimerais trouver avec vous des moyens pour l'aider à se concentrer.

## 2.2 Renforcez le message verbal à l'aide de supports variés

- Utilisez un support adapté pour faciliter la transmission d'informations complexes ou pour expliquer une procédure : film, tableau, illustrations, pictogrammes, photos, émoticônes, dessins réalisés en cours de séance, etc. Si possible, préparez ce support avant la rencontre.
- Assurez-vous de bien connaître le support utilisé en séance pour mieux le présenter, vérifiez qu'il est à jour, et indiquez sa source.
- Préparez un document que la personne pourra emporter, comprenant les éléments essentiels : ce qu'il faut retenir, ce qu'il faut faire.
- Transmettez des messages courts, illustrés et faciles à comprendre.
- Lisez à voix haute les consignes ou les informations rédigées.
- Si nécessaire, traduisez ces messages dans la langue de la personne.
- Faites ressortir l'information importante à l'aide d'encadrés, de flèches, de mots clés, etc.
- Identifiez l'émetteur du document à l'aide d'un logo, d'un nom de service, etc.
- Laissez un espace pour une information personnalisée ou proposez un support pour que la personne puisse prendre des notes ou enregistrer, en guise d'aide-mémoire.



### À éviter

- le jargon médical, les termes spécialisés ou techniques,
- les exemples stéréotypés,
- les métaphores et les autres figures de style,
- les conversations inutilement longues.

### Pour les personnes en situation de handicap



Gardez en tête que votre interlocuteur a tendance à vouloir faire plaisir. Veillez à contextualiser les questions et à les simplifier pour éviter un acquiescement systématique. Par exemple :

- soyez attentif au temps de latence, soit le temps nécessaire à la personne pour saisir la question, y réfléchir et apporter une réponse,
- faites des pauses fréquentes pour respecter le rythme de la personne et préserver un climat convivial et serein,
- posez les questions différemment, ajoutez des indices ou des exemples pour aider la personne,
- invitez la personne à s'exprimer davantage : « Pouvez-vous m'en dire plus ? ». Utilisez des repères concrets pour les notions numériques, spatiales ou temporelles,
- personnalisez vos propos : nommez un intervenant, un lieu ou une activité en particulier.



Quelle activité voulez-vous faire ce week-end ?



Voulez-vous faire du ping-pong samedi après-midi avec Mathis ?

### À éviter

- les questions abstraites sur les émotions ou sentiments, difficiles à aborder. Mieux vaut faire référence à des situations concrètes ou proposer des scénarios auxquels la personne peut participer,
- les questions qui font référence à une cause ou qui commencent par « pourquoi ? »



« Pourquoi n'avez-vous pas rempli le questionnaire ? »



« Vous n'avez pas rempli le questionnaire, on va en parler et le remplir ensemble si vous le souhaitez ».

## 3. La compréhension de l'information

Cette étape doit faire l'objet d'une attention particulière. Les pratiques qui suivent permettent aux communicants de vérifier si l'information partagée est comprise et si elle pourra être utilisée après le rendez-vous.

### 3.1 Répétez, résumez et renforcez le message

- Assurez-vous que la personne a bien compris le sens de chacune des questions posées en observant son comportement et en apportant de nouvelles précisions si nécessaire.
- Utilisez des outils comme une fiche auto-évaluative ou un plan d'action élaboré conjointement.
- Demandez à la personne comment elle pense intégrer concrètement ces nouvelles informations dans sa vie quotidienne.
- À la fin de la discussion, reprenez chacun des points discutés.

### 3.2 Vérifiez la compréhension de l'information avec la personne

- Invitez la personne à reformuler l'information comme elle l'a comprise :
  - repérez les éléments importants à retenir.
  - vérifiez la compréhension de la personne au fur et à mesure de l'échange. Utilisez des questions qui n'induisent pas de jugement.



« Avez-vous compris ce que je viens de vous dire ? »



« Je veux m'assurer que je vous ai bien expliqué la procédure. Pouvez-vous me dire avec vos mots ce que vous avez compris ? »

- Si l'information partagée n'est que partiellement comprise, expliquez de nouveau en vous inspirant de la méthode Teach back<sup>®6</sup> utilisée dans le domaine de la santé :
  - souvenez-vous des éléments de contexte et des caractéristiques particulières de la personne,
  - utilisez d'autres termes, changez la forme de la phrase, réduisez le nombre d'informations, priorisez, utilisez une démonstration, utilisez et partagez du matériel concret, etc.,
  - vérifiez une nouvelle fois ce que la personne a compris.




---

6 - [https://www.has-sante.fr/portail/jcms/c\\_2612334/fr/faire-dire](https://www.has-sante.fr/portail/jcms/c_2612334/fr/faire-dire)








### 3.3 Assurez le suivi des interventions

- Assurez un suivi téléphonique pour vérifier la compréhension et l'adhésion à un plan d'action ou à un traitement.
- Débutez le rendez-vous par un rappel du rendez-vous précédent.
- Demandez à la personne d'apporter le matériel utilisé chez elle : un cahier de suivi, un journal de bord, un agenda, etc. Pour un rendez-vous médical, demandez-lui d'apporter ses médicaments ou ses analyses.
- Vérifiez auprès de la personne que le matériel qui a été remis lors d'un précédent rendez-vous est compréhensible, utile et utilisable. Posez des questions concrètes :
  - quelles parties sont les plus utiles ?
  - qu'est-ce qui n'est pas clair ?
  - est-ce que cette partie vous a aidé ?
  - si oui, comment ?

# Liste de vérification : la communication orale pour tous

			
<b>Conditions favorables à la communication</b>			
Connaître la situation de la personne avant l'entretien			
Choisir les bons moment et endroit, et permettre à la personne d'être accompagnée			
S'identifier et énoncer le motif principal de l'entretien			
S'adresser directement à la personne, à la 1 <sup>re</sup> ou à la 2 <sup>e</sup> personne			
Repérer les attentes et les craintes de la personne			
Porter toute son attention à la situation et adopter une attitude empathique			
Informar la personne du déroulement au fur et à mesure			
Ne pas tenir pour acquis le niveau de littératie de la personne			
Être attentif à la culture de la personne et aux signes de difficultés			
Encourager la personne à poser des questions			
<b>Les façons de communiquer l'information</b>			
Parler lentement, clairement, à l'aide de mots simples et phrases courtes			
Transmettre trois messages, tout au plus, en ordre d'importance			
Cibler les actions concrètes à entreprendre			
Expliquer les termes complexes			
Choisir le même mot pour le même concept			
Utiliser le vocabulaire de la personne			
Utiliser des exemples concrets, faire des démonstrations			
Renforcer les messages avec du matériel concret fourni à la personne			
Utiliser des images, des vidéos, de l'audio, des feuillets illustrés			
Surligner les points essentiels			
Élaborer un plan d'action avec la personne			
Fournir une feuille pour identifier les points importants			
<b>La compréhension de l'information</b>			
Inviter la personne à reformuler ce qu'elle a compris			
Utiliser des stratégies de reformulation, de réexplication			
Assurer un suivi téléphonique ou par un autre moyen			
Débuter l'entretien suivant par un rappel du précédent			
Revoir le matériel remis et apporté par la personne, évaluer sa pertinence			

# Liste de vérification : la communication orale pour les personnes en situation de handicap

			
<b> Personnes présentant une déficience intellectuelle</b>			
Préciser le déroulement de l'entretien avec des repères de temps			
Contextualiser et simplifier les questions			
Avoir recours à des repères concrets et signifiants			
Personnaliser la formulation des questions			
Être attentif au temps de latence			
Faire des pauses fréquentes			
Inviter la personne à s'exprimer davantage : Pouvez-vous m'en dire plus ?			
<b> Personnes présentant une déficience visuelle</b>			
Décrire à la personne tout nouvel environnement : l'endroit où elle peut s'asseoir, l'emplacement des toilettes, la sortie, etc.			
Informar la personne de vos déplacements lorsque vous entrez ou quittez la pièce			
<b>  Personnes présentant une déficience auditive</b>			
Anticiper l'échange et proposer des aides techniques ou humaines : boucle magnétique, ordinateur, interprète en langue des signes, etc.			
Demander la façon de communiquer qui convient le mieux			
Parler clairement, face à l'interlocuteur, pas trop fort et sans exagérer le mouvement des lèvres			
Compléter les informations par un texte écrit			
Attendre l'arrivée de l'interprète pour commencer l'entretien s'il y a lieu			

## Références - La communication orale

**Les liens et les sites web ont été vérifiés le 15 mars 2018.**

1. Agency for Healthcare Research and Quality (AHRQ). Health Literacy: Hidden Barriers and Practical Strategies [support de communication orale]. 2015.
2. Allaire C. Informer les personnes sourdes ou malentendantes : partage d'expériences. Saint-Denis : Inpes; 2012.
3. Brega GA, Barnard J, Mabachi MN, Weiss DB, DeWalt AD, Brach C, et al. AHRQ Health Literacy Universal Precautions Toolkit. 2nd ed. Aurora, CO: Colorado Health Outcomes Program, University of Colorado; 2015.
4. Dumais C, Soucy E. Stratégies pour mieux communiquer avec les enfants, les collègues et les parents. Gardavue, Association québécoise de la garde scolaire (AQGS). 2016;Novembre:22-3
5. Flynn P, Acharya A, Schwei K, VanWormer J, Skrzypczak K. Assessing Dental Hygienists' Communication Techniques for Use with Low Oral Health Literacy Patients. The Journal of Dental hygiene. 2016;90(3):162-9.
6. Gauthier F, Jourdan-Ionescu C, Legendre M-P. Adaptations méthodologiques destinées aux personnes ayant des limitations cognitives. In : Tétreault S, Guillez P. Guide pratique de recherche en réadaptation : méthodes, techniques et outils d'intervention. Bruxelles : De Boeck; 2014. p. 467-88.
7. Haute Autorité de santé (HAS). « Faire dire » Communiquer avec son patient 2015, [en ligne]. [http://www.has-sante.fr/portail/jcms/c\\_2612334/fr/faire-dire](http://www.has-sante.fr/portail/jcms/c_2612334/fr/faire-dire).
8. Institute for healthcare improvement. Ask Me 3: Good Questions for Your Good Health 2017, [en ligne]. <http://www.npsf.org/?page=askme3>
9. Johnson JL, Moser L, Garwood CL. Health literacy: a primer for pharmacists. American Journal Of Health-System Pharmacy. 2013;70(11):949-55.
10. Julien-Gauthier F, Martin-Roy S, Jourdan-Ionescu C, Ruel J. La collecte de données auprès de participants ayant des incapacités intellectuelles : défis et vecteurs de réussite. In: Beaupré P, Laroui R, Hébert M-H, editors. Le chercheur face aux défis méthodologiques de la recherche. Québec: Presses de l'Université du Québec; 2016.
11. Koo LW, Horowitz AM, Radice SD, Wang MQ, Kleinman DV. Nurse Practitioners' Use of Communication Techniques: Results of a Maryland Oral Health Literacy Survey. Plos One. 2016;11(1):e0146545-e.
12. Kripalani S, Jacobson KL. Strategies to improve communication between pharmacy staff and patients : A training program for pharmacy staff. Rockville: Agency for Healthcare Research and Quality; 2007.
13. Lemieux V. Pour qu'on se comprenne : Guide de littératie en santé. Montréal, QC: Agence de la santé et des services sociaux de Montréal; 2014.
14. Mackert M, Ball J, Lopez N. Health literacy awareness training for healthcare workers: Improving knowledge and intentions to use clear communication techniques. Patient Education and Counseling. 2011;85(3):e225-e8.
15. Oates DJ, Paasche-Orlow MK. Health literacy communication strategies to improve patient comprehension of Cardiovascular health. Circulation. 2009;119(7):1049-51.
16. Richard C, Lussier MT. La littératie en santé, une compétence en mal de traitement. Pédagogie médicale. 2009;10(3):123-30.
17. South Eastern Health and Social Care Trust. Making Communication Accessible for All : A Guide for Health & Social Care (HSC) Staff. Belfast: Health and Social Care board; 2016.



**Comment devenir une  
organisation pro-littérature ?**





# Comment devenir une organisation pro-littératie ?

Comment améliorer la capacité des organisations à prendre en compte la diversité de leurs publics et notamment leurs compétences variées en littératie ? En d'autres termes, comment adopter une stratégie « pro-littératie » ?

## 1. Connaître et appliquer les lois

Les politiques publiques, les lois et les conventions nationales et internationales convergent pour favoriser la participation sociale et l'accès de tous les publics à l'information. Pour devenir pro-littératie, les organisations ont la responsabilité de connaître ces politiques publiques en faveur des droits et des libertés fondamentales, et de prendre des mesures pour les appliquer.

## 2. Sensibiliser et former à la littératie

Pour prendre un virage pro-littératie, les organisations doivent sensibiliser l'ensemble de leurs personnels, à tous les niveaux de décision. La sensibilisation-formation peut porter sur :

- les compétences en littératie de la population générale et des publics vulnérables,
- les enjeux et les conséquences d'un faible niveau de compétences en littératie,
- les moyens à déployer pour favoriser l'accès à l'information pour tous.

### **3. Adopter une approche de conception universelle de l'information**

Adopter une approche de conception universelle de l'information invite à penser, planifier, concevoir et diffuser une information accessible, compréhensible et utilisable par tous, dans la mesure du possible. Les formats et les supports d'information universelle sont utiles à tous, même s'ils cohabitent parfois avec des formats et des supports dédiés spécifiquement à certains groupes de population, selon l'âge, les besoins, la langue, etc.

### **4. Porter un regard critique sur ses orientations et ses pratiques**

Pour devenir une organisation pro-littératie, les responsables doivent porter un regard critique et questionner régulièrement leurs orientations et leurs pratiques organisationnelles au regard de l'accueil des publics, l'information qui leur est transmise, la prise en considération des différentes cultures, la façon de communiquer avec eux ou de favoriser leur participation. Voir l'aide-mémoire « Évaluer ses pratiques organisationnelles au regard des compétences en littératie ».

### **5. Faire contribuer les parties prenantes**

Pour faire contribuer les parties prenantes, les concepteurs d'information associent les publics destinataires, usagers et professionnels, dans leur démarche de création. En effet, pour être comprise, l'information doit comprendre des mots, des images et du contenu qui ont du sens pour les publics visés. La meilleure stratégie est donc d'inclure, les publics au processus de conception de cette information. Voir l'aide-mémoire « Étapes d'une démarche de conception avec les parties prenantes ».

# Aide-mémoire

## Évaluer ses pratiques organisationnelles au regard des compétences en littératie

Est-ce que l'organisation :

- intègre les enjeux de la littératie dans sa mission, ses activités, l'évaluation de la qualité de ses services et dans toutes les mesures visant les publics accueillis et son personnel,
- sensibilise son personnel à la littératie, à ses enjeux et à ses conséquences sur différents publics,
- forme et soutient son personnel à la conception universelle de l'information et déploie des moyens pour favoriser sa mise en place,
- conçoit et diffuse de l'information accessible, facile à lire, à comprendre et à utiliser, disponible sur différents formats et supports,
- fournit des repères pour aider les publics qu'elle reçoit à se déplacer facilement dans ses établissements,
- intègre les publics cibles dans la conception, la réalisation et l'évaluation des informations qui leur sont destinées,
- accorde une attention particulière aux faibles compétences en littératie dans les situations de plus grande vulnérabilité : situation d'urgence, périodes de changement par exemple,
- évite la stigmatisation des membres du personnel ou des publics les plus en difficulté du point de vue des compétences en littératie,
- établit un plan d'action pro-littératie, évalue régulièrement sa mise en œuvre et l'ajuste selon son niveau d'atteinte et selon les nouveaux enjeux ?

# Aide-mémoire

## Étapes d'une démarche de conception de l'information avec les parties prenantes

### Avant la conception du matériel d'information, trois questions à se poser :

#### Pour qui et avec qui ?

- Quel est le public auquel je m'adresse ?
- Quels sont les groupes ou les personnes que je peux associer à la démarche ?
- Quelles sont les caractéristiques de ces personnes, leurs besoins et leurs préférences ?

#### Quoi ?

- Quel est mon objectif : expliquer, sensibiliser, convaincre, aider à la prise de décision ?
- Quelle est l'information essentielle à transmettre ?
- Qu'est-ce que le public destinataire connaît du sujet ?
- Quelles questions ce public se pose-t-il sur le sujet ?
- Quels sont les deux ou trois messages clés à retenir selon les niveaux de connaissance et les besoins des destinataires ?

#### Comment ?

- Quel sont les meilleurs formats et supports pour communiquer cette information ?
- Quelles sont les étapes de conception et de validation prévues avec le public destinataire ?
- Comment rendre disponible l'information sur des supports variés ?

## **Pendant la conception du matériel d'information :**

### **Préparer un premier jet du matériel d'information**

- Rechercher l'information pertinente.
- Sélectionner l'information à transmettre : textuelle et illustrée.
- Structurer l'information retenue.
- Concevoir le premier jet en respectant les recommandations du guide.
- Procéder à une première auto-évaluation à l'aide des grilles de vérification. Vérifier le nombre de messages transmis, la pertinence de l'information, etc.
- Lister les termes et les images pouvant être difficiles à comprendre et consulter le public destinataire à ce sujet.

### **Faire valider et réviser, par périodes alternées**

- Tester et valider auprès du public destinataire le choix des mots, des expressions, des illustrations.
- Vérifier la compréhension des messages.
- Tester la facilité d'utilisation de l'information selon les différents supports de présentation, qu'ils soient imprimés, numériques, audio, vidéo, etc.
- Corriger à la lumière des commentaires.
- Consulter des pairs ou des experts du thème traité.
- Revalider auprès de la population cible.

## **Après la conception, au moment de la diffusion :**

- Reconnaître la contribution de tous.
- Inviter les parties prenantes au lancement du matériel d'information s'il y a lieu.
- Prendre en note les commentaires du public à la suite de la diffusion afin de les intégrer dans les rééditions éventuelles.

## Références - Comment devenir une organisation pro-littératie ?

**Les liens et les sites web ont été vérifiés le 15 mars 2018.**

1. Brach C, Keller D, Hernandez LM, Baur C, Parker R, Dreyer B, et al. Ten Attributes of Health Literate Health Care Organization; 2012, [en ligne]. [http://nam.edu/wp-content/uploads/2015/06/BPH\\_Ten\\_HLit\\_Attributes.pdf](http://nam.edu/wp-content/uploads/2015/06/BPH_Ten_HLit_Attributes.pdf).
2. Ruel J, Kassi B, Moreau AC, Mbida-Mballa SL. Guide de rédaction pour une information accessible. Gatineau: Pavillon du Parc; 2011.
3. Ruel J, Moreau AC, Alarie L. Usages sociaux de la littératie et compétences à développer en vue d'environnements plus inclusifs. Dans : Lafontaine L, Pharand J, dir. Littératie : vers une maîtrise des compétences dans divers environnements. Québec: Presses de l'Université du Québec; 2015. p. 227-45.
4. Nous aussi, Union nationale des associations de parents de personnes handicapées mentales et de leurs amis (Unapei). N'écrivez pas pour nous, sans nous ! Paris; 2009.
5. Cultures&Santé. La littératie en santé, d'un concept à la pratique : guide d'animation. Belgique; 2016.

Conception graphique et réalisation :  
**Parimage** - 22 rue Chauvelot - 75015 PARIS  
Impression mai 2018 : **Fabrègue**  
Bois Joly – BP 10 – 87500 Saint-Yrieix-la-Perche  
Dépôt légal mai 2018

Nous recevons au quotidien un flot d'informations, pour utiliser un transport, suivre un traitement médical, participer à une réunion de parents d'élèves ou encore choisir une assurance. Traiter ces informations requiert la mobilisation de nombreuses compétences telles que chercher, lire, comprendre ou comparer.

Or, une grande partie de la population rencontre des difficultés pour accéder à l'information pourtant utile à la prise de décision et à la participation sociale et citoyenne.

Ce guide est le fruit d'un travail mené par des acteurs publics, des chercheurs et des associations impliqués sur les questions de littératie, d'accès à l'information, de participation sociale et de citoyenneté.

C'est un outil pratique à l'attention de tous ceux qui souhaitent concevoir une information accessible à tous.

