Guide Pratique

Design for Accessibility

Recommandations et bonnes pratiques pour rendre
vos services mobiles accessibles au plus grand nombre

USERADGENTS

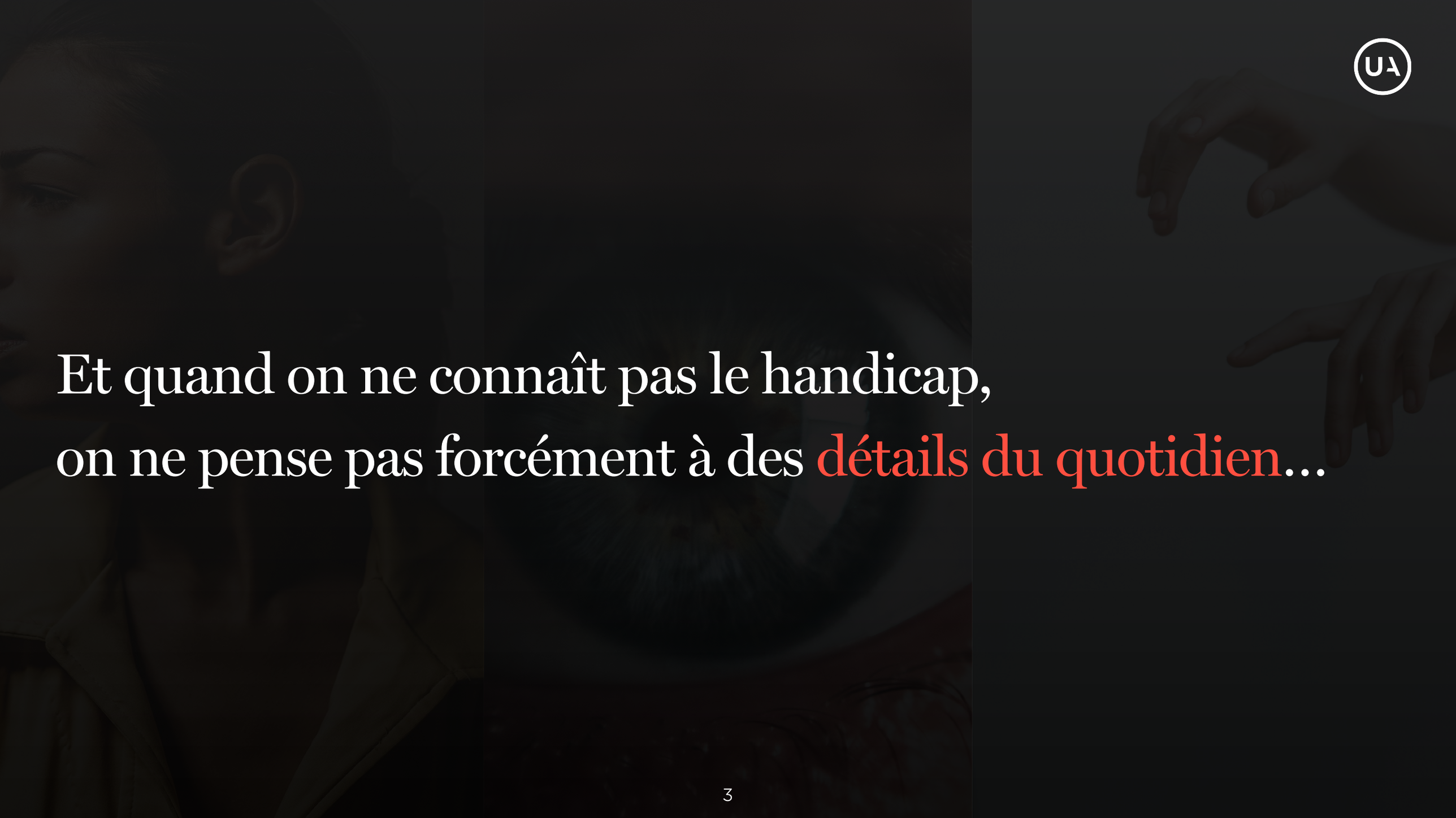


Une personne sur cinq est en situation de handicap en France.

Dans le monde, on estime que les personnes en situation de handicap représentent près de 15% de la population[1].
Le vieillissement de la population est à l'origine de l'augmentation de ce chiffre.

En France, le handicap, quelque soit sa forme, touche **plus de 12 millions de personnes**, ce qui représente **près de 20% de la population**.

(1) Rapport Mondial sur le handicap - OMS 2014



Et quand on ne connaît pas le handicap,
on ne pense pas forcément à des détails du quotidien…

En France,
5,4 millions de personnes
sont touchées par un déficit auditif

C’est environ 8% de la population française qui ne peut pas utiliser une musique ou une mélodie pour se réveiller le matin, mais qui doit plutôt utiliser un réveil par vibrations ou par la lumière. Ces mêmes personnes ne peuvent pas non plus faire des actes anodins pour beaucoup comme téléphoner à un proche, écouter un message vocal, appeler un service client, suivre les informations sur les raisons d’un retard dans un train ou un métro...

En France,
1,7 million de personnes
sont touchées par un déficit visuel

Ce chiffre regroupe les aveugles (aucune perception de la lumière), les malvoyants profonds (vision résiduelle limitée à la distinction de silhouettes) et les malvoyants moyens (incapacité visuelle sévère : en vision de loin, ils ne peuvent distinguer un visage à 4 mètres ; en vision de près, la lecture est impossible) et malvoyants légers.
En parallèle, on compte 2,75 millions de personnes atteintes de daltonisme dans toutes ses formes en France.



Durant la coupe du monde 2018, un daltonien (1 homme sur 12) ne pouvait pas distinguer la différence entre un tir au but marqué et un tir au but manqué.

En France,
3,5 millions de personnes
sont touchées par un déficit moteur

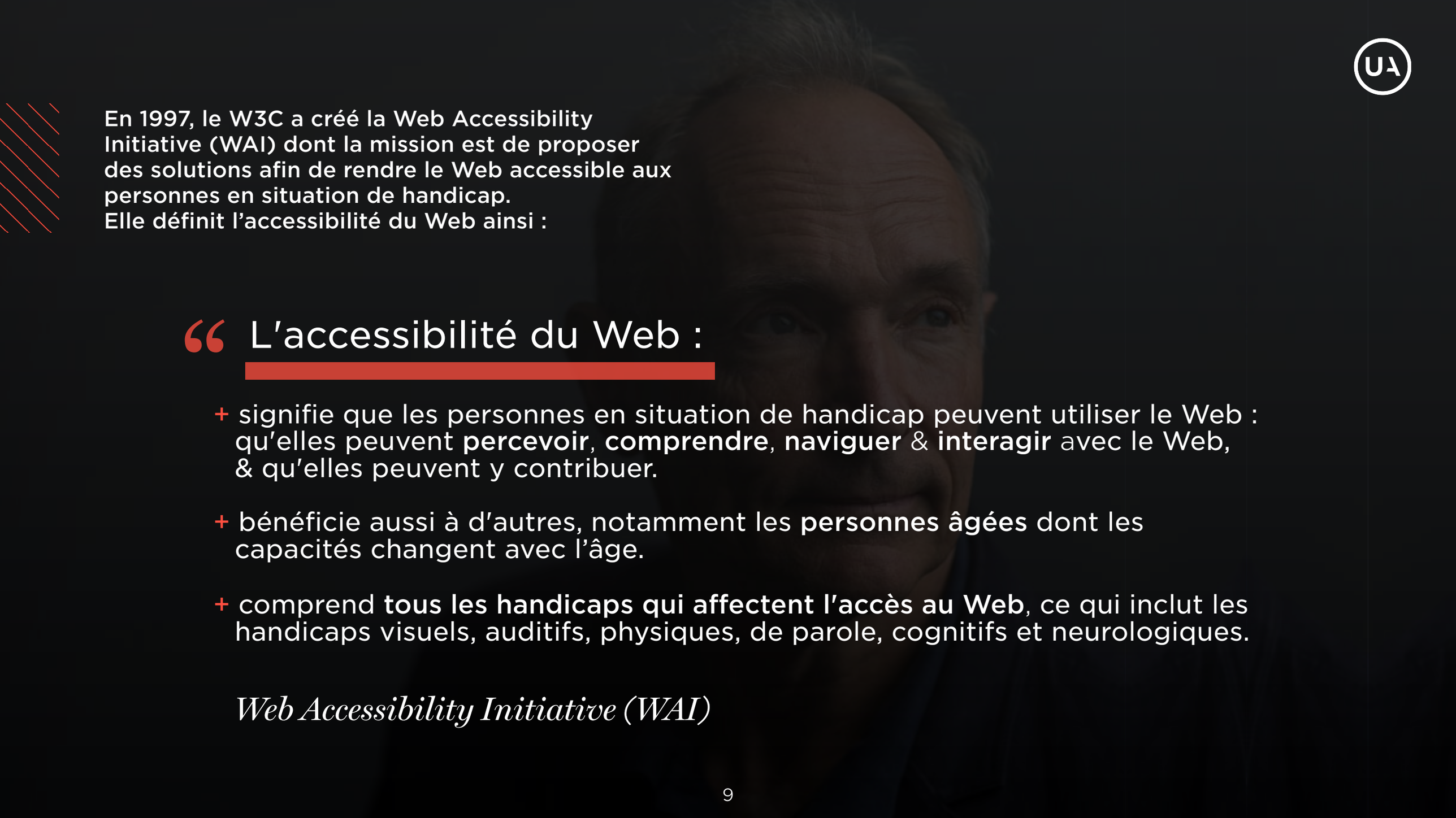
Les personnes à mobilité réduite sont toutes les personnes ayant des difficultés à effectuer des mouvements ou des déplacements dans un environnement inadapté. Pour la plupart, elles rencontrent des difficultés lorsqu'elles utilisent la souris d'un ordinateur et doivent naviguer avec des claviers adaptés.

En tant que *designer* de service,
avez-vous pensé que certains éléments
des sites ou applications ne sont pas accessibles
à cette partie de la population ?

L’accessibilité numérique est pourtant un principe fondamental du Web.

Tim Berners-Lee, inventeur du Web et aujourd’hui directeur du World Wide Web Consortium (W3C, l’autorité des standards du Web), avait établi l’accessibilité à tous comme un objectif premier du Web :

> “Le Web & ses services [sont] à la disposition de tous les individus, quel que soit leur matériel ou logiciel, leur infrastructure réseau, leur langue maternelle, leur culture, leur localisation géographique ou leurs aptitudes physiques ou mentales.



En 1997, le W3C a créé la Web Accessibility Initiative (WAI) dont la mission est de proposer des solutions afin de rendre le Web accessible aux personnes en situation de handicap.
Elle définit l'accessibilité du Web ainsi :

“ L'accessibilité du Web :

+ signifie que les personnes en situation de handicap peuvent utiliser le Web : qu'elles peuvent **percevoir**, **comprendre**, **naviguer** & **interagir** avec le Web, & qu'elles peuvent y contribuer.

+ bénéficie aussi à d'autres, notamment les **personnes âgées** dont les capacités changent avec l'âge.

+ comprend **tous les handicaps qui affectent l'accès au Web**, ce qui inclut les handicaps visuels, auditifs, physiques, de parole, cognitifs et neurologiques.

Web Accessibility Initiative (WAI)

En 2005 en France, une loi est érigée pour « l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées ». À ce titre, un **Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations (RGAA)** a été élaboré par l'État Français.

Le **RGAA définit les modalités techniques d'accessibilité numérique et offre une méthodologie** pour vérifier la conformité des ressources Web à ces critères. Il se base sur les recommandations établies par la WAI, reconnues comme un consensus technique et transposées en tant que norme ISO6 depuis 2012.

3 niveaux d'accessibilité :

Le niveau A

Il s'agit du niveau minimal d'accessibilité d'un contenu Web. Les critères d'accessibilité de ce niveau lèvent les barrières bloquant l'accès aux contenus pour les personnes en situation de handicap. Par exemple, les informations véhiculées par la couleur en temps normal doivent être compréhensibles sans couleur.

Le niveau AA

Les critères regroupés dans ce niveau d'accessibilité visent à lever des barrières significatives et ainsi améliorer le niveau d'accessibilité global du contenu. Par exemple, les textes doivent obtenir un ratio de contraste au moins égal à 4.5.

Le niveau AAA

Les critères de niveau AAA ont pour objectif d'atteindre un niveau supérieur d'accessibilité aux contenus pour les personnes en situation de handicap. Par exemple, il s'agit d'assurer un degré de contraste très élevé. Cependant, ces critères ne peuvent raisonnablement pas s'adapter à toutes les ressources Web et ne s'appliquent qu'à certains projets.

+ Je veux voir le détail des critères

Le socle de l’Accessibilité repose sur 4 principes

#1
PERCEPTIBILITÉ

#2
UTILISABILITÉ

#3
COMPRÉHENSIBILITÉ

#4
ROBUSTESSE

#1
Le site Web ou l’app doit être **PERCEPTIBLE**

Chaque information doit pouvoir être perçue par tout utilisateur, par au moins un de ses sens permettant la lecture d’un contenu Web (la vue, l’ouïe, le toucher).

Pour rendre un contenu parfaitement perceptible, il faudra le présenter de différentes manières (audio-description, transcription braille, langage simplifié etc.) sans perte d’information.

#2
Le site Web ou l’app doit être **UTILISABLE**

Toutes les fonctionnalités de la page Web ou de l’app doivent être accessibles facilement grâce à un système de navigation clair & des éléments d’orientation pour se situer dans l’interface.

#3
Le site Web ou l’app doit être **COMPRÉHENSIBLE**

Toutes les informations textuelles du site ou de l’app doivent être lisibles et intelligibles.

Aussi, les pages doivent apparaître de manière prévisible.

#4
Le site Web ou l’app doit être **ROBUSTE**

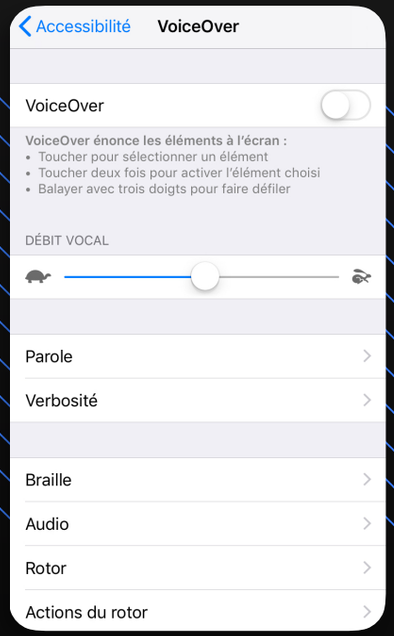
Le site Web ou l’application doit être compatible avec tous les navigateurs ou systèmes d’exploitation, et supporter les technologies d’assistance.

Alors…

À l’ère du « Mobile-First »,
comment rendre votre service accessible sur mobile au plus grand nombre ?

Nativement, les smartphones
disposent de fonctionnalités permettant
aux personnes en situation de handicap
d'utiliser plus facilement leur smartphone.

Sur iOS



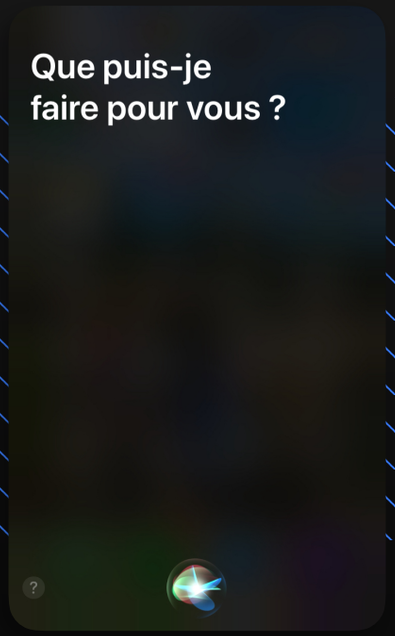
VoiceOver

Un **lecteur d'écran** destiné aux personnes aveugles ou malvoyantes. Il **lit par synthèse vocale ce qui est affiché sur l'écran** d'un ordinateur ou d'un appareil mobile et permet d'interagir avec ceux-ci.



Zoom

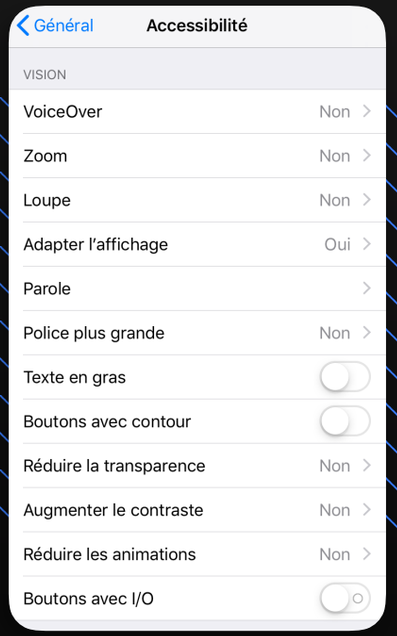
Cette fonction permet de faire apparaître **un cadre sur l'écran fonctionnant comme une loupe**.
La personne peut déplacer le cadre sur l'écran afin de lire tous les détails de celui-ci.



Siri

On ne présente plus l'**assistant vocal intelligent** d'Apple. Il peut aider les personnes malvoyantes à réaliser des actions sans utiliser l'interface de son smartphone.



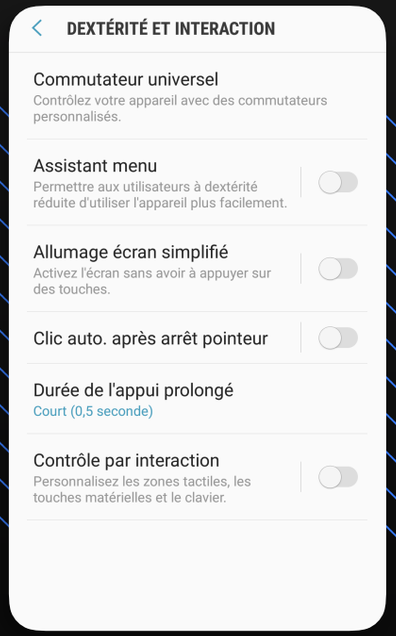


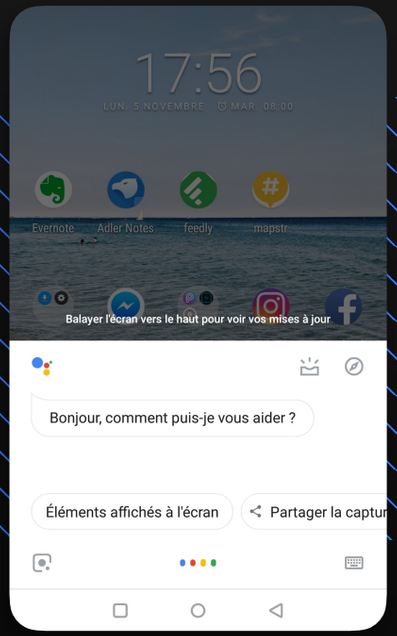
Et bien d'autres...

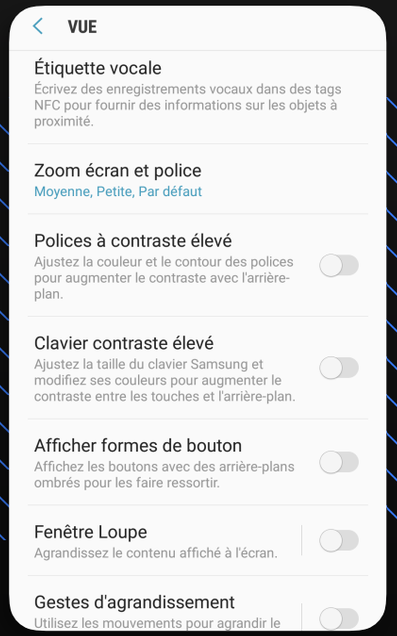
Il existe de nombreuses autres fonctionnalités permettant à l'utilisateur de personnaliser son iPhone en fonction de ses besoins et de son handicap : augmenter la **taille de police**, ajouter des **contours autour des boutons** et **réduire la transparence** en cas de déficit visuel, **réduire les animations** pour ne pas perturber les personnes épileptiques, régler la **compatibilité avec les appareils auditifs**...

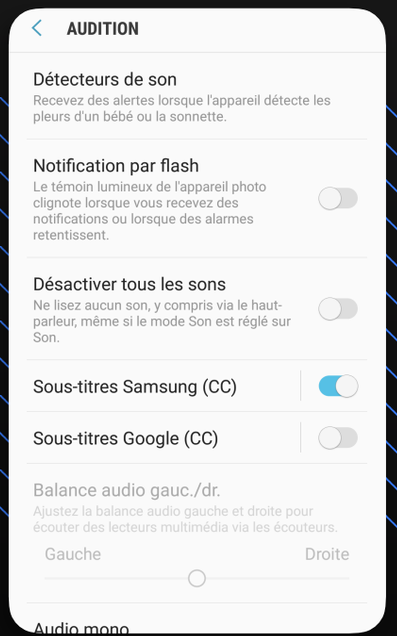
Sur Android











TalkBack

Le **lecteur d'écran** Google préinstallé sur les appareils Android. Comme VoiceOver chez Apple, TalkBack fournit des **commentaires audio** à l'utilisateur et l'avertit en cas d'alertes et de notifications.

Switch Access

La fonctionnalité Switch Access permet aux personnes souffrant de troubles moteurs de **contrôler leur téléphone à l'aide de commutateurs**.

Google Assistant

L'**assistant personnel intelligent** de Google. Tout comme Siri, il est au service de tous les utilisateurs et peut réaliser des actions commanditées oralement par son utilisateur.

Et bien d'autres...

Sur Android, de nombreuses fonctionnalités sont possibles en fonction du handicap. Pour la vue, l'utilisateur peut choisir d'apporter **plus de contraste**, de **mettre en avant les boutons**, **d'augmenter la taille de police**, etc. Au niveau auditif, il peut **paramétrer des sous-titres** et des nouvelles fonctionnalités. Quant aux personnes avec un déficit moteur, des **commandes pré-établies** permettent une utilisation simplifiée du téléphone.



Encore faut il optimiser son site ou app mobile pour que ces fonctionnalités soient utilisables.

Sans un conception des sites ou applications pensée autour de ces fonctionnalités natives, ces dernières ne suffiront pas à offrir une expérience optimale aux personnes en situation de handicap.
L'implémentation de ces optimisations repose sur du HTML pour le Web, tandis que sur les applications, il faudra faire des développements iOS et Android spécifiques.

Pour mieux comprendre, voici quelques bonnes pratiques « *quick-win* » à appliquer pour tendre vers une meilleure accessibilité de vos apps & sites mobiles.

Nos exemples sont non exhaustifs. Ils sont à prendre en compte pour réaliser des contenus mobiles favorisant une utilisation pour tous, en priorisant les personnes souffrant d'un handicap visuel, moteur ou auditif.

10 Exemples de bonnes pratiques

01

L’information doit se comprendre **sans couleur**. Testez en noir & blanc !

02

Optimisez les contrastes de vos contenus graphiques

03

Décrivez **synthétiquement** vos médias avec des **textes alternatifs**...

04

...et utilisez-les seulement **quand ils sont nécessaires** !

05

Pensez les vidéos comme **la somme de 3 éléments** : l’image, le son et le temps.

06

Ne figez pas vos éléments ! Rendez-les adaptables à différents **zooms**

07

Pensez vos textes **pour l’oral** : limitez les styles de texte et niveaux hiérarchiques !

08

Pensez et développez vos éléments comme des blocs pour une **lecture simple**

09

Soignez vos **call-to-action** & boutons : ombres, contraste, vibrations !

10

Testez votre site / app en lecture d’écran **en conditions** !

Quelques bonnes pratiques

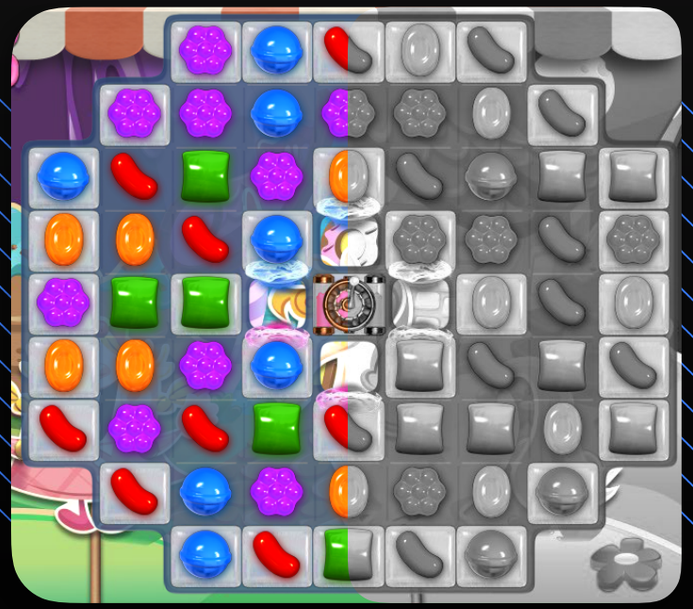
L’information doit se comprendre sans couleur

Chaque élément coloré doit être couplé à une forme particulière, un motif ou une information textuelle.

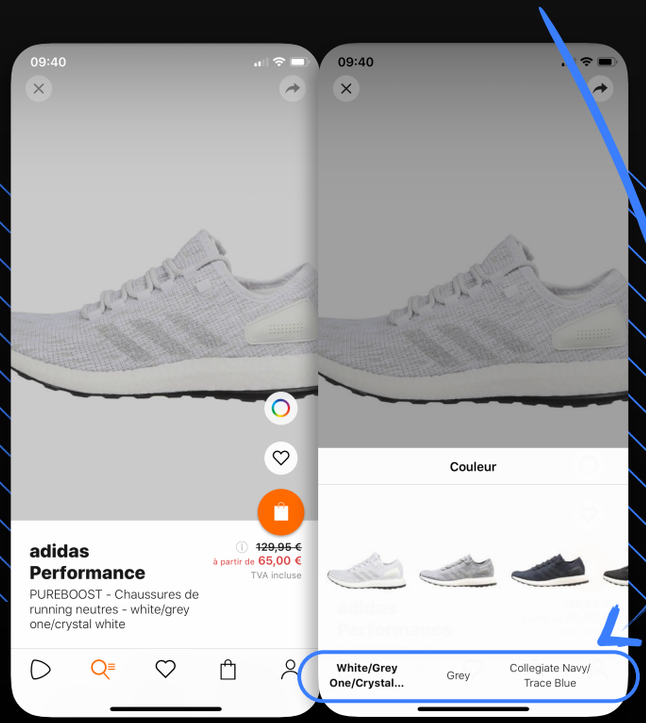
Trello propose des motifs à ajouter sur les couleurs pour ses cartes.



Il est possible de jouer à CandyCrush sans couleur grâce à la forme des bonbons.



En plus de l’aperçu, Zalando indique le nom de la couleur des produits.



Quelques bonnes pratiques

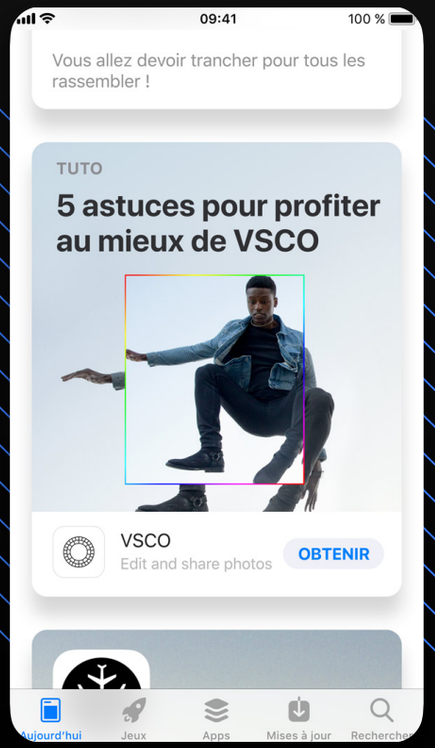
Les éléments doivent se détacher visuellement les uns des autres

Les fonds chargés donnent lieu à des difficultés de lisibilité pour tous et d'autant plus pour les personnes malvoyantes. Idéalement, tous les textes doivent figurer sur un **fond uni** avec un **contraste fort** de couleur. Si le fond est une image, une animation ou encore une illustration, l'ajout de **flou** ou d'un **filtre foncé** peut aider à améliorer la lisibilité.





Les **bordures** ou les **ombres autour d'éléments importants** les font ressortir et les mettent en avant.



Quelques bonnes pratiques

Le contenu non textuel doit être expliqué par des textes alternatifs

Les textes alternatifs sont la description textuelle du contenu non textuel d'une page web ou d'une application.
Ces **textes cachés sont liés aux images**. Lus par les assistants vocaux, ils permettent aux personnes qui ne peuvent pas voir les images correctement de comprendre le sens de celles-ci.
Aussi, les textes alternatifs seront affichés par les navigateurs lorsque l'image n'est pas disponible et peuvent également être scannés par les moteurs de recherche, ce qui améliore le SEO !

👍 En 2016 Facebook a déployé une fonctionnalité pensée pour les aveugles et malvoyants : une intelligence artificielle analyse les photos présentes sur le réseau social afin de pouvoir fournir une courte description des éléments qui les composent.



👎 L'application Showroomprivé n'a pas de textes alternatifs pour ses images, contenant le logo du client et indiquant de quelle vente il s'agit. Le lecteur d'écran ne peut donc pas communiquer à l'oral le nom des marques en vente ni décrire quel type de bien (bagagerie, vêtements de sports, beauté...) est en vente. De plus, les boutons ne sont pas correctement nommés, le lecteur d'écran lit simplement « bouton ». L'utilisateur n'a donc pas de moyen de savoir ce qu'il sélectionne.

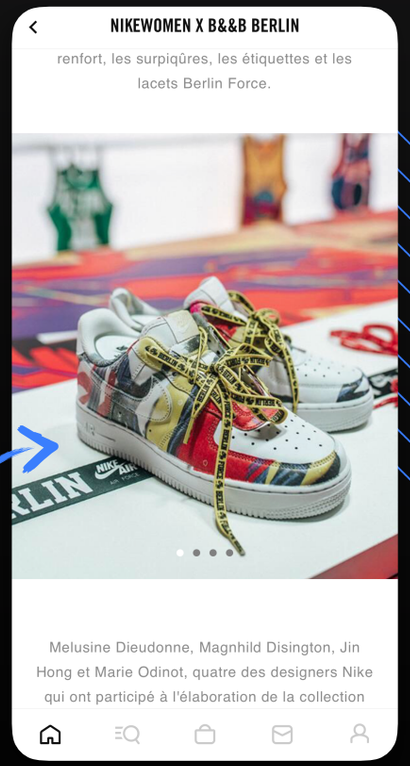
Quelques bonnes pratiques

Le contenu non textuel doit être expliqué par des textes alternatifs

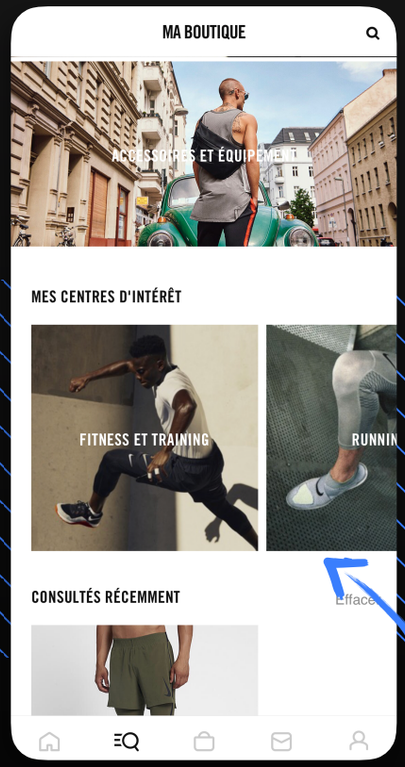
Il n'est pas toujours nécessaire de réaliser des textes alternatifs.

Ils sont utiles uniquement lorsque **l'image est porteuse d'un message, d'une information ou d'un sens permettant la compréhension globale de l'interface ou de l'action à faire**.

Lorsqu'une image est répétée à plusieurs reprises, qu'elle est utilisée comme complément d'information ou simplement à but esthétique, l'utilisateur n'a pas besoin d'avoir la description de l'image par le texte alternatif.



Dans ce cas concret de l'application Nike, le texte alternatif devrait décrire le niveau de personnalisation des chaussures.



Ici, il n'est pas judicieux de mettre des textes alternatifs sur les images, qui sont décoratives mais ne véhiculent pas un message particulier.

👎 En revanche, il faudrait se concentrer sur le contraste de la première image !

Quelques bonnes pratiques

Le contenu non textuel doit être expliqué par des textes alternatifs

Les **bons** textes alternatifs…

+ S’adaptent au contexte du contenu : la description sera différente s’il s’agit d’un site de photographie, d’actualités, etc.

+ **Sont courts et concis :** cela permet une lecture fluide de la page par les assistants vocaux.

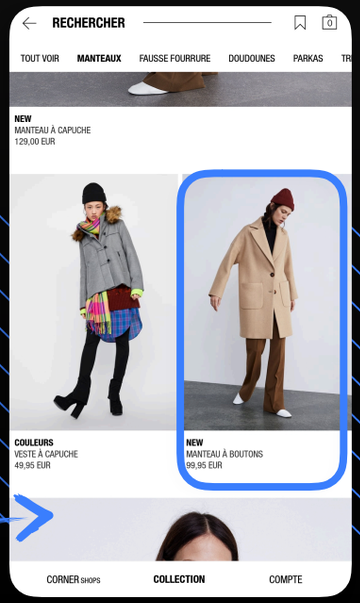
+ Finissent par un point ‘.’ : les assistants vocaux font ainsi une légère pause après la lecture.

Les **mauvais** textes alternatifs…

+ Commencent par « Image de » : le lecteur d’écran indique déjà le type de média avant sa lecture.

+ Sont longs ou dupliquent le contenu : ils donnent plus d’information que nécéssaire, ou répètent ce qui va être écrit à la suite.

+ Sont trop génériques et selon la situation ne permettent pas une bonne compréhension.



👍 « Manteau en laine beige, ample, avec grandes poches sur le devant et fermeture par boutons. »

👎 « Image d’une femme en mouvement devant un mur blanc, portant un long manteau de couleur beige, un pantalon marron et un bonnet rouge. »

👎 « Image d’une femme portant un manteau à boutons. »

Quelques bonnes pratiques

Le contenu non textuel doit être expliqué par des textes alternatifs

Pour faciliter le travail du concepteur, des solutions de lecture d'image par une intelligence artificielle existent. Grâce à ces services, le concepteur n'a pas besoin d'écrire lui-même ses textes alternatifs, qui lui sont automatiquement proposés. Aujourd'hui ces solutions ne remplacent pas une description manuelle, mais elles peuvent faire gagner du temps dans la conception et ne pas laisser de champs vides. En voici deux exemples :

Amazon Rekognition

Amazon Rekognition est un service de reconnaissance d'image. Il permet une analyse des images et des vidéos dans les applications (identification des objets, personnes, textes, scènes et activités…), et propose des API. Le texte alternatif est réalisé par l'intelligence artificielle !

+ Ça m'intéresse !

Cloudinary

Cloudinary propose des technologies, services et outils de reconnaissance d'image. Imagga Auto-Tagging est une API qui peut analyser vos images et identifier automatiquement des scènes, pour suggérer des « tags » associés. Le concepteur peut également ajouter ses propres tags.

+ Je veux en savoir plus

Quelques bonnes pratiques

Les vidéos doivent être pensées comme la somme de 3 éléments

La vidéo n’est pas un élément unique mais un regroupement de plusieurs éléments : l’**image**, le **son** et le **temps**.
Ces trois éléments doivent être accessibles indépendamment les uns des autres.

L’image

Comme pour les textes alternatifs, si l’image est importante pour comprendre le sens d’une vidéo, il faut intégrer une piste d’**audio description** afin que les aveugles puissent mieux comprendre le média.



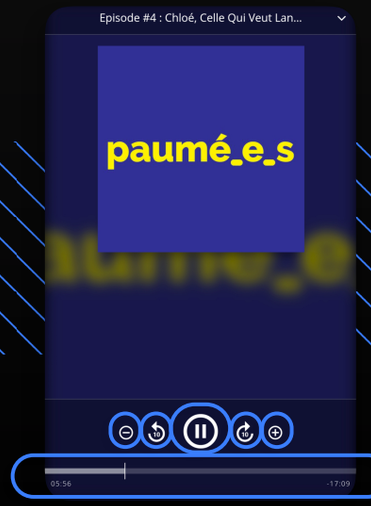
Le son

Dans le cas où le son est également capital pour comprendre le média, il faudra intégrer des **sous-titres** pour les personnes souffrant de déficit auditif. Ceux-ci peuvent être intégrés ou séparés de la vidéo.



Le temps

L’utilisateur doit à tout moment pouvoir gérer le temps dans la vidéo : mettre **en pause**, **avancer**, **reculer**, et **gérer la vitesse** de lecture.



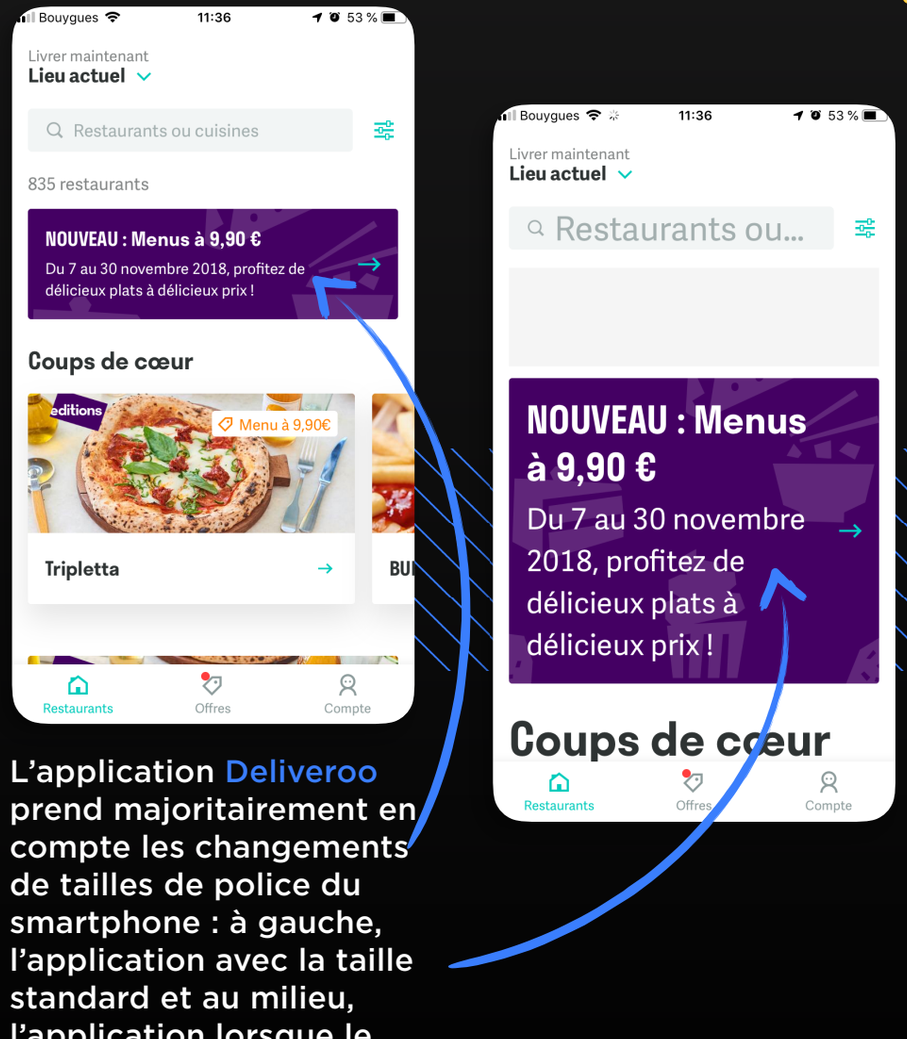
Inspirez-vous des podcasts pour la gestion du temps !

Quelques bonnes pratiques

L'écran doit être lisible, peu importe la taille du texte

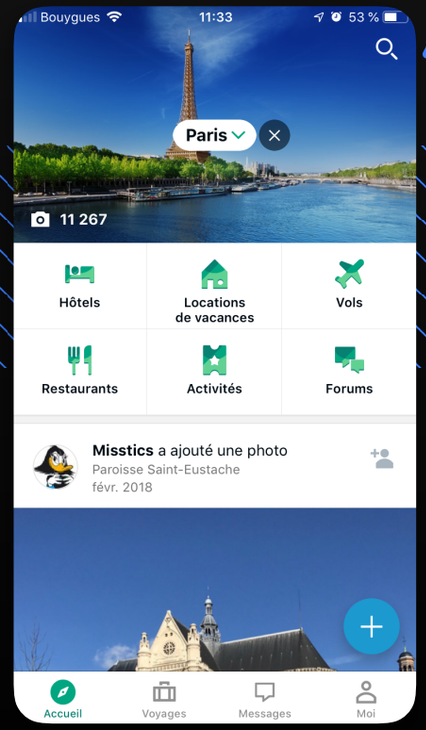
Sur un smartphone, selon la taille de l'écran, la police de caractère utilisée et la taille de celle-ci, la lisibilité de certains contenus peut être difficile.
Sur iOS, on observe jusqu'à **12 tailles différentes de polices** de caractère.
Sur Android, cela dépend du constructeur mais au moins 4 variantes sont proposées.

Le réglage de la taille de police est possible au niveau de l'OS du device.
Il faut s'assurer que l'application supporte bien ce changement afin de s'adapter aux configurations des utilisateurs.



👍 L'application Deliveroo prend majoritairement en compte les changements de tailles de police du smartphone : à gauche, l'application avec la taille standard et au milieu, l'application lorsque le téléphone est paramétré sur une taille de police XXL.

👎 L'interface de l'app TripAdvisor ne s'adapte pas aux changements de configuration. À droite, l'application lorsque le téléphone est paramétré sur une police de caractère XXL.



Quelques bonnes pratiques

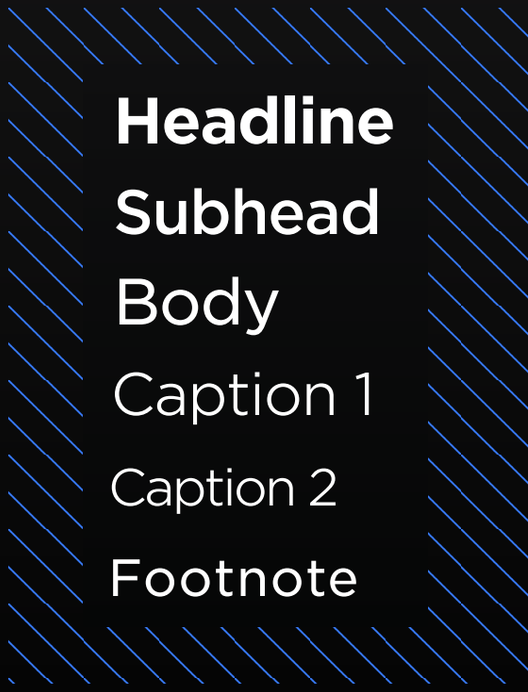
Les informations doivent être lisibles et compréhensibles à l'oral

Les différents styles de texte (**gras**, souligné, *italique*…) dans les contenus textuels peuvent rendre la lecture compliquée pour les personnes atteintes de dyslexie lorsqu'ils sont utilisés à de multiples reprises.

Aussi, le fait de limiter les différents niveaux de titre aide les personnes avec des troubles de l'attention à **mieux comprendre la hiérarchisation de l'information**.

Le cas de l'écriture inclusive :
Attention, toutes les formes d'écritures inclusives ne sont pas accessibles.

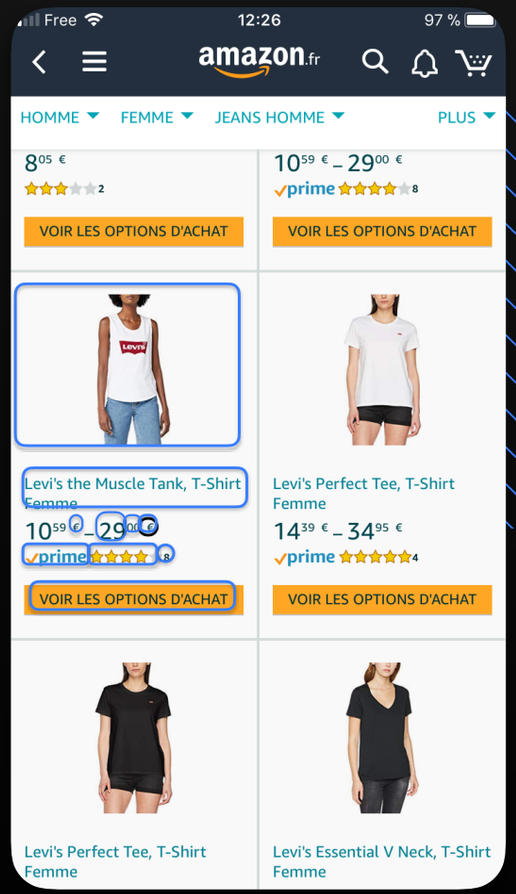
Il est préférable d'utiliser la méthode d'énumération (« Les utilisateurs et utilisatrices ») plutôt que le point médian (« Les utilisateur·ice·s »).

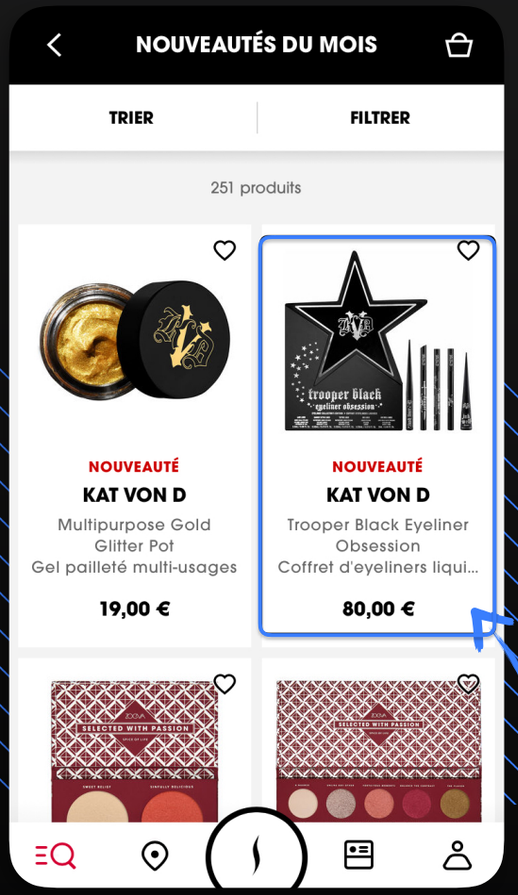


Quelques bonnes pratiques

Les éléments de l'écran doivent être groupés et former un bloc

Les objets (images, titres, descriptions) présents à l'écran sont **lus un à un par les lecteurs d'écran**. Cela peut être très long et fastidieux à parcourir si ceux-ci sont dissociés les uns des autres dans la structure de l'application ou du site mobile. Il est donc conseillé de grouper les éléments afin qu'ils soient traités comme un seul bloc par les aides de lecture.





👎 Sur l'application Amazon, les informations ne sont pas regroupées, ce qui rend la lecture compliquée pour le lecteur d'écran. Les blocs sont tellement distincts que les centimes, les dizaines et la monnaie sont dissociés. Au lieu de lire « Entre 10 euros 59 et 29 euros », le lecteur lit « 10 », puis l'utilisateur doit swiper pour qu'il continue la lecture : « 59 », « symbole euro »...

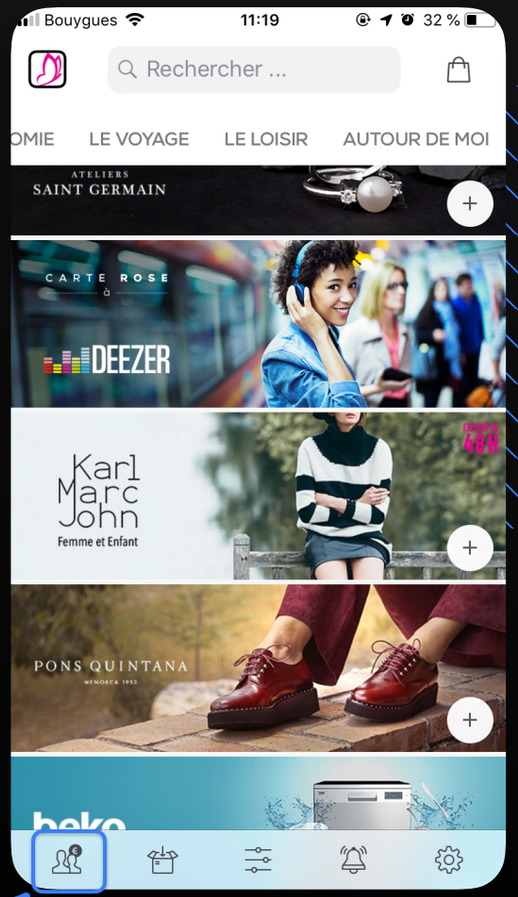
👍 Chez Sephora, les blocs ont été constitués correctement ce qui rend une lecture simple :
« Nouveauté, Kat Von D, Trooper Black Eyeliner Obsession, Coffret d'eyeliners liquides, 80 euros »

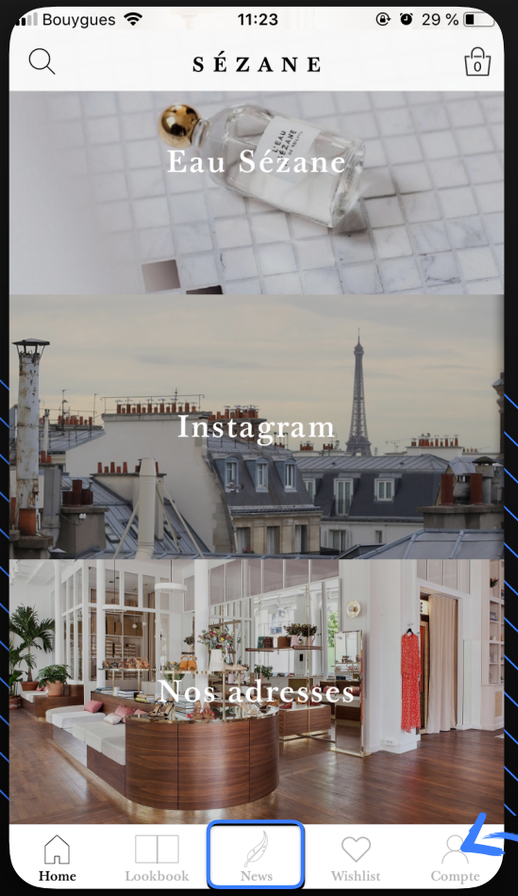
Quelques bonnes pratiques

L’utilisateur ne doit pas se perdre

Pour faciliter la navigation des utilisateurs ayant un lecteur d’écran et afin de ne pas perdre les utilisateurs et utilisatrices avec des problèmes d’attention, il est important de toujours les informer de **leur place dans le parcours global**, ou dans un « mini parcours ».

Par exemple ; toujours afficher la section mère, indiquer le pourcentage de progression dans un formulaire à plusieurs étapes ou dans une vidéo…





👎 En utilisant un lecteur d’écran sur l’application Vente-Privée, les catégories de la Tab Bar s’énoncent de la manière suivante : « Compte off », « Panier off », « Filtres off ». L’utilisateur ne sait donc pas à quel niveau il se trouve dans l’application.

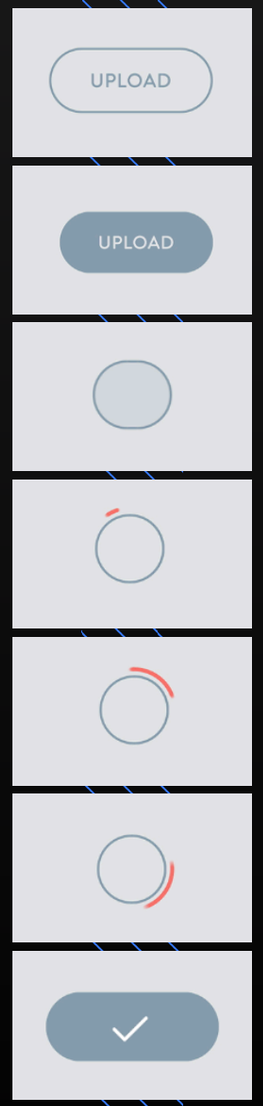
👍 Dans l’application Sézane, les boutons de la Tab Bar s’annoncent ainsi : « Home, onglet 1 sur 5 », « Lookbook, onglet 2 sur 5 », etc.

Quelques bonnes pratiques

Les apps et sites ne doivent pas provoquer des crises

Pour protéger les personnes épileptiques, il est important de **limiter les changements de couleurs**, **de formes** et **les flash répétés**.
Si ces fonctionnalités sont nécessaires au bon fonctionnement du site ou de l'application, il convient de prévenir l'utilisateur en amont et de lui permettre de les désactiver.

Si la personne a bien configuré ses paramètres d'accessibilité (*Limiter les animations*), et que l'application a bien été développée; le lancement automatique ne devrait pas se produire.



👍 Si l'animation est porteuse d'un message, tel que par exemple la confirmation d'un téléchargement d'un document, il est possible d'utiliser une notification d'accessibilité : sans ajouter d'autres informations à l'écran, le lecteur d'écran pourra informer l'utilisateur ou utilisatrice que le téléchargement a abouti.

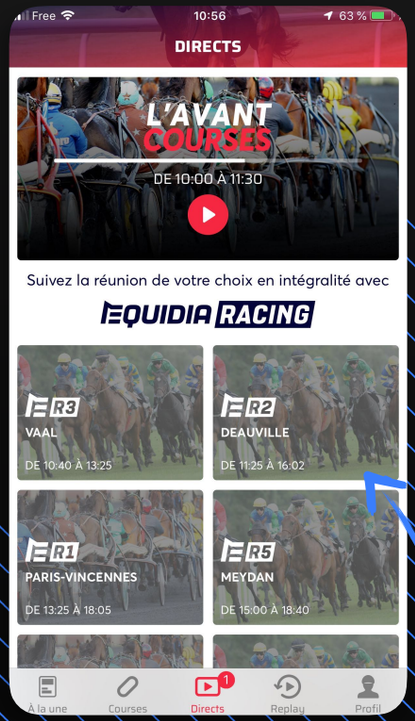
Quelques bonnes pratiques

Les boutons & call-to-actions doivent être mis en avant

Il est important de rendre les boutons visibles et identifiables au premier coup d'œil pour l'utilisateur : la taille, la forme, la couleur, l'ombre... doivent mettre en évidence qu'il est actionnable.

De plus, le fait de donner un **feedback visuel**, **audio** ou **haptique** suite à l'interaction avec un bouton rend l'interaction avec votre interface plus simple pour l'utilisateur en situation de handicap.





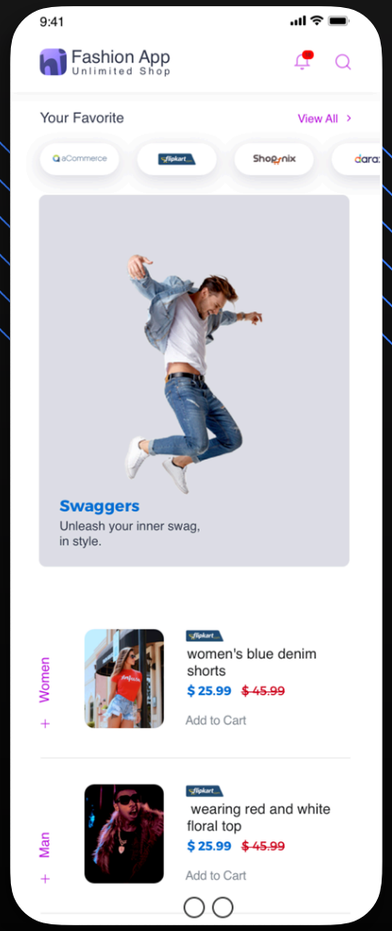
👍 Un bouton non actionnable doit être visuellement éteint ou absent, et peut être rendu actif par un changement de couleur ou de forme comme sur l'application La Halle.

👍 Sur l'application Equidia, le clic sur un bouton inactif entraîne une micro vibration du téléphone afin de faire comprendre à l'utilisateur que la course n'est pas encore disponible.

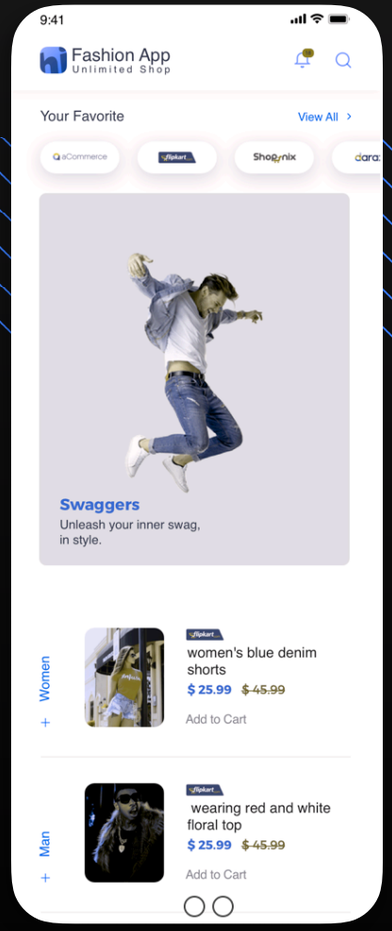
Tout au long de la conception, comment vérifier l'accessibilité de son site mobile ou de son application ?

Voici quelques outils pour vous aider...

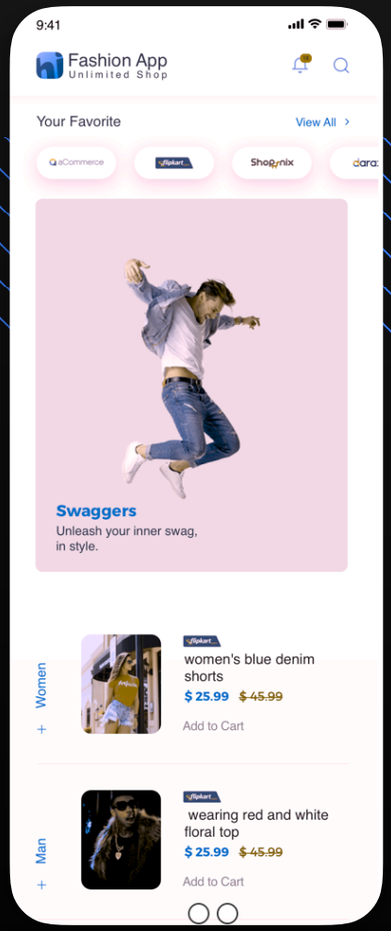
En conception



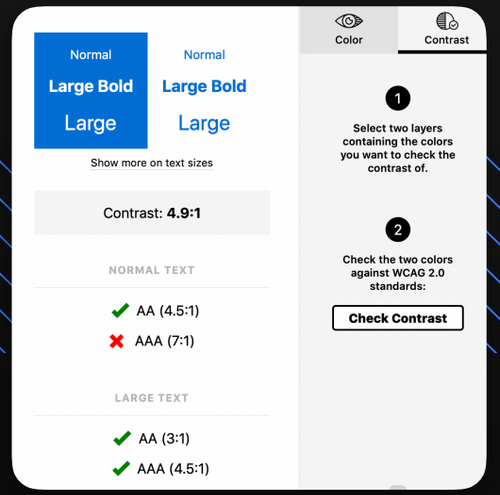
Sans simulation

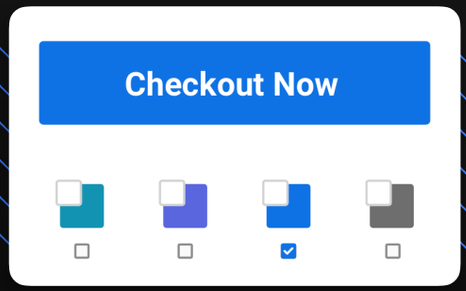


Protanopie



Deutéranopie





GetStarck

GetStarck est un plugin disponible pour **Adobe XD** et pour **Sketch** afin de permettre au designer de **tester le contraste entre deux éléments** et de **simuler différents types de daltonismes**. Le plugin devrait par ailleurs bientôt proposer des suggestions de combinaisons de couleurs « daltonism-friendly » ayant un contraste élevé, dans le cas où les couleurs utilisées par le designer ne le seraient pas.

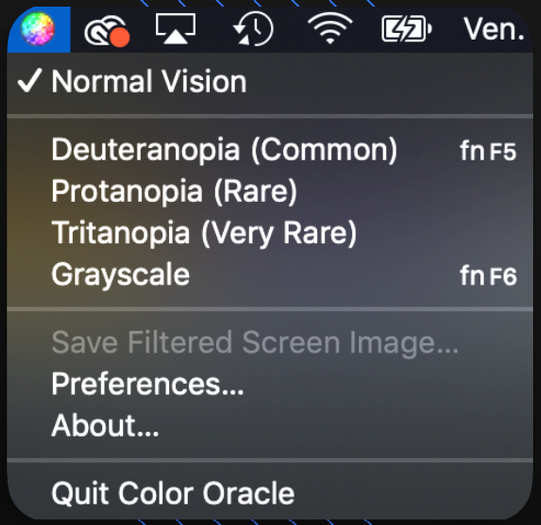
+ Je l'installe

En conception

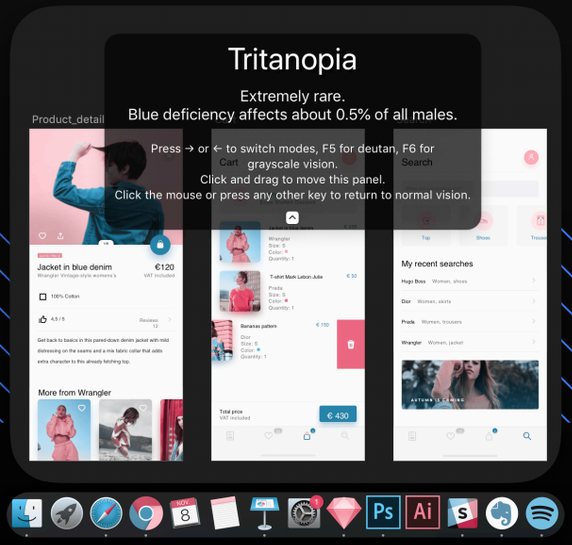
ColorOracle

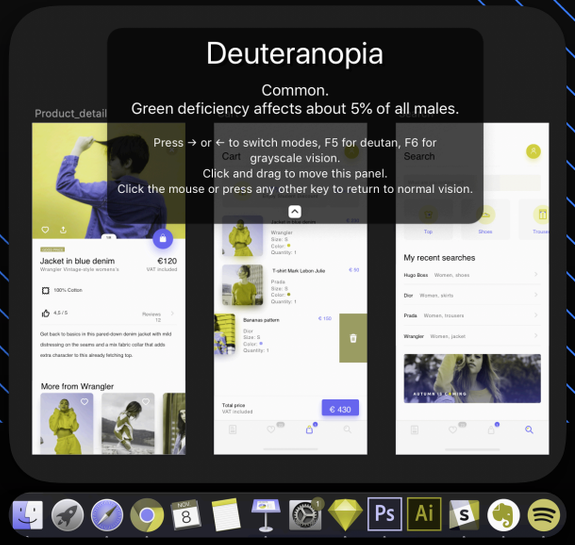
ColorOracle est un **simulateur de daltonisme** pour Windows, Mac et Linux. À l'inverse de GetStarck qui simule les différentes visions à l'intérieur d'un logiciel de conception (Sketch / Adobe XD), ColorOracle applique **un filtre sur la totalité de l'écran** de l'utilisateur. Il est donc possible d'avoir une vision complète au moment de la conception graphique des maquettes mais aussi en phase de tests ou après déploiement, directement dans le navigateur.

+ Je télécharge



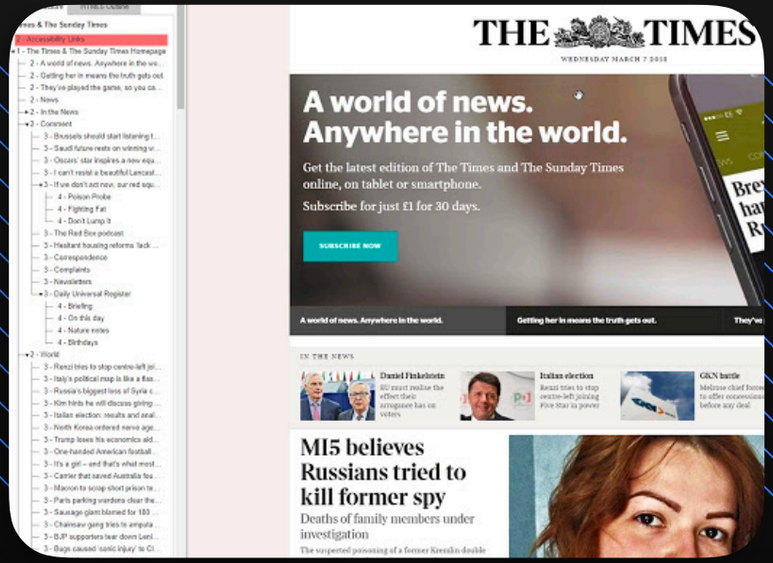


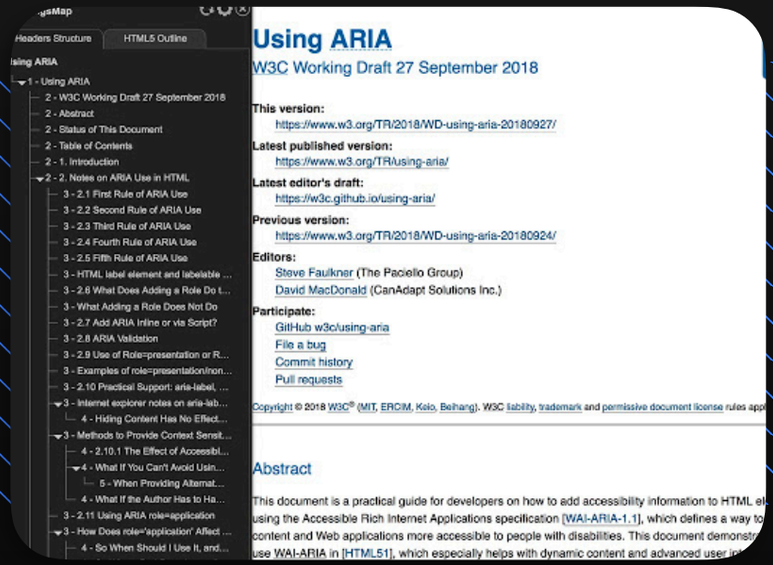


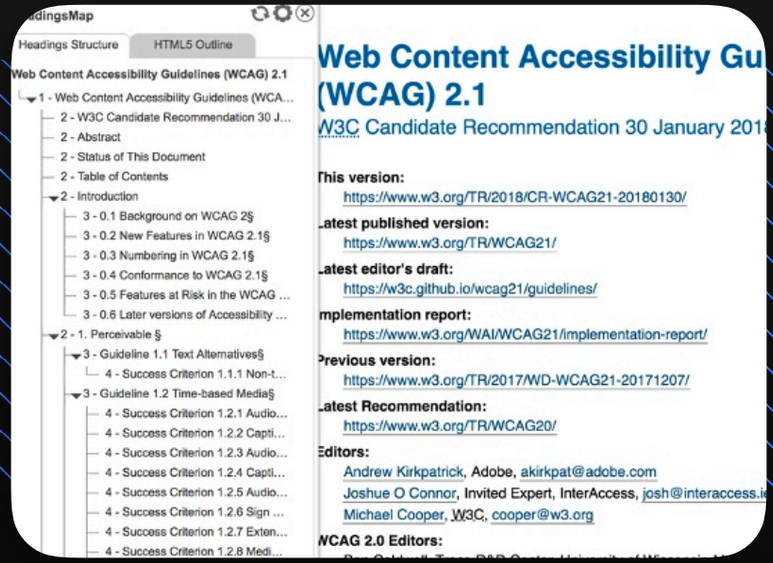




En développement







HeadingsMap

La hiérarchie des titres de section des contenus éditoriaux des sites web & applications doit être pertinente et sans rupture pour ne pas perdre l'utilisateur et permettre une lecture d'écran fluide. Firefox et Chrome proposent cette extension qui analyse des pages entières et affiche une table des matières basée sur la hiérarchie et les styles attribués au texte. Après analyse, l'extension est capable de **signaler les erreurs de rupture entre les contenus**, par exemple un titre de niveau 3 après un titre de niveau 1.

+ Je veux en savoir plus !

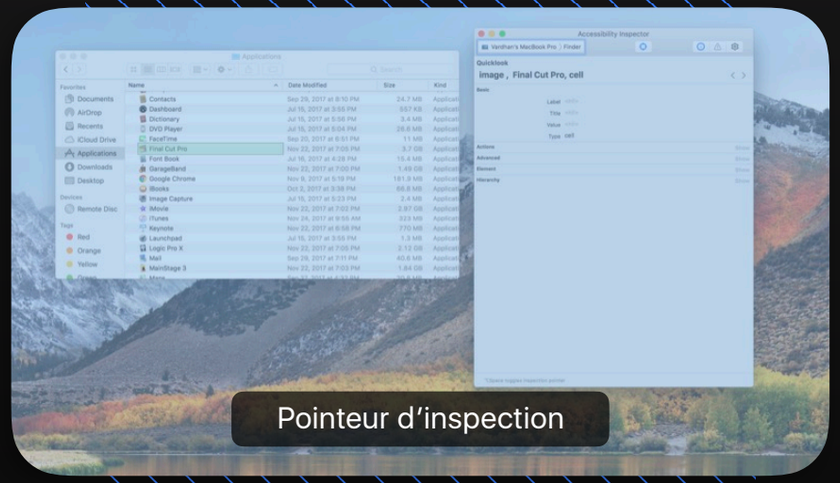
En développement

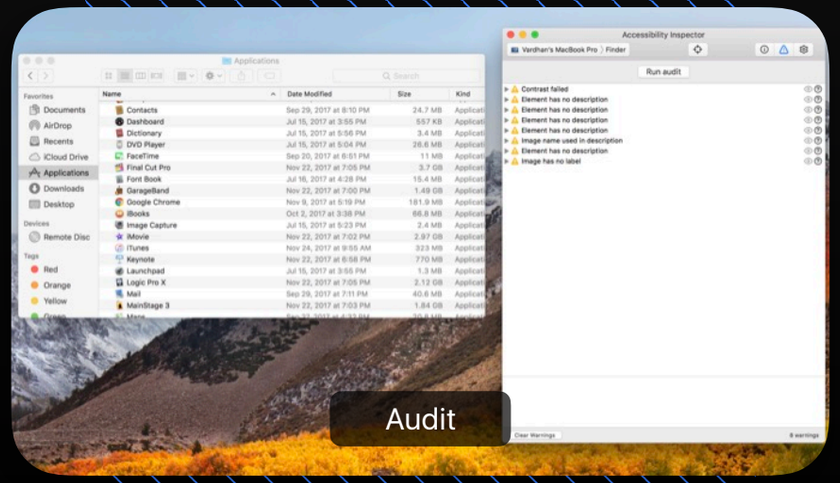
Xcode

L’environnement de développement d’Apple intègre nativement un vérificateur d’accessibilité. Deux possibilités s’offrent au développeur :

Premièrement, grâce à un pointeur d’inspection, il est possible d’avoir des informations significatives sur un élément précis de l’interface.

Mais il est également possible de lancer des Audits d’accessibilité sur un programme (site, app…) : un inspecteur analyse le programme sélectionné et une fois l’audit terminé, une fenêtre s’ouvre avec toutes les erreurs.
Par exemple, s’il n’y a pas une bonne description pour l'une des images de l’app, un message comme « *Nom d'image utilisé dans la description* » devrait s’afficher.





Pour aller plus loin, le label E-accessible accorde une certification à votre plateforme !

Le label E ACCESSIBLE

La direction des systèmes d'information (DINSIC) a mis en place le label « e-accessible », valide sur une durée de 3 ans, dont l'objectif est de valoriser les entreprises prenant en compte l'accessibilité numérique au sein des sites et applications Web. Il valide la mise en conformité d'une entreprise par rapport au référentiel général d'accessibilité pour les administrations (RGAA). Ce label présente cinq niveaux :

+ Les **trois premiers niveaux** attestent d'une démarche en cours & d'une organisation interne tournée vers l'accessibilité,
+ Le **quatrième niveau** correspond à la mise en conformité légale (l'ensemble des critères A & AA),
+ Le **cinquième niveau**, (tous les critères RGAA des niveaux A, AA et AAA).

Pour être labellisé, l'organisme doit faire acte de candidature auprès de la DINSIC via un formulaire en ligne dont les informations seront vérifiées, puis des visites et réunions seront effectuées par un inspecteur en charge de la délivrance du label.

+ Je suis intéressé(e) par le label !

Il faut penser l'accessibilité comme une démarche, qui dépend de sa cible

L'important est d'intégrer le maximum de principes qu'il est possible d'appliquer *à son propre niveau.*

Une démarche d’accessibilité implique un cadrage et des experts, et d’y allouer du temps et un budget.

01

Renseignez-vous auprès de votre service RSE pour définir le niveau d’accessibilité en accord avec votre marque / votre service

02

Si vous avez une app / site, faites un audit pour définir les améliorations

ou

Etablissez la charte d’accessibilité et le brief de votre futur app / site

03

Concevez votre app / site en accord avec les principes du niveau d’accessibilité choisi

04

Faites-le tester par de réels utilisateurs

05

Auditez-le pour obtenir votre certification

(Cette étape peut prendre plusieurs mois)



USERADGENTS

@useradgents

Lucile Moreno
Chargée de Communication
l.moreno@useradgents.com

Laurent Brugger
Chef de projet
l.brugger@useradgents.com