



Module 14

Je fais la promotion de mon
entreprise verte

Objectifs pédagogiques

Vous apprendrez ici :

- Comment identifier les besoins des personnes et choisir des moyens simples pour adapter les environnements numériques à leurs besoins?
- Comment éditer et créer un contenu vert accessible dans différents formats ?
- Comment choisir les technologies numériques pour interagir avec les gens et partager des contenus numériques

Mais d'abord, vous apprendrez pourquoi l'accessibilité numérique est importante pour votre entreprise.



Figure 1: Homme d'affaires en fauteuil roulant travaillant au bureau, image Microsoft

Informations de base



Dans ce module, vous apprendrez ce dont vous avez besoin pour votre idée d'entreprise verte.



Ce module comporte trois exercices.



Vous aurez besoin de 15 h pour terminer le module.



Vous devez obtenir 66% de bonnes réponses pour réussir ce module.



Votre conférencier est Clément.

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITÉ POUR LES LIENS EXTERNES

Ce module contient des hyperliens vers des sites Web externes.

Ces liens externes sont fournis à titre de commodité et à des fins d'information.

Uniquement, ils ne constituent pas un soutien ou une approbation par Go4DiGREEN de l'un des produits, services ou opinions de la société, de l'organisation ou de l'individu.

Go4DiGREEN n'est pas responsable de l'exactitude, de la légalité ou du contenu du site externe.

Site ou pour celui des liens ultérieurs. L'utilisation se fait à vos propres risques.

2020-1-AT01-KA226-VET-092693



Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation de son contenu, qui n'engage que ses auteurs, et la Commission ne peut être tenue responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qu'elle contient.



Contenu

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES.....	1
INFORMATIONS DE BASE	0
BIENVENUE AU MODULE 14	3
POURQUOI L'ACCESSIBILITE EST IMPORTANTE POUR UNE ENTREPRISE.....	3
IDENTIFIER ET COMPRENDRE LES BESOINS DES UTILISATEURS	4
Qu'est-ce que le handicap ?	4
Qu'est-ce que l'accessibilité numérique ?.....	5
Les besoins des différents utilisateurs et la manière de les satisfaire	6
Percevoir.....	7
Comprendre	8
Naviguer, interagir et contribuer	10
ÉDITION ET CREATION DE CONTENU VERT ACCESSIBLE SOUS DIFFERENTS FORMATS :..	10
Images.....	11
Exemple de texte alternatif	13
Structure.....	15
Rubriques	16
Listes.....	19
Contrastes.....	20



Liens23

CHOISIR DES TECHNOLOGIES NUMERIQUES POUR INTERAGIR AVEC LES GENS ET POUR PARTAGER DES CONTENUS NUMERIQUES : 24

Sites web 25

Plateformes en ligne 28

 Médias sociaux..... 28

 Services d'hébergement vidéo..... 31

Emails32

.....32

LISTE DE REFERENCE33

RESSOURCES SUPPLEMENTAIRES33

LISTE DES FIGURES33

ANNEXE..... 35

Exercice 1 - Solution 35

Bienvenue au module 14

Vous avez presque atteint la fin du dernier bloc de formation. Ce module porte sur l'accessibilité. Nous avons brièvement abordé la question de l'accessibilité dans le module précédent, au chapitre "Comment améliorer et intégrer de nouveaux contenus et informations pour créer un nouveau contenu vert accessible". Nous voulons maintenant entrer dans les détails.

Nous vous donnerons des définitions sur le handicap et l'accessibilité. Puis nous parlerons des différents besoins des utilisateurs et de la manière d'y répondre.

Dans la section suivante, nous vous familiariserons avec l'édition et la création de contenu vert accessible dans différents formats.

La dernière section portera sur le choix des technologies numériques pour interagir avec les gens et partager du contenu numérique.

Pourquoi l'accessibilité est importante pour une entreprise

"L'accessibilité du Web signifie que les sites Web, les outils et les technologies sont conçus et développés de manière à ce que les personnes handicapées puissent les utiliser."

Cette définition provient du [World Wide Web Consortium \(W3C\)](#).

Il y a plusieurs raisons pour lesquelles l'accessibilité est importante pour une entreprise.

- Environ 15 % de la population mondiale présente un ou plusieurs handicaps. En rendant vos contenus numériques accessibles, vous vous assurez de toucher davantage de clients potentiels.



- Si vous avez des contenus numériques accessibles, vous pouvez en faire la publicité. Vous améliorerez ainsi votre image de marque. Votre image de marque est la manière dont les gens perçoivent votre entreprise.
- L'Acte européen sur l'accessibilité, une loi européenne, stipule que les entreprises qui vendent des services et des produits en ligne devront rendre leurs contenus accessibles d'ici la fin juin 2025. Alors, préparons-nous!
- Les fonctionnalités d'accessibilité permettent souvent de résoudre des problèmes inattendus, et peuvent donc favoriser l'innovation.
- Vos partenaires, vos employés et vous-même pouvez avoir un ou plusieurs handicaps et avoir besoin d'accessibilité. N'oubliez pas que certains handicaps sont invisibles.

Plus de détails sur la [page web du W3C Business Case for Digital Accessibility](#). Webpage

Identifier et comprendre les besoins des utilisateurs

Avant de parler de besoins spécifiques, vous devez connaître quelques définitions importantes :

- Qu'est-ce que le handicap ?
- Qu'est-ce que l'accessibilité numérique ?

Qu'est-ce que le handicap ?

Il s'agit de l'interaction entre un handicap personnel et les obstacles qui empêchent la personne de participer pleinement à la société.

Par exemple :

Une personne en fauteuil roulant devant un escalier ne peut pas le franchir.

Cette définition suit le modèle social du handicap, qui dit qu'un handicap provient de l'environnement inaccessible, et non de la déficience de la personne.

Cela signifie également que le concept de handicap est une construction sociale créée par des barrières sociales qui peuvent être éliminées en assurant l'accessibilité.

Cela s'applique tant au monde physique qu'au monde numérique.

Vous trouverez la définition du handicap des Nations unies dans la [Convention relative aux droits des personnes handicapées](#).

Qu'est-ce que l'accessibilité numérique ?

Comme nous l'avons dit dans l'introduction :

"L'accessibilité du Web signifie que les sites Web, les outils et les technologies sont conçus et développés de manière à ce que les personnes handicapées puissent les utiliser."

Cette définition provient du [World Wide Web Consortium \(W3C\)](#).

L'objectif de l'accessibilité numérique est de permettre l'accès au contenu en ligne aux utilisateurs handicapés, mais elle profite à tous les utilisateurs.

La définition dit : "*conçu et développé*".

Il est important de tenir compte de l'accessibilité dès les premières étapes et pendant tout le processus de création.

Cela permet d'économiser du temps et des ressources et garantit de toucher le plus grand nombre d'utilisateurs possible.

Les besoins des différents utilisateurs et la manière de les satisfaire

L'accessibilité numérique permet de s'assurer que les personnes souffrant d'un handicap quelconque puissent faire ce qui suit concernant le contenu en ligne :

- Percevoir
- Comprendre
- Naviguer
- Interagir
- Contribuer

Chaque utilisateur a des besoins uniques et peut utiliser des technologies d'assistance, des outils qui l'aident à compenser son handicap.

Les lunettes et les fauteuils roulants sont des exemples de technologies d'assistance.

Les lecteurs d'écran, des logiciels qui lisent à haute voix des textes numériques, sont également des technologies d'assistance.

Les créateurs de contenu doivent produire un contenu compatible avec les technologies d'assistance, afin de fournir un environnement favorable à la navigation des utilisateurs.

Cette vidéo, produite par le W3C, présente les différents besoins en matière d'accessibilité : "[Perspectives de l'accessibilité du Web](#)".

Il montre que l'accessibilité profite également aux personnes non handicapées.

Elle peut être utile à tous vos clients.

Nous détaillerons ces besoins tout en précisant les utilisateurs cibles, les aménagements possibles et les technologies d'assistance dont ils peuvent avoir besoin.

Percevoir

Groupes cibles :

Les gens utilisent principalement la vue et l'ouïe pour percevoir les contenus numériques.

Vous devez donc rendre les contenus perceptibles pour deux groupes cibles principaux.



Les personnes souffrant d'un handicap visuel sont notamment :

- Les différents types de déficience visuelle
- Le daltonisme
- Affections liées à la sensibilité aux couleurs et aux lumières



Les personnes souffrant d'un handicap auditif, incluent :

- Surdité
- Perte auditive partielle

Technologies d'assistance et accommodations :

Pour le contenu visuel en ligne, les utilisateurs disposent de technologies d'assistance telles que :



- Lecteur d'écran : outil qui permet de vocaliser le contenu textuel d'un document ou d'une page.
- Affichage braille rafra chissable : outil qui fournit une alternative écrite, en braille, au contenu d'un document ou d'une page.
- Logiciel de zoom : outil qui permet aux utilisateurs d'agrandir le contenu de leur écran.

- Logiciel de contraste inversé : outil qui permet aux utilisateurs de contrôler le niveau de contraste de leurs écrans et de l'inverser si nécessaire.

Pour le contenu auditif en ligne, les utilisateurs ont besoin des éléments suivants :



- Interprétation en langue des signes.
- Sous-titrage pour sourds et malentendants.
- Transcriptions écrites.

Les sous-titres codés permettent également aux gens de regarder vos vidéos, par exemple des vidéos de promotion, dans un environnement bruyant ou dans des lieux où ils doivent être silencieux.

Comprendre

Groupes cibles :

- Les troubles de l'apprentissage et les troubles cognitifs tels que la dyslexie, l'autisme et le TDAH ([page Wikipédia sur le trouble déficitaire de l'attention avec hyperactivité](#)).
- Les déficiences intellectuelles sont définies, entre autres critères, par le niveau de QI de la personne (inférieur à 70).

Technologies d'assistance et accommodations :

Aa

Les polices sans serif offrent généralement une expérience de lecture plus confortable aux lecteurs dyslexiques. Nous recommandons l'utilisation de ces polices :

- Luciole - [téléchargez cette police sur www,luciole-vision.com](http://www.luciole-vision.com)
- Calibri - [téléchargez cette police sur learn.microsoft.com](http://learn.microsoft.com)
- Comfortaa - [téléchargez cette police depuis fonts.google.com](http://fonts.google.com)



- Lato - [téléchargez cette police sur fonts.google.com](https://fonts.google.com/specimen/Lato)
- Roboto - [téléchargez cette police sur fonts.google.com](https://fonts.google.com/specimen/Roboto)

L'utilisation d'un langage plus simple peut aider les personnes présentant une déficience intellectuelle à accéder au contenu numérique.

- Le langage clair est un langage plus simple, sans règle spécifique.
- Le facile à lire et à comprendre possède des règles spécifiques qui sont détaillées dans un [document séparé](#) produit par le projet Inclusion Europe.

il possède également un logo spécifique.



Figure 2: Logo facile à lire et à comprendre (FALC), Inclusion Europe.
Logo européen facile à lire et à comprendre : Inclusion Europe. Plus d'informations sur www.inclusion-europe.eu/easy-to-read"

Parmi ces règles :

- Utiliser des images pour illustrer le texte.
- Écrire des phrases courtes et claires.
- Une personne présentant une déficience intellectuelle doit vérifier et valider le contenu.

Un langage plus simple peut également vous permettre d'atteindre d'éventuels clients étrangers qui ont des difficultés à comprendre la langue.

Naviguer, interagir et contribuer

Les groupes cibles incluent :

- Les personnes souffrant de handicaps physiques, en particulier ceux qui affectent les capacités motrices du haut du corps.
- Les personnes qui ont des tremblements
- Affections neurologiques, telles que l'épilepsie photosensible

Technologies d'assistance et accommodations :

Certains utilisateurs sont incapables d'utiliser une souris, le clavier est la seule alternative dont ils disposent pour naviguer dans un document ou une page.

Toute page ou document doit être compatible avec la navigation au clavier, pour cela...

- Un document doit avoir une structure appropriée.
- Le code d'un site web doit respecter les règles d'accessibilité numérique.

Certains utilisateurs utilisent leur voix pour naviguer dans les documents et les pages, car ils ne peuvent utiliser ni souris ni clavier.

Édition et création de contenu vert accessible sous différents formats :

Vous connaissez maintenant les principaux besoins des utilisateurs handicapés.

Dans cette section, vous trouverez les règles de base du contenu numériquement accessible.

Images



Les images sont souvent utilisées dans le contenu en ligne, pour illustrer un texte écrit ou pour communiquer des informations importantes.

Comme indiqué ci-dessus, il existe 2 types d'images. Le premier type est celui des images décoratives. Elles sont utilisées pour ajouter un élément visuel au document mais ne contiennent aucune information.

Ces images doivent être marquées comme étant décoratives, afin que le lecteur d'écran puisse les ignorer tout en exprimant le contenu.

Par exemple, l'image ci-dessous est purement décorative, dans le contexte de cet article.



Figure 3: Capture d'écran d'un article en ligne avec une image décorative, UNHCR (Haut-Commissariat des Nations Unis pour les réfugiés)

Le deuxième type est constitué d'images contenant des informations.

Ces images doivent être accompagnées d'un texte alternatif, qu'un lecteur d'écran peut lire comme faisant partie du document.

Par exemple, l'image ci-dessous contient du texte.



Figure 4: Image avec texte

Pour distinguer ces 2 types d'images, vous devez vous poser une question :

Le lecteur peut-il accéder à toutes les informations, même si l'image est effacée ?

- Si la réponse est oui, l'image est décorative, elle doit être ignorée.
- Si la réponse est non, vous devez ajouter un texte alternatif à l'image.

Rédiger des textes pertinents en remplacement des images

- Soyez bref et précis
 - Si l'image est complexe et nécessite une explication détaillée et approfondie, vous pouvez l'ajouter en tant que partie du texte, ou dans un document/page séparé.
- Gardez à l'esprit le contexte de l'article
- Évitez de commencer par "image/photo de", car le lecteur d'écran indique déjà qu'il y a une image.
- Si l'image contient du texte, incluez-le dans l'alternative.
- Les images avec légende DOIVENT avoir une alternative.

- Il n'y a pas une seule bonne réponse lorsqu'il s'agit de texte alternatif. L'objectif final est de permettre l'accès à l'information.

Les textes Alt aident également les moteurs de recherche à répertorier vos contenus, ce qui favorise la promotion de votre contenu.

Exemple de texte alternatif

Voici un exemple tiré de Microsoft Office Word. Dans ce document, il y a un logo qui est une image avec du texte dessus.

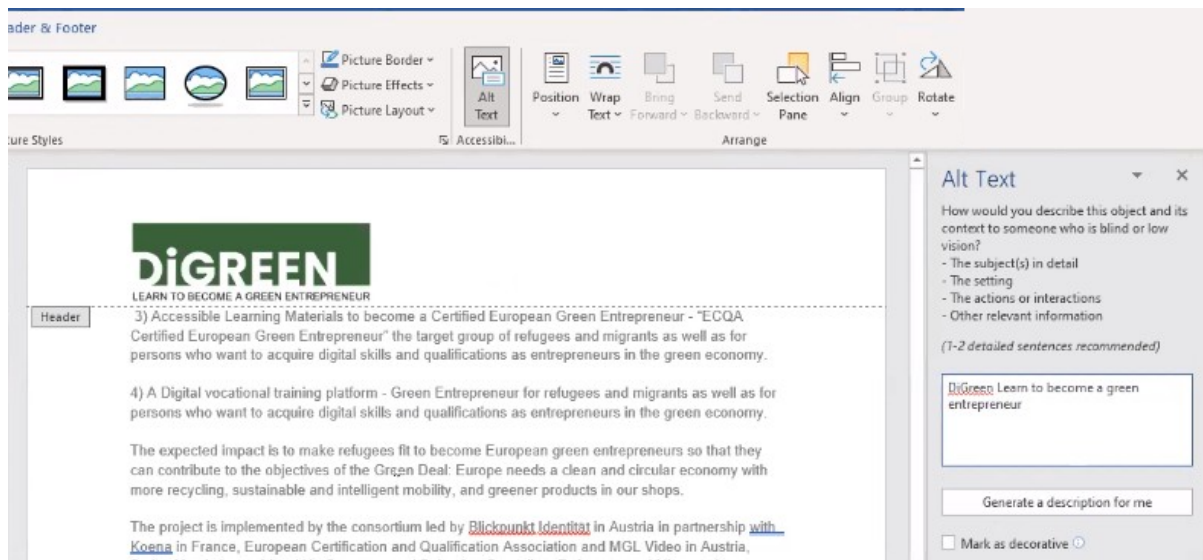


Figure 5: Capture d'écran d'une interface Word avec un réglage de texte alt pour une image

L'image n'est pas décorative dans le contexte de cet article, une alternative textuelle est donc nécessaire.

- Lorsque l'image est sélectionnée, passez en revue les paramètres de l'image pour écrire le texte alternatif.
- Si l'image est décorative, cochez la case "Marquer l'image comme décorative".

Le texte alternatif pour cette photo peut être :
"DiGreen : apprenez à devenir un entrepreneur vert".

EXERCICE 1



M 14_F 1 : Création d'un texte alternatif

Ouvrez un logiciel d'écriture ou prenez une feuille de papier. En haut, écrivez le numéro du module et le numéro de cet exercice.

Que faire de ce groupe d'images ?



Figure 6: Groupe d'images utilisées pour l'exercice

Voici cinq images d'étoiles. Pour trouver l'alternative pour chacune d'entre elles, la signification globale peut être déterminée puis utilisée.

Nous avons fait une proposition de correction à la fin du document.

Lorsque vous avez terminé l'exercice, nommez votre document numérique d'après le numéro de cet exercice et sauvegardez-le dans le dossier du Module 14 !

Si vous avez fait l'exercice sur papier, prenez des photos lisibles et conservez-les.



Structure

Les documents bien structurés facilitent la lecture et la navigation à l'aide d'un lecteur d'écran. C'est également bénéfique pour les créateurs de contenu, car les documents et les pages bien structurés attirent les lecteurs et les utilisateurs.

D'un point de vue visuel :

- Augmente le confort de lecture des utilisateurs.
- Permet aux personnes souffrant de troubles neurologiques, cognitifs ou intellectuels de rester concentrées sur l'information.

Du point de vue de la navigation :

- Les utilisateurs qui naviguent à l'aide d'un lecteur d'écran disposeront d'informations vocales qui les aident à comprendre où ils se trouvent sur la page ou le document.
- Les utilisateurs de lecteurs d'écran pourront également accéder facilement aux informations qu'ils recherchent au lieu de parcourir l'intégralité du document ou de la page.

Le contenu numérique peut être structuré à l'aide de deux éléments principaux, les titres et la structure.

Rubriques

L'utilisation des rubriques consiste à placer les titres dans un ordre hiérarchique et logique.

Cela vous permet également de disposer d'une table des matières, que les utilisateurs peuvent utiliser pour trouver le sujet spécifique qui les intéresse.

Un lecteur d'écran vocalisera le niveau de la rubrique, ce qui aidera les utilisateurs à se situer dans l'ensemble du document ou de la page.

Par exemple, Wikipédia a des pages structurées, comme le montre l'image ci-dessous :

- "Fonction" est un titre, il est défini comme une rubrique de niveau 1.
- "Mandat de réfugié en Palestine" est un titre, il est défini comme une rubrique de niveau 2.



Figure 7: Capture d'écran du Haut-Commissariat des Nations Unies pour les Réfugiés sur Wikipédia

HeadingsMap est une extension de navigateur, disponible pour Chrome Firefox et Edge . Il s'agit d'un outil utile qui peut être utilisé pour vérifier la structure d'une page web.

En l'installant, il est possible d'accéder à la structure de la page web telle qu'elle a été définie dans son code.

Par exemple, pour la page Wikipédia ci-dessus, voici la structure de ses titres obtenue avec HeadingsMap.

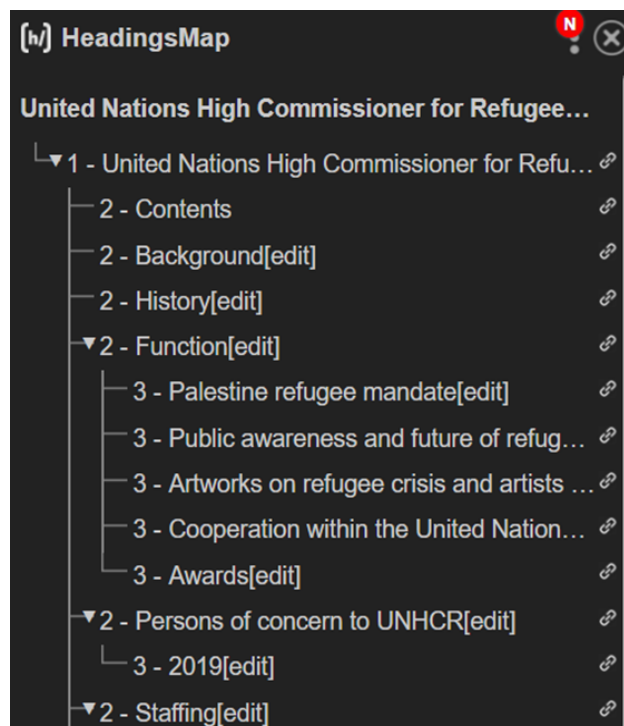


Figure 8: Capture d'écran de l'interface HeadingsMap montrant la structure des rubriques

Il est nécessaire de respecter la hiérarchie correcte des titres. Il est également important de ne pas sauter de titres ou de niveaux.

EXERCICE 2



M 14_F 2 : Vérification de la structure des titres

Ouvrez un logiciel d'écriture ou prenez une feuille de papier. En haut, écrivez le numéro du module et le numéro de cet exercice.

Installez l'extension HeadingsMap sur votre navigateur web.

Une nouvelle icône devrait apparaître sur votre navigateur.

L'image ci-dessous est un exemple avec Chrome.



Figure 9: Capture d'écran d'une interface Chrome avec l'icône HeadingsMap.

Choisissez une page Web, activez HeadingsMap et vérifiez les titres de la page Web.

Que pensez-vous de la structure des titres de page ?

Veillez commenter par écrit !

Lorsque vous avez terminé l'exercice, nommez votre document numérique d'après le numéro de cet exercice et sauvegardez-le dans le dossier du Module 14 !

Si vous avez fait l'exercice sur papier, prenez des photos lisibles et conservez-les.

Listes



Les grands volumes de texte peuvent être confus ou accablants pour les lecteurs.

L'utilisation de listes peut aider le lecteur à distinguer les différents éléments.

Un lecteur d'écran signalera la présence d'une liste si elle est créée à l'aide des outils appropriés, et si elle n'utilise pas de trait d'union ou de tiret.

Voici un exemple de liste incorrecte :

- Blickpunkt Identität
- Koena
- ECQA

Voici un exemple de liste correcte :

- Blickpunkt Identität
- Koena
- ECQA

Contrastes



Le contenu doit présenter un bon contraste pour être accessible.

Certaines personnes peu sensibles aux contrastes pourraient manquer des informations importantes si elles ne sont pas visibles pour elles.

La couleur du texte doit être suffisamment contrastée par rapport à la couleur de fond.

Un outil en ligne utile pour vérifier le contraste entre 2 couleurs est "Contrast Checker". Le rapport minimal entre deux couleurs est fixé à 4,5, si le ratio est inférieur, alors le contenu est inaccessible.

Par exemple, un texte en gris clair n'est pas suffisamment contrasté par rapport à son fond blanc, ce qui rend la légende inaccessible.

C'est un exemple de texte inaccessible.



EXERCICE 3



M 14_F 3 : Utilisation du Contrast Checker

Ouvrez un logiciel d'écriture ou prenez une feuille de papier. En haut, écrivez le numéro du module et le numéro de cet exercice.

Allez sur la page web du Contrast Checker.

Essayez différentes combinaisons de couleurs pour voir si elles sont suffisamment contrastées.

Vous pouvez utiliser le sélecteur de couleurs de la page pour comparer les couleurs des contenus existants.

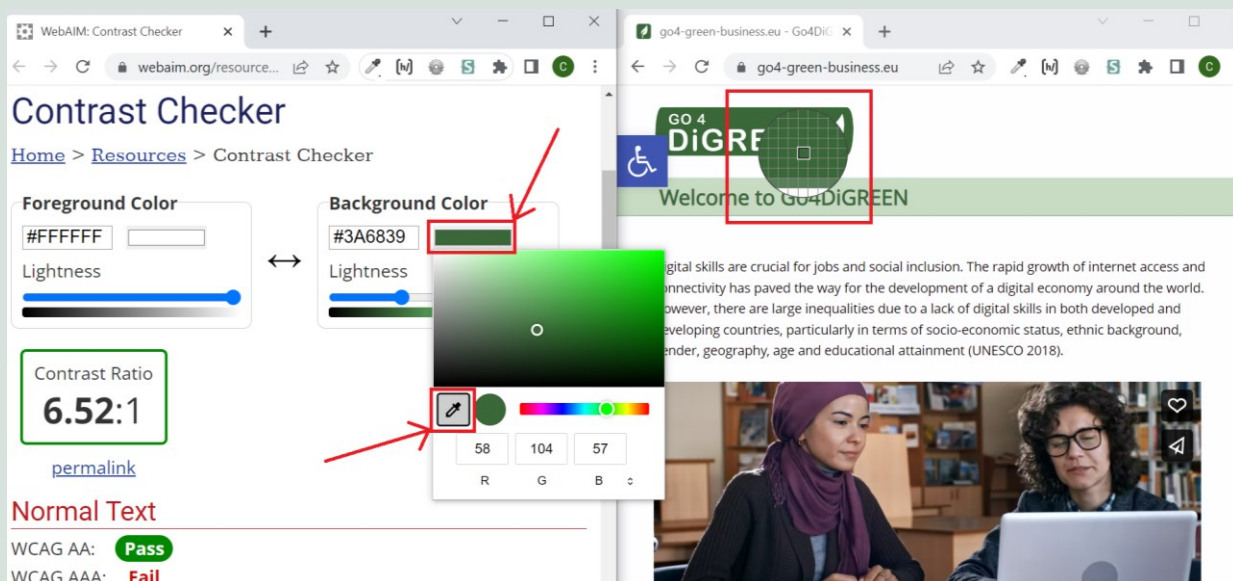


Figure 10: Interface de Contrast Checker avec la fonction de sélection des couleurs.

Pour utiliser le sélecteur de couleurs, cliquez sur le rectangle de couleur sous "Couleur d'avant-plan" ou "Couleur d'arrière-plan", cliquez sur l'icône du sélecteur et cliquez sur le pixel dont vous voulez tester la couleur.

Vous devrez peut-être redimensionner la fenêtre de votre navigateur pour pouvoir choisir une couleur sur une autre fenêtre, comme cela a été fait sur l'image ci-dessus.

Les couleurs que vous avez testées étaient-elles suffisamment contrastées ?

Notez vos expériences avec la page Web du Contrast Checker

Lorsque vous avez terminé l'exercice, nommez votre document numérique d'après le numéro de cet exercice et sauvegardez-le dans le dossier du Module 14 ! Si vous avez fait l'exercice sur papier, prenez des photos lisibles et conservez-les.

Liens



Un lien permet de naviguer entre différentes pages web ou même dans une même page web.

Il est accessible lorsque :

- Il a une destination explicite,
- Il ne s'agit pas d'une longue URL

Les utilisateurs de lecteurs d'écran peuvent accéder à une liste de liens sur une page, c'est pourquoi les liens doivent être explicites en dehors du contexte de la phrase.

Si vous mettez une URL, le lecteur d'écran lira chaque lettre et chaque symbole, ce qui rend le contenu incompréhensible.

Voici un exemple de lien accessible :

Page Wikipédia du Haut-Commissariat des Nations Unies pour les Réfugiés

Voici un exemple de lien inaccessible :

Page Wikipédia du Haut-Commissariat des Nations unies pour les réfugiés :
fr.wikipedia.org/wiki/United_Nations_High_Commissioner_for_Refugees

Voici quelques instructions supplémentaires :

- Si une image est cliquable (c'est-à-dire qu'elle contient un lien), ne la marquez jamais comme décorative, car le lien sera ignoré par le lecteur d'écran.
- Si le lien mène à un document téléchargeable, indiquez le titre, le format et la taille du document. Si la langue du document n'est pas la même que celle du site web, indiquez-le.



Par exemple :

[Téléchargez la version PDF des règles faciles à lire en anglais.](#)

Choisir des technologies numériques pour interagir avec les gens et pour partager des contenus numériques :

Interagir et communiquer avec les utilisateurs est un aspect important de la présence en ligne de toute structure.

Les utilisateurs pourront accéder à votre contenu en ligne par différents moyens.

Nous aurons un aperçu de leurs options et paramètres d'accessibilité.



Figure 11: Homme âgé lors d'un appel vidéo

La présence et la communication en ligne sont généralement établies par le biais :

- Sites web
- Services d'hébergement
- Emails

Sites web

Vous pouvez utiliser deux types d'outils pour créer des sites web :

1. Système de gestion de contenu (en anglais content management system CMS)
2. HTML, CSS et JavaScript

Avec un CMS tel que WordPress, vous devez prendre en compte les éléments d'accessibilité numérique suivants, afin que le site web soit accessible :

- contrastes de couleurs
- structure de la page
- utilisation des titres
- texte alternatif pour les images
- liens accessibles

Voici des exemples tirés de WordPress pour le texte alternatif et la structuration d'une page avec des titres.

Premier texte alternatif

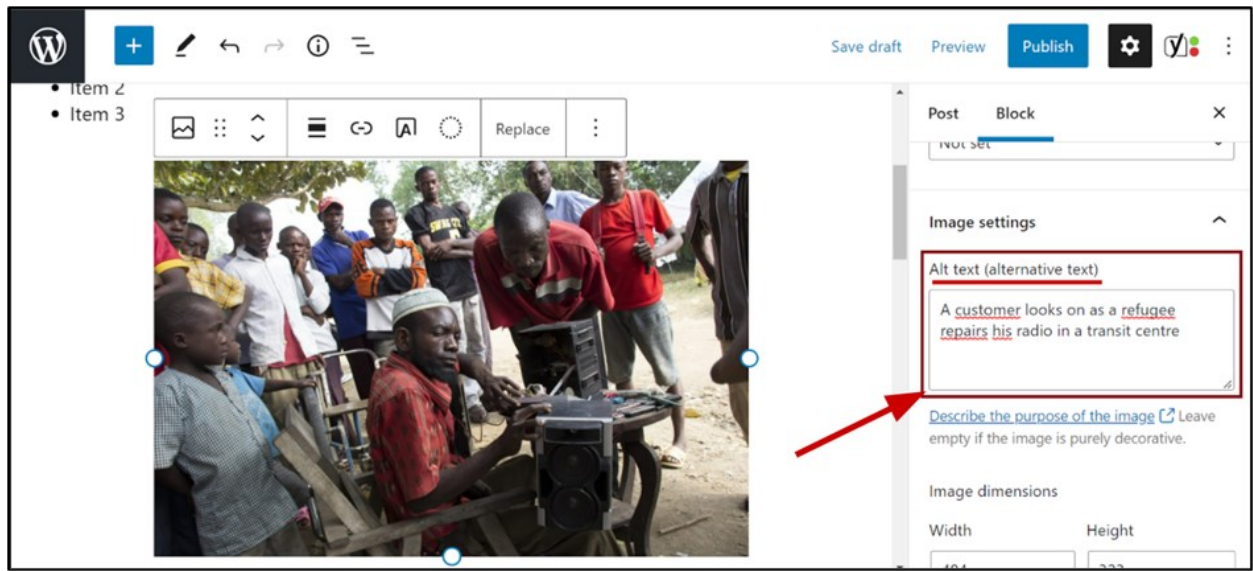


Figure 12: Interface de WordPress avec un réglage de texte alt pour une image du UNHCR (Haut-Commissariat des Nations Unis pour les réfugiés)

L'image dans le contexte de cet article n'est pas décorative, une alternative textuelle est donc nécessaire.

Lorsque l'image est sélectionnée, passez en revue les paramètres de l'image pour écrire le texte alternatif.

Si l'image est décorative, vous pouvez laisser le champ de texte vide.

Le texte alternatif pour cette photo peut être : "Un client regarde un réfugié réparer sa radio dans un centre de transit".

Maintenant, la structure de la page

Dans WordPress, il est possible de structurer une page en utilisant des titres et en leur attribuant un niveau d'en-tête.

Vous pouvez ajouter jusqu'à 6 niveaux de rubrique.

Comme indiqué ci-dessous, le titre "Section 1" est un titre de niveau 1 (H1), suivi du titre "Partie A" qui est un titre de niveau 2 (H2).

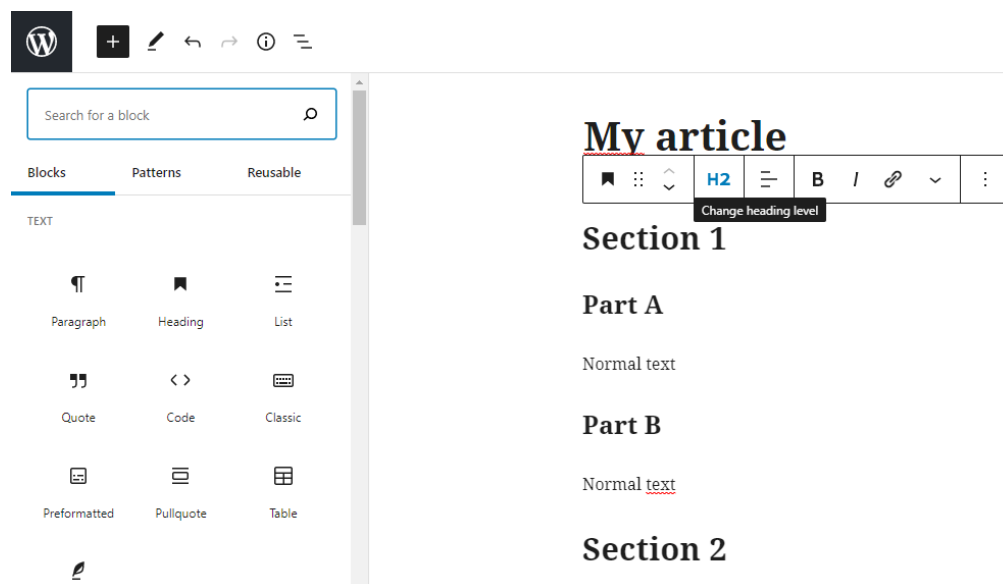


Figure 13: Interface de WordPress avec les paramètres des titres pour un texte

Plateformes en ligne

Médias sociaux

Comme expliqué précédemment, les alternatives textuelles aux images contenant des informations sont une nécessité. Cela aide également les moteurs de recherche à répertorier vos contenus, ce qui favorise la promotion de votre contenu.

Diverses plateformes de médias sociaux permettent aux créateurs de contenu d'ajouter du texte alternatif aux images et aux GIF. Ces plateformes comprennent Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram.

Voici un exemple tiré de Facebook :

- Après avoir téléchargé une image qui nécessite un texte alternatif, cliquez sur le bouton "modifier".
- Il sera possible d'ajouter un texte alternatif décrivant l'image.
 - Dans ce cas, le texte alternatif peut être "Logo Koena".

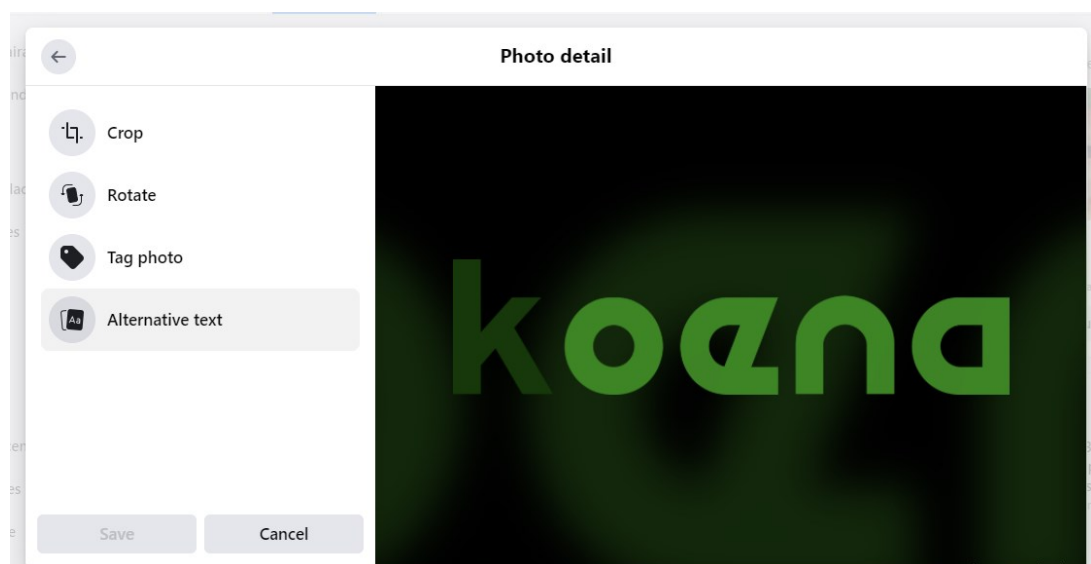


Figure 14: Capture d'écran d'une interface Facebook avec un paramètre de texte alt pour une image

Voici un exemple tiré de Twitter :

- Après avoir publié une image ou un GIF, vous pouvez ajouter un texte alternatif en cliquant sur "Ajouter une description".
- Comme indiqué ci-dessous, la description doit comporter 1000 caractères ou moins.
 - Dans ce cas, le texte alternatif pour le GIF peut être "Oui".

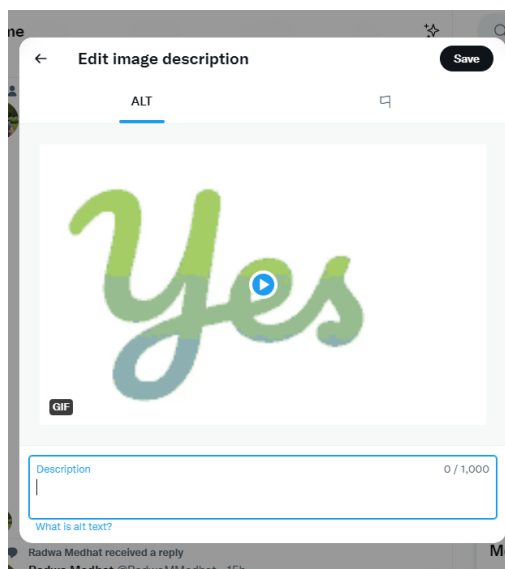


Figure 15: Capture d'écran d'une interface Twitter avec un paramètre de texte alt pour une image

Qu'en est-il des hashtags ?

Les hashtags peuvent être accessibles aux utilisateurs de lecteurs d'écran si chaque mot commence par une majuscule. De cette façon, le lecteur d'écran sera en mesure de différencier plusieurs mots. C'est ce qu'on appelle un hashtag camelback.

Voici un exemple de hashtag accessible : #ScreenReaderDemo

Voici un exemple de hashtag inaccessible : #screenreaderdemo

Et les Emojis ?

Il existe une distinction importante entre les emojis et les émoticônes, à savoir que les premiers peuvent être accessibles, alors que les seconds ne le peuvent pas.

Ceci est un emoji accessible 😊 .

Cet emoji au visage souriant contient déjà un texte alternatif qui peut être lu par un lecteur d'écran.

Ceci est un émoticône inaccessible :-)

Cette émoticône de visage souriant peut être lue par certains lecteurs d'écran comme étant composée de 3 caractères, un deux-points, un trait d'union et une parenthèse, ce qui ne transmet pas le sens correct.

Il est préférable d'utiliser des emojis pour éviter de dérouter les utilisateurs.

Voici quelques bonnes pratiques pour l'utilisation des emojis :

- Placez vos emojis à la fin du message, afin de ne pas perturber les utilisateurs de lecteurs d'écran.
- Évitez d'utiliser trop d'emojis, 3 est un nombre suffisant.
- Ne remplacez pas les mots par des emojis.
 - Par exemple, n'écrivez pas "I ❤️ 🍌" avec des emojis, mais écrivez plutôt "J'aime les falafels" avec des lettres à la place.

Le cas de l'art ASCII

L'art ASCII sont des images faites de caractères.

Tout comme les émoticônes, chaque caractère sera lu individuellement par un lecteur d'écran, ce qui donnera un contenu incompréhensible.



Si un art ASCII est essentiel, publiez-le sous forme de capture d'écran ou d'image, et ajoutez-y une alternative textuelle.

Par exemple, voici une image d'art ASCII :

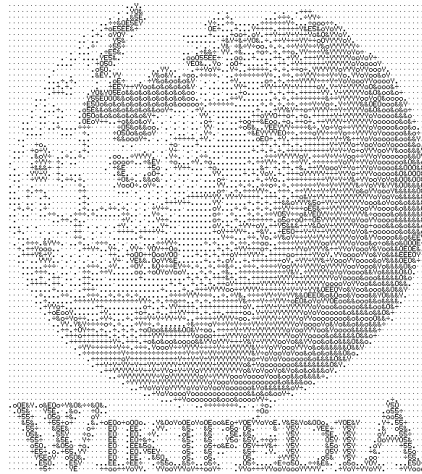


Figure 16: ASCII art logo Wikipédia, Wikipédia

Services d'hébergement vidéo

Lorsque vous publiez des vidéos sur des services d'hébergement tels que YouTube et Vimeo, le contenu doit être accessible à la fois visuellement et auditivement.

Pour cela, vous devez utiliser des sous-titres pour sourds et malentendants et d'audiodescription.



Les sous-titres pour sourds et malentendants fournissent des informations écrites à toute personne qui ne peut pas avoir accès à l'audio, que ce soit en raison d'un handicap ou simplement de l'environnement dans lequel se trouve la personne. Atteindre les personnes qui regardent vos vidéos promotionnelles dans un endroit bruyant aidera certainement votre entreprise !

Les sous-titres pour sourds et malentendants offrent une alternative écrite aux signaux vocaux et musicaux d'une vidéo.

Vous pouvez également fournir une transcription écrite de la vidéo, ce qui permet aux utilisateurs d'accéder à l'intégralité du contenu de la vidéo.

Audio description est une "narration ajoutée à la bande sonore pour décrire des détails visuels importants qui ne peuvent être compris à partir de la bande sonore principale seule" (définition du [site web WCAG](#)).

Elle permet aux utilisateurs déficients visuels de comprendre le contenu de la vidéo.

Emails

Pour envoyer des emails accessibles, par exemple les lettres d'information que vous envoyez à vos clients, il y a quelques règles à suivre. Elles sont fondamentalement les mêmes que celles que nous avons présentées pour les autres contenus.

1. Choisissez des couleurs bien contrastées
2. Rendez vos liens accessibles
3. Évitez les grands volumes de texte en utilisant des listes
4. Utilisez des titres lorsque vous rédigez un long email



Félicitations !

Vous avez terminé le module 14. Vous êtes maintenant en mesure de répondre à un quiz sur la plateforme pour tester vos connaissances et demander un certificat auprès de l'ECQA.

Liste de référence

Commission européenne (2019) Acte européen sur l'accessibilité [en ligne]
Disponible à l'adresse : <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1202>.

Haut-Commissariat des Nations unies aux droits de l'homme (2006)
Convention relative aux droits des personnes handicapées [en ligne]
Disponible à l'adresse : <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-persons-disabilities>.

<https://www.unhcr.org/innovation/10-refugees-who-will-change-your-perception-of-entrepreneurship/>

https://en.wikipedia.org/wiki/United_Nations_High_Commissioner_for_Refugees

Initiative pour l'accessibilité du Web du World Wide Web Consortium (2005)
Introduction à l'accessibilité du Web [en ligne] Disponible sur :
<https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/#what>

Ressources supplémentaires

"Perspectives de l'accessibilité du Web", chaîne YouTube de l'initiative d'accessibilité du Web W3C3

Page Wikipédia sur le trouble déficitaire de l'attention avec hyperactivité

Inclusion Europe, liste de contrôle facile à lire (pdf,225 Ko)

Liste des figures

Figure 1: Homme d'affaires en fauteuil roulant travaillant au bureau, image Microsoft2

Figure 2: Logo facile à lire et à comprendre (FALC), Inclusion Europe. Logo européen facile à lire et à comprendre : Inclusion Europe. Plus d'informations sur www.inclusion-europe.eu/easy-to-read"

9

Figure 3: Capture d'écran d'un article en ligne avec une image décorative, UNHCR (Haut-Commissariat des Nations Unis pour les réfugiés)

11



Figure 4: Image avec texte	12
Figure 5: Capture d'écran d'une interface Word avec un réglage de texte alt pour une image	13
Figure 6: Groupe d'images utilisées pour l'exercice	14
Figure 7: Capture d'écran du Haut-Commissariat des Nations Unies pour les Réfugiés sur Wikipédia	16
Figure 8: Capture d'écran de l'interface HeadingsMap montrant la structure des rubriques	17
Figure 9: Capture d'écran d'une interface Chrome avec l'icône HeadingsMap.	18
Figure 10: Interface de Contrast Checker avec la fonction de sélection des couleurs.	21
Figure 11: Homme âgé lors d'un appel vidéo	24
Figure 12: Interface de WordPress avec un réglage de texte alt pour une image du UNHCR (Haut-Commissariat des Nations Unis pour les réfugiés)	26
Figure 13: Interface de WordPress avec les paramètres des titres pour un texte	27
Figure 14: Capture d'écran d'une interface Facebook avec un paramètre de texte alt pour une image	28
Figure 15: Capture d'écran d'une interface Twitter avec un paramètre de texte alt pour une image	29
Figure 16: ASCII art logo Wikipédia, Wikipédia	31



Annexe

Exercice 1 - Solution

La signification du groupe d'images est un classement, quelque chose comme "4 sur 5".

Ce sens doit être accessible aux personnes qui utilisent des lecteurs d'écran.

Une solution possible serait

- De mettre "4 sur 5" comme alternative pour la première étoile
- De marquer les autres étoiles comme décoratives afin qu'elles soient ignorées par les lecteurs d'écran.

